



VIB Verbeter-effect: Verhoging klanttevredenheid



Je bedrijfsvoering op orde



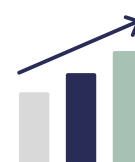
**Verhoging
klanttevredenheid**

Verhoging van te leveren
kwaliteit

Verhoging medewerkers-
tevredenheid

Klanten behouden is voordeliger dan continu nieuwe klanten moeten aanboren. En wanneer de achterdeur net zo wide openstaat als de voordeur is het winnen van (de harten van) nieuwe klanten eigenlijk ook gewoon verspilde moeite.

Nieuwe klanten laten zich namelijk helemaal niet zo snel overtuigen door het bedrijf dat ze graag binnenhaalt, maar wel door tevreden voorgangers die er ook na een eerdere aankoop nog steeds graag komen en kopen.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



2

Juist als je van bestaande klanten ambassadeurs weet te maken kun je je marketinginspanningen beter doseren en dus in de hand houden en dat geldt dan uiteraard ook weer voor de daarmee gepaard gaande kosten.

Terugkerende klanten zijn daarnaast een welkom compliment ten aanzien van je bedrijfsvoering. Dat zit 'm onder andere in de kwaliteit die je levert, de gastvrijheid of persoonlijke benadering die je biedt en de wijze waarin je het probleem van de klant oplost of in de behoefte waarin je voorziet. En dat kan het originele probleem zijn, maar ook een klacht die zich tijdens het aankoopproces of verblijf voordoet.

Het naar tevredenheid oplossen van klachten blijkt namelijk een ontzettend effectieve manier te zijn om van klanten ambassadeurs te maken.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



Dat wil niet zeggen dat je nu iedere klant een klacht moet laten ervaren, maar het is onmogelijk om alles altijd tot in de puntjes te laten verlopen. Bedrijven en organisaties zijn nu eenmaal afhankelijk van menselijk handelen en er kan dus wel eens iets misgaan en dat hoeft dus niet onoverkomelijk te zijn en je per definitie klanten te kosten.

Uiteraard is het wel goed om te analyseren wat er misging en dus de oorzaak, niet zozeer de schuldige, te achterhalen. Aan vinger wijzen heeft de klant niets, jullie zijn immers één en dezelfde organisatie en levert eerder verdere frustraties op. Hou dat intern en gebruik dat als leermoment, niet als afrekening. Na het achterhalen van de oorzaak is het uiteraard zaak om te beoordelen of het een incident of mogelijk patroon is en er meerdere klanten met soortgelijke klachten zullen volgen.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



4

Indien het laatste het geval is dient er zo snel mogelijk een structurele oplossing te komen en duidelijke interne en mogelijk ook externe communicatie (richting klanten en eventuele ketenpartners).

Het hebben van terugkerende klanten levert naast continuïteit in je inkomstenstroom ook groter werkplezier en betrokkenheid onder je personeel op. Herkenning bij het weerzien van elkaar en het opbouwen van een band zijn daarop van grote invloed.

En doordat hierdoor het werkplezier en de betrokkenheid worden vergroot kun je over een stabielere bezetting met minder verloop en verzuim beschikken, waardoor je je klanten weer beter kunt bedienen.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



Het opbouwen van een vaste klantenkring vergt de nodige inspanning, maar doordat je zelf minder hoeft te investeren in het binnenhalen van nieuwe klanten kun je de tijd die je daarmee bespaart daarvoor ook benutten.

Daarnaast zijn er binnen sommige bedrijven slechts enkele verantwoordelijk voor het binnenhalen van nieuwe klanten, terwijl het behouden van klanten en het maken van ambassadeurs iets is waar iedereen binnen de organisatie invloed op kan uitoefenen en ook een gedeelde verantwoordelijkheid binnen het voltallige team zou moeten zijn binnen de bedrijfsvoering.

De voordeur wijd open maakt ook dat je voldoende personeel moet hebben om iedere bestaande en nieuwe klant goed te kunnen bedienen.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



6

Tenzij het kleine, eenmalige transactionele aankopen betreft uiteraard, maar veel vaker is het voor bedrijven juist van groot belang om duurzame relaties met hun klanten op te bouwen.

Lukt dat niet, dan staat dus die eerdergenoemde achterdeur net zo wagenwijd open en zijn alle inspanningen om klanten binnen te halen niet alleen van korte duur geweest, maar de kans op negatieve reacties online en offline in het netwerk van deze voormalige en dus vertrokken klanten levensgroot.

Dat maakt de inspanningen om nieuwe klanten te overtuigen des te groter. Het op orde brengen van je bedrijfsvoering om de kwaliteit en continuïteit te verbeteren zal dan echt prioriteit moeten krijgen, wil je je doelgroep kunnen bewegen om zaken met en bij je te komen doen.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



Door kennis te maken, in gesprek te gaan met je klant, hun behoeften en belangen in beeld te krijgen en daarop in te spelen kun je ervoor zorgen dat die duurzame relaties tot stand komen.

Je kunt immers achterhalen waar je voldoet en waar je nog kunt verbeteren of waar jouw potentiële klant mogelijk nog niet weet waarbij en hoe jij van dienst kunt zijn.

Dit kan betrekking hebben op je aanbod, maar dus ook op je benadering. Dat kan de persoonlijke benadering zijn of het ontbreken daarvan, maar ook de technische of algemene benadering. Hierbij kun je denken aan ervaringen die men opdoet op de website of in de webshop, maar ook met betrekking tot online of fysieke formulieren en procedures.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



Het bevorderen van klantbehoud ligt dus in klantbeleving. En dat is **ieder contactmoment** met het bedrijf waar men mogelijk overweegt over te gaan tot een koop én daarna.

Wanneer er zich een probleem heeft voorgedaan en dat al dan niet naar tevredenheid is opgelost en je hebt die informatie, is het uiteraard niet verstandig om daar via een geautomatiseerde route (mail of survey) nog eens naar te vragen. Zeker niet als het niet naar tevredenheid was. Waarom zou de klant nogmaals een dergelijke inspanning leveren? In zo'n geval is persoonlijk contact, *als* dat nog toegevoegde waarde heeft, een *must*. Let erop dat het iemand is die niet verder bijdraagt aan de frustratie, bijvoorbeeld iemand die het probleem eerder niet kon oplossen en waarmee de relatie broos of gebrouilleerd is.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



Wanneer er een verantwoordelijkheid rust om de zaak goed op te lossen is het verstandig je er extra voor in te spannen en soms hierin extra te investeren. In het kader van een gerechtvaardigde compensatie, maar ook in het kader van klantbehoud. Juist omdat dit dus die duurzame relatie en dat ambassadeurschap te weeg kan brengen. En je daarmee dus weer de harten van nieuwe klanten kunt winnen zonder deze zelf gericht te hoeven benaderen.

Het is altijd goed de afweging te maken of een (potentiële) klant bij je (bedrijf) past. Maar indien afscheid nemen wenselijk of zelfs noodzakelijk is, is er vaak alsnog de mogelijkheid dit op een passende wijze te doen. Zeker het doorverwijzen naar een andere, meer geschiktere, aanbieder valt veelal in goede aarde en kan wanneer helder en respectvol gecommuniceerd rekenen op begrip.





VIB Verbeter-effect: Klantbehoud bevorderen



10

Met de genoemde voorbeelden en inzichten kun je mogelijk al stappen zetten in het bevorderen van klantbehoud en het optimaliseren van de klantbeleving binnen jouw bedrijf of organisatie en zul je hier dus ook de resultaten van gaan opmerken. Zowel in de afname van je producten of diensten als in de omgang met je klanten en de reacties die daaruit zullen volgen en de omvang van je klantenbestand.

En dan wordt het mogelijk tijd voor een goed CRM-systeem, een nieuwsbrief, meer personeel, etc.





Verandermotivaties

Je bedrijfsvoering op orde



De reden om veranderingen door te voeren in je bedrijfsvoering kan ontstaan door verschillende motivaties.

Samen met de staat waarin je bedrijf verkeert kan dit bepalend zijn voor het resultaat.

Veranderen vanuit een veranderverlangen (een wens of ambitie) is vaak succesvoller dan wanneer je een verandering moet doorvoeren om in bedrijf te kunnen blijven. Waar je in deze situatie je ambitie kunt verwezenlijken en je draagvlak binnen je team kunt creëren, dien je bijvoorbeeld in een crisissituatie de noodzaak om te veranderen direct aan te pakken en te neutraliseren. Ook is er dan dus haast geboden bij het nemen van beslissingen, wat ten koste gaat van inspraak bieden en het creëren van draagvlak en het ophalen van mogelijke cruciale relevante informatie om de juiste beslissingen te kunnen nemen.

Een mindset gericht op continu verbeteren en dagelijks verbeteringen constateren, doorvoeren en evalueren helpen je om aan de steeds veranderende markt te kunnen blijven voldoen, om tijdig bij te sturen en daarmee relevant te blijven.



Fleur Rhemrev-Hartgers



Je bedrijfsvoering op orde

Ik help jou en je team met het creëren van een gezonde en constructieve bedrijfscultuur, het ontwikkelen van optimale processen, het leveren van gedegen kwaliteit en de vertaalslag te maken naar dé klantbeleving waarmee je het verschil maakt.



Stuur me gerust een connectieverzoek, volg me voor meer content over het op orde brengen van je bedrijfsvoering of neem contact met mij op of kom naar VIB Netwerk Café!

Fleur



06 51 82 00 17



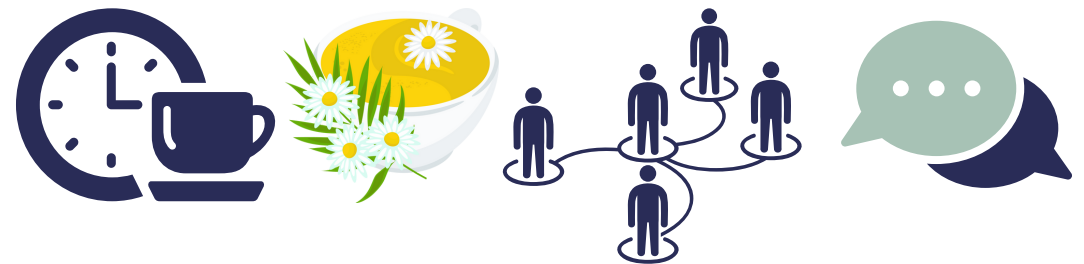
fleur@veranderinginbedrijf.nl



veranderinginbedrijf.nl



VIB Netwerk Café



Maandelijks netwerkbijeenkomsten

Voor (potentiële) ondernemers met of zonder personeel en (loondienst-)professionals die hun zakelijke netwerk graag vergroten in de regio Haaglanden, Rijnland en omgeving.

De maandelijks netwerkbijeenkomsten van **VIB Netwerk Café** hebben een zakelijke insteek, maar open en informeel karakter en richten zich op ondernemers en professionals die hun netwerk willen uitbreiden, kennis willen op doen en zich willen laten inspireren op het gebied van ondernemen en het runnen van een bedrijfsvoering. Die anderen kunnen inspireren door kennis en inzichten te delen en samen een community op willen bouwen. Een plek waar men sparringpartners en support vindt, op organische wijze inhoudelijke en verdiepende gesprekken voert en waar men graag naar terugkomt.

Meer info: veranderinginbedrijf.nl/vib-netwerk-cafe