



ACHTERDEURDICHT

HOE GEEF JE SLIM AANDACHT

Dit e-book gaat over aandacht.

Hoe geef je op een slimme manier aandacht aan jouw klanten en medewerkers.

In dit e-book wordt het allemaal uitgelegd.



HOOFDSTUK 1

WAT IS AANDACHT?

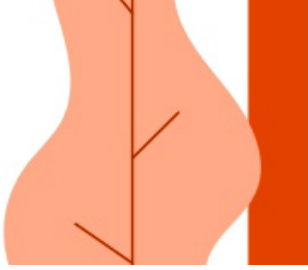
Er bestaat nogal wat onduidelijkheid over 'aandacht' als het om persoonlijk contact gaat. Vaak wordt aandacht uitgelegd als 'een gesprek aan tafel' en 'elkaar in de ogen kijken'. Dat is een groot misverstand. Juist in de nieuwe wereld is het mogelijk om veel slimmer én op verschillende manieren persoonlijke aandacht te geven.

Wat is aandacht eigenlijk? In verschillende woordenboeken vond ik de volgende omschrijvingen:

- ✓ bewust gerichte focus
- ✓ (gerichte) belangstelling
- ✓ opletten
- ✓ over iets nadenken

Ik vertaal het graag als echte belangstelling en oprechte interesse. Ben je daadwerkelijk geïnteresseerd in jouw klant of medewerker en ben je echt bereid om even wat tijd voor hem of haar vrij te maken? Daar gaat het om. De manier waarop en de duur van het contact zijn veel minder belangrijk. Ook met een persoonlijk digitaal bericht kun je al snel het verschil maken. Of weer eens bellen met een klant of een collega en gewoon informeren hoe het met hem/haar gaat. Wanneer gebeurt dat nou nog?!

Bedenk zoveel mogelijk ideeën om slim meer aandacht te geven aan jouw klanten en medewerkers. Je hoeft dit echt niet alleen te doen. Doe dit samen met anderen: met (zaken)vrienden, familie of jouw klanten en medewerkers zelf.



HOOFDSTUK 2

VASTLEGGING

Niemand kan alles onthouden. Daarom is het slim om persoonlijke klantinformatie en signalen vast te leggen. Let hierbij wel op de wet- en regelgeving op het gebied van privacy (AVG en GDPR). Als je de moeite neemt om belangrijke gegevens vast te leggen, kun je hiermee op een later moment extra persoonlijk zijn en de relatie met klanten en medewerkers versterken.

Als je echt geïnteresseerd bent in jouw klant, neem je de moeite om dit te doen. Het systeem waarin je de informatie vastlegt, is minder interessant. Let wel altijd op dat je voldoet aan de wet- en regelgeving. Het succes wordt voor 90% bepaald door de discipline (kwaliteit én volhouden) van het vastleggen en slechts voor 10% door het (CRM-) systeem dat je daarbij gebruikt.



HOOFDSTUK 3

DE KRACHT VAN DE GLIMLACH

Iedereen vindt het plezierig om aardig geholpen te worden. Het klinkt als een open deur maar helaas ervaar je in de praktijk zelden een echte glimlach. Elke glimlach valt op! Het is toch geweldig als iemand jou een glimlach schenkt? De man of vrouw die dit doet, heeft altijd een voorsprong op iemand die dat niet doet. De kracht van de glimlach wordt in de praktijk helaas veel te weinig benut.

Een glimlach heeft meerdere voordelen:

- ✓ met een glimlach op je gezicht kun je niet negatief denken, fijn voor je gesprekspartner én voor jou;
- ✓ een glimlach heeft invloed op je stem waardoor jouw stem aangenamer klinkt;
- ✓ een glimlach hoor je ook door de telefoon;
- ✓ een glimlach zorgt ervoor dat je aardiger gevonden wordt. En het is wetenschappelijk bewezen dat het brein informatie betrouwbaarder inschat van mensen die het brein aardig vindt.



HOOFDSTUK 4

SLIM AANDACHT GEVEN

Het is dus belangrijk om aandacht te geven. Het is ook belangrijk om dat persoonlijk, relevant en vriendelijk te doen. Ga met deze 3 ingrediënten aan de slag. Bedenk hierbij wel dat iedere klant de aandacht moet krijgen waar hij of zij recht op heeft. Klantwaarde staat hierbij centraal.

In de praktijk zie ik vaak dat alle klanten op bijna dezelfde manier worden bediend. Dat is jammer omdat klanten met een hoge klantwaarde dan te weinig aandacht krijgen en klanten met een lage klantwaarde te veel. Als je dit doet, gaan de belangrijkste klanten uiteindelijk weg en blijven de minder belangrijke klanten bij je. Dat is niet zo slim.

1. Een klant met een hoge klantwaarde heeft natuurlijk recht op meer aandacht dan een klant met een lage klantwaarde. Pas jouw klantbediening hierop aan. Zorg ervoor dat iedere klant de aandacht krijgt die hij/zij verdient.
2. Denk na over alle mogelijke manieren om met klanten te communiceren.
3. Met welke klanten communiceer je op welke manier?
4. Breng dit voor jezelf in kaart, maak het inzichtelijk en voer het gedisciplineerd uit.

HOOFDSTUK 7

TOT SLOT

Maak er een sport van om ieder contact zo persoonlijk mogelijk te maken.

Het is hierbij helemaal niet belangrijk of het om een persoonlijk gesprek, een telefoontje of bijvoorbeeld een bericht via social media gaat.

Veel succes!
Dick Mik

ACHTERDEURDICHT

CONTACT

+31 (0) 6 11 01 53 02

**Dam 29
4331 GE Middelburg**

**Dick Mik
dick@achterdeurdicht.nl**

**Milou Mik
milou@achterdeurdicht.nl**

**Alexander Mik
alexander@achterdeurdicht.nl**