



SALES HUNT



Een initiatief van:



De innovaties in de Academy zijn mede mogelijk gemaakt door een subsidie van het Ministerie van SZW.



TOELICHTING

2

Ben je klaar om buiten de gebaande paden te denken? Sales Hunt is dé onboardings- en motivatiemethode die zowel nieuwe als ervaren medewerkers scherp en betrokken houdt. Het is niet alleen effectief, maar ook ontzettend leuk om te doen!

Sales Hunt is meer dan een spel; het is een strategie die zorgt voor focus en betrokkenheid. Het vraagt wel wat van jou als leidinggevende, want jouw rol in dit proces is cruciaal. Om de Sales Hunt goed te kunnen uitvoeren dien je actief betrokken te zijn en volg je de voortgang van je team op de voet.

Ben je dus op zoek naar iets anders dan de gebruikelijke incentives of backoffice targetposters? Dan biedt Sales Hunt een vernieuwende en doelgerichte aanpak waarmee je je team motiveert én plezier brengt.

In dit document nemen we je stap voor stap mee om je eigen Sales Hunt op te zetten. Ontdek hoe je een krachtige en aantrekkelijke strategie creëert die je team inspireert en resultaten oplevert.

IN DIT DOCUMENT

1. Wat is een Sales Hunt?	3
■ De realiteit in retail	3
■ Wat werkt wél.....	3
2. Een Sales Hunt inrichten	5
■ Een Jaar Lang Samenwerken aan Succes.....	5
■ Challenges: de Kern van Sales Hunt.....	5
■ Beloningssysteem binnen Sales Hunt	5
3. Sales Hunt plan van aanpak in 7 stappen	8





WAT IS EEN SALES HUNT

Sales Hunt is een doorlopend spel dat je het hele jaar speelt in je winkelteam. Het spel daagt uit, motiveert, en houdt rekening met zowel topverkopers als onervaren krachten. Het biedt een gezonde dosis competitie, maar draait vooral om het vieren van successen en gezamenlijke groei.

DE REALITEIT IN RETAIL

In de retail werk je met KPI's (Key Performance Indicators): essentiële verkoopdoelen die jouw winkelomzet bepalen. Hoewel alle medewerkers deze doelen kennen, is niet iedereen even succesvol in het behalen ervan. Dat verschil kan liggen in kennis, vaardigheden, of mindset.

Sommige medewerkers vinden het spannend, lastig of zien het belang er niet van in.

Veel retailers proberen dit aan te pakken met:

- **Incentives:** tijdelijke beloningen voor het behalen van doelen.
- **Backoffice Sales Targets:** lijsten in de backoffice die medewerkers prijzen of shamen voor hun resultaten.

Helaas zijn deze methoden vaak van korte duur. Incentives zorgen slechts voor een tijdelijke ervaring en dezelfde topverkopers blijven bovenaan de lijstjes staan. Tijd voor een andere aanpak!

WAT WERKT WÉL?

Hier komt Sales Hunt in beeld. Een aanpak zonder incentives of doelstellingen die tot frustratie leiden, maar die focust op gezamenlijke betrokkenheid, groei en motivatie.

Maak het belangrijk!

Succesvolle winkels investeren tijd in het bespreken van KPI's. Dit betekent:

- Waarom zijn KPI's belangrijk?
- Wat zijn de uitdagingen?
- Wie vindt het lastig en hoe gaan we hiermee om?
- Wanneer zijn we succesvol?

Door dit regelmatig en transparant te bespreken, creëer je een gezamenlijk doel en draagvlak binnen het team.



**Vier alle successen!**

In veel winkels voelen medewerkers die achterblijven op KPI's zich ondergewaardeerd. Ze staan onderaan de lijstjes en geven het soms op.

Maar als winkel heb je álle teamleden nodig, zodat je niet kwetsbaar wordt bij uitval of vertrek van topverkopers.

Focus daarom op het vieren van alle overwinningen, groot én klein. Help medewerkers door samen gesprekstechnieken te oefenen en vier elke stap vooruit. Zo stimuleer je groei en werk je aan betere resultaten.

Verrassende beloningen

In plaats van voorspelbare incentives werkt Sales Hunt met verrassingen. Deze beloningen zijn niet van tevoren bekend, maar altijd leuk en motiverend. Bijvoorbeeld:

- Een groepsactiviteit.
- Een leuke gadget of attentie.

Zo voorkom je dat medewerkers berekenen of het 'de moeite waard' is om hun best te doen. Iedereen doet mee voor de lol, de erkenning én de beloning.

Waardeer gedragsverandering

De nadruk ligt niet alleen op het resultaat, maar juist op de weg ernaartoe. Wanneer een medewerker groeit van één naar drie sales, is dat een overwinning. Waardeer die groei en bouw erop verder.





EEN SALES HUNT INRICHTEN

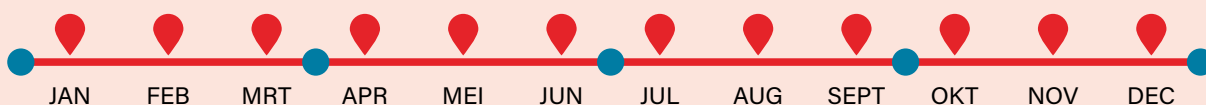
Nu je bekend bent met de theorie achter Sales Hunt, gaan we dieper in op de praktische inrichting. Sales Hunt is een proactieve manier van sturen waarbij de nadruk ligt op overwinningen en het belonen daarvan met kleine, attente verrassingen gedurende het jaar. Hier is hoe je het format opzet:

DE PERIODE: EEN JAAR LANG SAMENWERKEN AAN SUCCES

Een succesvolle Sales Hunt speelt zich af over een periode van een jaar. Dit biedt de tijd om je team te laten groeien, uitdagingen te overwinnen, en samen naar een eindresultaat toe te werken.

Binnen deze jaarperiode creëer je een dynamische tijdslijn met:

- 1. Maandelijks challenges** – Gericht op specifieke, individuele KPI's.
- 2. Kwartaalchallenges** – Gericht op gezamenlijke KPI's en teamresultaten.



CHALLENGES: DE KERN VAN SALES HUNT

Een belangrijk onderdeel van Sales Hunt zijn de **maandelijks** en de **kwartaalchallenges**. Deze uitdagingen zijn gericht op specifieke KPI's en bieden een speelse en motiverende manier om verkopers te stimuleren. De nadruk ligt hierbij niet alleen op wie het meeste verkoopt, maar ook op wie vooruitgang boekt ten opzichte van eerdere prestaties.



BELONINGSSYSTEEM BINNEN SALES HUNT

Het beloningssysteem van Sales Hunt is ontworpen om waardering en motivatie te stimuleren zonder direct financiële beloningen te gebruiken. Hier staat het proces en de creativiteit achter de beloningen centraal. Hieronder lees je hoe je de verschillende beloningen effectief inzet.





1. SALES EXPERT BELONING

- **Voor wie:** medewerkers die een maandelijkse of teamchallenge hebben gehaald.
- **Beloningsvorm:** attente, niet-financiële beloningen zoals gadgets, traktaties of teamactiviteiten.
- **Voorbeelden:**
 - **Individueel:** frisdranken, taart, of een ontspanningspakket.
 - **Team:** pizza-avonden, borrelavonden, of gezamenlijke activiteiten.
- **Belangrijk:** varieer in de beloningen en koppel er een creatieve tagline aan die aansluit bij de prestaties. Bijvoorbeeld: 'Wat een 'zoet' succes, jullie verdienen deze taart!'

2. SALES ACHIEVEMENT

- **Voor wie:** medewerkers die een uitzonderlijke prestatie leveren, ongeacht of de challenge gehaald is.
- **Beloningsvorm:** een unieke waardering of erkenning die persoonlijke groei benadrukt.
- **Voorbeelden:**
 - Een fysieke badge die zichtbaar gedragen kan worden.
 - Een traktatie met een persoonlijk compliment.
- **Waarom:** de nadruk ligt hier op gedragsverandering en de weg naar succes. Dit motiveert medewerkers om zich verder te ontwikkelen.
- **Uniek karakter:** reik maximaal één Sales Achievement per maand uit om de exclusiviteit te behouden en vergeet niet aan te geven wat je precies waardeert met deze attente beloning!

3. KWARTAALPRIJZEN

- **Voor wie:** teams die een kwartaalchallenge succesvol afronden.
- **Beloningsvorm:** meer uitgebreide, gezamenlijke beloningen zoals teamuitjes.
- **Voorbeelden:**
 - Een escape room, kookworkshop, of dagje uit.
 - Een FIFA-toernooi met hapjes en drankjes.
- **Tip:** maak van het moment ook een gelegenheid voor een korte terugblik op het afgelopen kwartaal en een vooruitblik op de volgende periode.





WAT ALS EEN CHALLENGE NIET GEHAALD WORDT?

7

- **Geen prijs vrijgeven:** als de uitdaging niet gehaald wordt, vertel je niet wat de beloning zou zijn geweest. Dit voorkomt teleurstelling en onverschilligheid.
- **Alternatieve waardering:** rijk een Sales Achievement uit om alsnog positieve prestaties te benadrukken. Dit helpt om de sfeer constructief te houden.

BELANGRIJKSTE VOORWAARDEN VOOR BELONINGEN

1. **Aantrekkelijkheid:** zorg dat de beloningen voor iedereen interessant en passend zijn.
2. **Uniciteit:** vermijd herhaling van dezelfde prijs binnen één jaar.
3. **Attent karakter:** besteed zorg en aandacht aan de beloning, zodat medewerkers voelen dat er moeite is gedaan.
4. **Respectvol:** maak beloningen grappig als het kan, maar nooit kwetsend of beledigend.
5. **Waardevol:** kies voor bruikbare en functionele beloningen die écht gewaardeerd worden.

INSPIRATIE VOOR BELONINGEN

Individuele prijzen:

- Frisdrankjes met een leuke boodschap.
- Lokale lekkernijen zoals streekproducten.
- Praktische gadgets, zoals zonnebrandpakketten.

Teamprijzen:

- Bordspellen en pizza-avonden.
- Borrelavonden of casual sporttoernooien.

Kwartaalprijzen:

- Teamuitjes naar wisselende locaties.

In het volgende onderdeel nemen we je mee in hoe je een Sales Hunt effectief start en afrondt. Zo zorgen we ervoor dat het hele proces soepel en inspirerend verloopt!





HOE PAK JE HET AAN?

8

Hieronder vind je een gestructureerd stappenplan om Sales Hunt succesvol te implementeren, van het stellen van doelen tot het betrekken van je medewerkers en het waarborgen van continuïteit.

STAP 1: BEPAAL JE JAARDOELEN EN VERDEEL ZE IN MAANDDOELEN

Sales Hunt draait om het behalen van duidelijke en haalbare doelen. Start met het bepalen van je jaardoelen, gebaseerd op je KPI's, en werk deze uit naar maand- en kwartaaldoelen.

Voorbeeld kwartaaldoelen:

- **Kwartaalchallenge:**
 - Verkoop X aantal witgoedproducten van merk Y.
 - Verkoop minimaal Z accessoires van merk Z.
 - Realiseer een attachrate van 20% voor het aanbieden van diensten.

Voorbeeld maandoelen:

- **Maand 1:** focus op upselling. Minimaal 50% van de bonnen bevat producten die onderdeel zijn van de kwartaalchallenge.
- **Maand 2:** verbreek het persoonlijk maand record in aantallen van het verkopen van een dienst.
- **Maand 3:** verkoop X aantal accessoires van merk Z.

Tip: begin desnoods met alleen de doelen voor het eerste kwartaal en stel tijdens deze periode de doelen voor de volgende kwartalen op. Dit geeft je tijd om de reacties van het team te evalueren.

STAP 2: ZORG VOOR REALISTISCHE EN UITDAGENDE TARGETS

Bepaal de moeilijkheidsgraad van je doelen zorgvuldig. Ze moeten ambitieus genoeg zijn om motivatie te creëren, maar niet onmogelijk. Gebruik data om een realistische basis te vormen.

Voorbeeld:

Als je historisch gezien een attachrate van 5% hebt, stel dan een doel van 8-10% in plaats van direct 20%. Dit motiveert je team om stap voor stap te verbeteren.





STAP 3: BEREID JE BELONINGEN EN COMMUNICATIE VOOR

9

Beloningen: gebruik creatieve, niet-financiële beloningen die aansluiten bij de wensen van je medewerkers. Zie eerdere voorbeelden, zoals traktaties, gadgets, of teamactiviteiten.

Communicatie: kies een systeem om de voortgang te delen, bijvoorbeeld via een WhatsApp-groep of een whiteboard in de backoffice. Zorg ook dat je op de hoogte blijft van eventuele hulpvragen en feedback van medewerkers.

Tip: laat medewerkers suggesties doen voor beloningen (bijvoorbeeld via een ideeënpot). Dit zorgt voor meer betrokkenheid.

STAP 4: BRENG JE MEDEWERKERS OP DE HOOGTE VAN SALES HUNT

Een duidelijke uitleg is essentieel. Zorg dat je team begrijpt:

- Wat Sales Hunt is en waarom het wordt ingezet.
- Het verschil tussen maand- en kwartaalchallenges.
- De tijdslijnen en hoe resultaten gecommuniceerd worden.
- Wat voor beloningen ze kunnen verwachten (zonder de specifieke beloningen te verklappen).

Tip: gebruik een hint over de beloning om de nieuwsgierigheid te prikkelen en de betrokkenheid te verhogen.

STAP 5: BLIJF CONSEQUENT IN UITVOERING

Het succes van Sales Hunt staat of valt met een consequente aanpak. Zorg dat je:

- Op tijd nieuwe challenges communiceert.
- Direct beloningen uitreikt na behaalde doelen.
- Geen vertraging oploopt in het delen van resultaten of nieuwe opdrachten.

STAP 6: BLIJF ZELF GOED OP DE HOOGTE

Als je als leider actief betrokken bent, straalt je uit hoe belangrijk Sales Hunt is. Zorg dat je:

- De voortgang, doelen en resultaten kent.
- Bij fouten of verkeerde beslissingen leert en snel corrigeert.
- Goed onderbouwt waarom iemand een Sales Achievement krijgt.

Tip: let op eerlijkheid. Als je iemand beloont zonder goed onderzoek, kun je ongemotiveerde reacties oproepen bij anderen.





STAP 7: BLIJF GEDULDIG EN BLIJF ONTWIKKELEN

10

Een nieuwe aanpak vraagt tijd om te wennen. Zowel jij als je medewerkers moeten groeien in dit format. Wees transparant over het leerproces en neem feedback serieus.

Tips voor ontwikkeling:

- Blijf uitleggen waarom je dit format hanteert.
- Nodig medewerkers uit om suggesties te geven.
- Wees flexibel en pas het format aan als dat nodig is.

Met dit stappenplan creëer je een motiverende omgeving waarin je medewerkers eigenaarschap ontwikkelen, zichzelf uitdagen en samen successen vieren.

