

Je moet kiezen om gekozen te worden!

Nieuwe klanten winnen is eenvoudiger als je onderscheidend bent.

Dat maakt het namelijk eenvoudiger om je boodschap over te brengen in verkoopgesprekken, netwerken en via de middelen die je inzet, zoals websites en brochures.

Bovendien stel je zo bestaande klanten in staat om via mond-tot-mondreclame nieuwe klanten voor je te winnen. Niets is zo mooi als 'gratis account managers'.

Onderscheidend zijn lijkt moeilijk dan het is. Jos Burgers laat u in een humorvolle presentatie via veel praktijkvoorbeelden zien, hoe eenvoudig het kan zijn om 'anders te zijn dan anderen'.

Het enige wat u hoeft te doen is kiezen. Kiezen om door nieuwe klanten gekozen te worden.

Spreker

drs. Jos Burgers RM (1951) is marketingman in hart en nieren. Hij adviseerde gedurende een tiental jaren organisaties van uiteenlopende aard en omvang op het terrein van strategie, marketing en klantgerichtheid. Tegenwoordig richt hij zich volledig op het schrijven van boeken en het geven van presentaties, workshops en seminars.

Met ongeveer tweehonderd presentaties per jaar is Jos Burgers een veelgevraagd spreker. Zijn boeken vormen daarvoor de basis. Hij houdt zijn publiek een spiegel voor en laat mensen anders kijken naar hun werk. Humor is daarbij een belangrijk wapen, evenals het gebruik van praktijkvoorbeelden.

Jos Burgers is auteur van bestsellers als *Industriële marketing*, *Relatiebeheer als Groeistrategie*, *Professionals & Relatiemanagement*, *Zeven marketingwetten voor professionals*, *No Budget Marketing* en *Klanten zijn eigenlijk nét mensen!* Dit laatste boek was het bestverkochte managementboek van 2006.

In 2009 schreef hij een managementroman over klantgerichtheid, met als titel *Hondenbrokken*. Het was het bestverkochte managementboek van dat jaar. In 2011 verscheen *Geef nooit korting!*, over hoe om te gaan met prijsdruk. In 2012 kwam *Gek op gaten* uit, over het verbeteren van de klantgerichtheid van medewerkers. Het was het bestverkochte managementboek van dat jaar.

Zijn laatste boek, uitgebracht in 2014, is getiteld *De Wet van Snuf*. Die titel gaat over de kracht van geven bij het versterken van relaties en is uitgeroepen tot het bestverkochte managementboek van 2014.