

Ja, ik heb er zin in, ik ben een tijger!

Kun je verkopen al gamend leren? De Leeuwarder makers van Saleplay zijn ervan overtuigd.

IRENE OVERDUIN

Tegenover mij, op het beeldscherm, zakt de klant onderuit. Als verkoper doe ik iets helemaal fout. Maar wat? Paul van Geldorp lacht om het hopeloze tafereel. „Je bent verkeerd begonnen. Die klant wil niet eerst alles weten over je product.” Hij wil aandacht. Okay, we schieten een paar open vragen op hem af. En hopla, meneer veert op.

Het is een van de honderden si-

tuaties die de speler van Saleplay in zijn woelige eerste dagen als verkoper tegenkomt. De game is nog niet af, maar de testversie is door het Leeuwarder Triangle Studios al online gezet om feedback te oogsten.

„Je kunt een dure trainingscursus volgen, zegt verkooptrainer Van Geldorp. „Dan verdien je een paar dagen niks. Je wordt moe, neemt niet alles op en vergeet een hoop. Het is gewoon niet zo effectief.”

Saleplay keert de volgorde om: spelers springen in het diepe en

leren van hun ervaringen. Wie extra kennis nodig heeft, haalt die bij de 'academy'. Het spel zit vol instinkers en schijnbaar banale dingetjes. Er hangt bijvoorbeeld een spiegel in het kantoor. Kijk je daarin voordat je naar je klant gaat, denkend: 'Ja, ik heb er enorm zin in, ik ben een tijger', dan scoor je punten. Je kunt er ook gewoon aan voorbij lopen. Dan loop je punten mis.

Een lieve wereld is het niet. Laptops worden gesaboteerd, collega's zagen aan stoelpoten, leads (mogelijke klanten) worden ge-

kaapt en hoe betrouwbaar is die ontzettend aardige secretaresse eigenlijk? Voortdurend wordt de speler voor keuzes gesteld. Maakt hij wel of niet een praatje met z'n collega, sluit hij z'n computer wel of niet af, beantwoordt hij nú zijn mail of later, belt hij de klant wel of niet als hij in de file staat, controleert hij wel of niet of het contract is verzonden?

Alle beslissingen houdt de computer bij, alle verkoopresultaten ook. Vijftienhonderd van dit soort 'vaststellingsmomenten' zijn er, verdeeld over twintig

'leads'. Het spel eindigt met een gedetailleerde, persoonlijke analyse. Collega-verkopers kunnen hun krachten meten door online tegen elkaar te spelen. Ze verkopen trouwens allemaal hetzelfde, het onzinproduct 'Sellavator', een gek kastje dat efficiency belooft.

In december komt het spel op de markt. De makers mikken vooral op zzp'ers die zichzelf willen trainen op momenten dat het h.eun uitkomt. De prijs is nog niet vastgesteld.

> www.saleplay.com

