



Hoe behoud ik mijn klant, ook in crisistijd?

In 10 stappen naar een blijde en loyale klant

Het werven van een nieuwe klant kost u zes keer zoveel als het behouden van een bestaande klant. Dat is een feit. U bent dus slim als u uw bestaande klanten koestert. Juist nu, in crisistijd. Maar hoe pakt u dat aan? Loop mee....in tien stappen naar een loyale klant!

Stap 1:

Luister naar uw klanten

Vraag of uw klant tevreden is. Voldeed uw product of dienst aan de verwachtingen? Zo niet, zorg voor een oplossing. Wees alert. Luister goed naar wat de klant zegt. Toon oprechte interesse. Vraag of u ergens bij kunt helpen (zonder direct iets terug te vragen).

Stap 2:

Ken uw klanten

Maak zoveel mogelijk persoonlijk kennis. Ga langs bij uw klant (als dat mogelijk is) en onthoud het gezicht. Laat iemand gewoon eens vertellen. Vraag ook eens naar persoonlijke dingen als verjaardag of gezinssamenstelling. Als u dat weet, kunt u daar later op terugkomen. Stuur bijvoorbeeld een handgeschreven verjaardagskaart!

Stap 3:

Bied abonnementen aan

Heeft uw klant een product of dienst bij u gekocht? Naar tevredenheid? Dan is het misschien tijd om eens een abonnement aan te bieden. Dit heeft voor beiden voordelen. Uw klant is voordeliger uit en u heeft de zekerheid van aankopen over de langere termijn. Een goede manier om klanten aan u te binden.

Stap 4:

Wees echt en authentiek

Iedereen maakt fouten. Dus u ook. Verberg ze niet voor uw klanten. Laat zien hoe u het oplost. Laat uw klanten direct weten als er iets mis gaat. En compenseer voor het ongemak

met een korting of gratis product. Wanneer u open bent over een fout, zien uw klanten u als echt en betrouwbaar. En dat versterkt de binding.

Stap 5:

Weet wat uw klant koopt

Houd een overzicht bij van wat uw vaste klanten afnemen. Zorg dat deze producten of diensten altijd geleverd kunnen worden. Zorg voor nieuwe betere varianten hiervan en laat uw klanten dit weten. Laat ze hier eens gratis van 'proeven'. Zo wordt de drempel wel heel laag gemaakt om iets later ook daadwerkelijk te kopen.

Stap 6:

Zorg voor een goede service

Het spreekt eigenlijk voor zich. Maar in de praktijk valt dit nog best tegen. Het is verleidelijk om direct de aandacht te richten op de volgende klant. Los problemen direct op. Zorg dat de klant met een goed gevoel achterblijft. Laat ook je medewerkers zo handelen. Na een goede service, zal uw klant sneller terugkomen voor een herhaalaankoop!

Stap 7:

Beloon uw vaste klanten

Geef uw klanten een reden om nogmaals een aankoop te doen. Heeft u klanten die vaker een product afnemen, beloon deze dan daarvoor voordat u nieuwe klanten gaat werven. Geef ze bijvoorbeeld een korting of gratis product. Communiceer uw actie op een heldere manier.

sociale media in de praktijk

Webshop Omoda

heeft verschillende Twitter pagina's, zoals een pagina speciaal voor kortingsacties en een aparte klantenservice pagina. www.twitter.com/omoda

Goossens Wonen & Slapen

organiseert op haar Facebook pagina regelmatig winacties, waar men aan mee kan doen. Zo houdt de woonketen contact met haar doelgroep. www.facebook.com/goossenswonen

Nationale-Nederlanden

heeft een eigen YouTube account waar ze commercials en filmpjes over verschillende onderwerpen plaatst. Op een prettige manier kan de doelgroep zo informatie tot zich nemen. www.youtube.com/nationalenederlanden

ABN Amro

staat op haar Twitteraccount 24 uur per dag klaar om vragen te beantwoorden, problemen op te lossen en bankzaken te regelen. www.twitter.com/ABNAMRO

Mexx

geeft op haar Facebook pagina leuke inspiratie voor kledingcombinaties, voor verschillende gelegenheden. www.facebook.com/mexx

Meer lezen over klantbehoud?

Wilt u meer lezen over de manieren waarop u kunt werken aan klantbehoud? Pak de eerdere uitgaven van SalesManagement van dit jaar er weer eens bij en houd de aankomende nummers in de gaten.

Stap 8:

Wees loyaal aan uw eigen medewerkers

Als u wilt dat uw klanten loyaal zijn aan u, moeten uw medewerkers ook loyaal zijn aan de klant. Om dat te bereiken, is het van belang dat u zelf ook loyaal bent naar uw medewerkers. Zo zorgt u voor een positief gevoel, dat vanzelf doorgegeven wordt naar beneden. Beloon uw medewerker bijvoorbeeld voor nieuwe aankopen van een loyale klant.

Stap 9:

Wees extra flexibel

Zeker in crisistijd, is het slim om u nog flexibeler op te stellen. Probeer uw product of dienst nog meer op de klant af te stemmen waar dat mogelijk is. Zijn er problemen, probeer dat dan altijd goed op te lossen, in het voordeel van de klant. Doe hier extra moeite voor. Hiermee voelt en ziet de klant dat hij belangrijk is voor uw bedrijf.

Stap 10:

Maak van uw klant een ambassadeur

Een tevreden klant is heel veel waard. Vraag eens of hij of zij andere mensen kent, die ook behoefte (zouden kunnen) hebben aan uw product of dienst. Vraag om een aanbeveling. Gebruik die ook als testimonial in uw communicatie-uitingen. Beloon uw klant daar natuurlijk wel voor. Met een leuke korting of gratis product of dienst. Uw klant zal u graag willen helpen.

Blijf in contact

Via de nieuwe social media blijft u heel gemakkelijk in contact met uw doelgroep. Wie volgen u op Twitter, Facebook, YouTube en Pinterest? Het vertelt u meer over uw doelgroep. Vraag hen naar hun interesses of doe er marktonderzoek en stem daar uw product, dienst of communicatie weer op af. Ook zijn de social media interessant voor het testen van nieuwe producten of diensten, workshops of trainingen. Stel er een testpanel samen. Vraag uw doelgroep naar feedback op bestaande diensten, producten en dienstverlening en ontwikkel samen met uw doelgroep nieuwe producten en diensten (co-creatie).

Wees bereikbaar

Uw doelgroep kan via social media ook makkelijk contact leggen met uw bedrijf. Voor het stellen van een vraag zonder lang te hoeven wachten, het geven van feedback, voor het melden van tevredenheid of klacht of om op de hoogte blijven van de laatste nieuwtjes of kortingsacties. Combineer verschillende social media, dan bent u nog beter bereikbaar.

Maar let op

Alleen als er door uw bedrijf snel en adequaat gereageerd wordt op input van de doelgroep, heeft het zin. U moet er mensen en tijd voor vrij maken. Is dat niet mogelijk, dan kunt u er beter niet aan beginnen. Wanneer u verschillende sociale media combineert, dan versterkt dat het effect.

Gratis en laagdrempelig

Social media zijn gratis en laagdrempelig en een groot deel van de maatschappij maakt er gebruik van. Schakel dus naast uw bestaande activiteiten voor klantbehoud, ook social media in. U laat uw doelgroep zo 'meepraten' over uw product of dienst en dienstverlening. Deze voelt zich zo gewaardeerd. Daarmee ziet u uw tevreden klant groeien naar een loyale klant.

ZET OOK SOCIAL MEDIA IN VOOR KLANTBEHOUD

Is het mogelijk om ook social media in te zetten voor klantbehoud? Zeker, want er wordt steeds meer gebruikgemaakt van deze nieuwe media. Door jongeren, maar ook meer en meer door oudere generaties.

Auteur: Manuella Slof-Keijzer (www.studiomoon.nl)

Onder redactie van Jan-Willem Seip (www.vendicum.nl)