

DOELGROEP

Voor wie is dit boek?

Dit boek is voor jou als:

- je ondernemer, freelancer, accountmanager of salesprofessional bent
- je weet dat acquisitie nodig is, maar je het structureel uitstelt
- je goed bent in je vak, maar het ‘verkoopdeel’ je nog tegenstaat
- je liever gesprekken voert dan pitches afsteekt
- je een systeem zoekt dat je consistent volhoudt — ook in de drukke weken
- je écht wil stoppen met copy-paste sales-scripts uit 2014

Dit boek is niet voor jou als:

- je gelooft in massa-spam: 500 connectieverzoeken per dag met dezelfde DM
- je op zoek bent naar een truc om mensen iets aan te smeren wat ze niet nodig hebben
- je vindt dat sales draait om wie het hardst kan schreeuwen

WAT JE NODIG HEBT

Een laptop. Een telefoon. LinkedIn. Een mailbox. Een notitieblok. En per dag dertig minuten focus. Niet meer. Echt niet.

LEESWIJZER

Hoe lees je dit boek?

Je kunt dit boek van voor naar achter lezen, maar dat hoeft niet. Het is bewust opgebouwd in negen delen, zodat je per onderwerp terug kunt komen wanneer je het nodig hebt.

DEEL I	Mindset	Begin hier als acquisitie zwaar voelt. We slopen eerst de muur in je hoofd.
DEEL II	De C.A.T.C.H. methode	Het kader dat je in elk gesprek terug ziet komen.
DEEL III	De 5-dagen aanpak	Wat je concreet dóet — dag voor dag.
DEEL IV	Scripts & sjablonen	Kopieer, plak, pas aan. Maar maak het van jou.
DEEL V	Opvolgen	Hier wordt 80% van je omzet gemaakt.
DEEL VI	Bezwaren	De twaalf zinnen die je altijd terugkrijgt — en hoe je reageert.
DEEL VII	Triggermomenten	Waarom je niet ‘zomaar’ contact zoekt.
DEEL VIII	Ritme & systeem	Acquisitie als gewoonte, niet als crash-actie.
DEEL IX	Werkboek	Pen erbij. Hier ga je het echt invullen.

Iconen die je tegenkomt

- **Oranje blok** — een kernidee of belofte. Dit niet vergeten.
- **Cursief blok** — een woordelijk script. Letterlijk te gebruiken.
- **Pen-icoon (Werkboek)** — pak een pen, hier ga je invullen.
- **‘Suus zegt’** — een korte zijopmerking uit eigen praktijk.

DEEL I

Mindset.

Waarom acquisitie stroef voelt — en hoe het lichter wordt.

Voor je ooit een script gaat gebruiken, moet er iets anders gebeuren. Want techniek werkt pas als de mindset klopt. In dit deel slopen we de zes redenen waarom jij niet stuurt, de aannames die je omzet kosten, en de overtuiging dat afwijzing iets over jou zegt.