

Sleutelmoment

Consultant Dick Mik: 'Op den
duur was ik vier dagen per
week aan het vergaderen'

46



ACHTERDEURDICHT

MIJN GEHEIME RECEPT...

VOOR MEER OMZET EN WINST MET JOUW BESTAANDE KLANTEN

INLEIDING

Nooit eerder schreef ik een e-book over mijn geheime recept. Tot nu toe heb ik altijd geld gevraagd voor deze informatie. Tot vandaag. Ik wil meer bedrijven helpen om beter voor bestaande klanten te zorgen én meer succes te behalen.

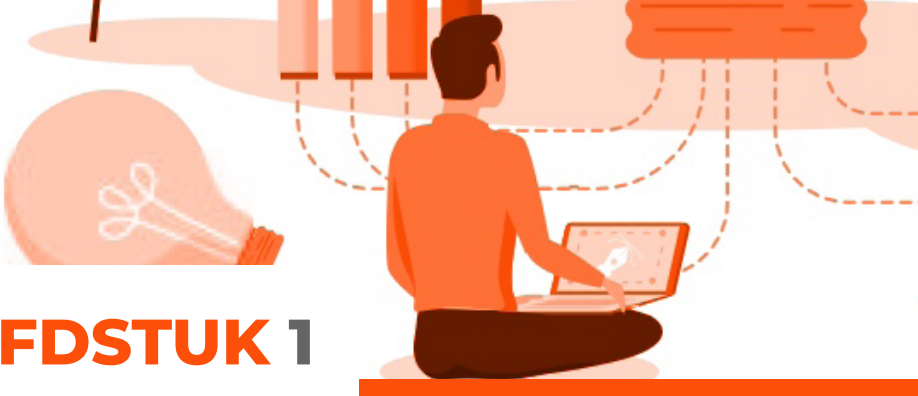
Met dit e-book wil ik ondernemers en ondernemende werknemers vertellen hoe je meer loyale klanten krijgt. Geen theoretisch geklets maar concrete tips die gebaseerd zijn op jarenlange praktijkervaring.

Mij wordt vaak gevraagd: "Waarom zijn loyale klanten zo belangrijk?" Mijn antwoord is dan heel kort. "Loyale klanten zorgen voor:

- meer omzet,
- hogere winst
- meer werkplezier
- trots

Dit geldt voor iedere branche en het maakt niet uit of je bedrijf groot of klein is zowel online als offline." Genoeg reden om verder te lezen toch? ;)

En ik schrijf een kort e-book omdat veel ondernemers en ondernemende werknemers een hekel hebben aan dikke boeken; daar hebben ze simpelweg geen tijd voor. Geen overbodige herhalingen om pagina's te vullen; gewoon bondige relevante informatie.



HOOFDSTUK 1

WAT ZIJN LOYALE KLANTEN EIGENLIJK?

Loyale klanten zijn klanten die meer dan tevreden zijn. Loyale klanten

- 1) blijven bij je
- 2) zijn bereid om meer producten en diensten bij je af te nemen waardoor je omzet groeit
- 3) loyale klanten bevelen jou bij anderen aan waardoor je ook in aantallen klanten kunt groeien

Een loyale klant koopt gemiddeld 76% meer dan een gewoon tevreden klant. Uiteraard is dit percentage per bedrijfstak verschillend (soms wel 600%) maar het verschil is altijd meer dan 10%.

Om van gewoon tevreden klanten loyale klanten te maken, moet je wel aan de slag. In dit e-book vertel ik je mijn aanpak.



HOOFDSTUK 2

DE JUISTE VOLGORDE IS HEEL BELANGRIJK

De stappen in de juiste volgorde zetten, is de basis voor een succesvolle aanpak. Zet de volgende stappen voor een succesvolle aanpak en realiseer binnenkort:

- meer omzet,
- meer winst
- meer plezier met jouw (bestaande) klanten

Nadat je de drie stappen hebt gezet, begin je weer opnieuw. Voor nog meer succes herhaal je de stappen keer op keer! Eén ronde duurt 6 tot 9 maanden. Gemiddeld is 1 tot 2 uur per week voldoende om aanzienlijke resultaten te bereiken binnen een jaar.



HOOFDSTUK 3

DE EERSTE STAP: MEER KLANTINZICHT

Breng in kaart welke klantinformatie beschikbaar is. Ken je klant!

Het is enorm belangrijk om te weten welke klanten belangrijk voor je zijn, bij welke klanten nog kansen liggen en welke klanten minder belangrijk voor je zijn.

Breng in kaart welke klantinformatie je al hebt en welke informatie je in de nabije toekomst wilt gaan verzamelen voor de volgende ronde. Weet welke klantwaarde door klanten wordt gerealiseerd.

Klantwaarde = omzet van een klant -/- kosten van een klant

Maak je geen zorgen, er zijn maar heel weinig bedrijven die deze informatie perfect in beeld hebben. Breng de klantinformatie zo goed mogelijk in kaart en ga hiermee aan de slag. Verbeter de klantinformatie ieder volgend jaar.

Ook de potentiële (mogelijk nog te bereiken) klantwaarde is belangrijk. Welke klanten kunnen in de toekomst belangrijke klanten worden met een hoge klantwaarde?

Gemiddeld over alle bedrijven:

20% van de klanten = 80% van jouw omzet

Geloof me, ook bij jouw bedrijf zal de verhouding ongeveer zo liggen.



Breng in beeld hoe jouw klantenbestand is samengesteld door middel van een klantpiramide. Gebruik de volgende simpele aanpak:

- 1) Wie zijn jouw 20% beste klanten die verantwoordelijk zijn voor het grootste deel van jouw omzet en winst?
- 2) Welke klanten kunnen later tot je beste klanten gaan behoren?
- 3) Welke klanten behoren tot de rest?

Denk vervolgens na wat de kenmerken van je beste klanten zijn. Zoek de klanten/mensen/bedrijven die blijkbaar graag zaken met jou/jouw bedrijf doen.

Het lukt echt niet om dit allemaal in één keer perfect te doen maar ga vooral aan de slag. Steeds een stap vooruit, daar geloof ik in. En in de praktijk zie ik iedere dag dat het werkt. Dus houd vooral vol!

Klantinzicht wordt nog beter door klantonderzoek te doen. Hiermee krijg je een beeld van de verwachtingen van jouw klanten. En je krijgt snel in beeld wat er goed gaat en wat er beter kan. Klantonderzoek hoeft helemaal niet duur te zijn en de juiste inzichten vormen een prima basis voor betere klantrelaties.

Zelf start ik altijd met een klantonderzoek.

Verdeel je aandacht vervolgens op de juiste manier. Geef jouw beste klanten en de klanten die je beste klanten kunnen worden, de allermeeeste aandacht.

Pas op dat je niet teveel aandacht geeft aan klanten die nauwelijks klantwaarde realiseren. Dat is een gevaarlijke valkuil. Zeurende klanten krijgen vaak de meeste aandacht, ook als ze weinig omzet brengen. Terwijl het eigenlijk andersom zou moeten zijn. Wees hier alert op.



HOOFDSTUK 4

DE TWEEDE STAP: GA IN GESPREK MET KLANTEN

Na de eerste klantinzichten is het belangrijk om met klanten in gesprek te gaan. Je gaat de algemene informatie verdiepen in persoonlijke gesprekken met je beste klanten.

Dit kun je 1-op-1 doen maar effectiever is het om KlantenArena's te organiseren. Zo achterhaal je nog beter wat er goed gaat en wat er beter kan. Luister aandachtig, stel veel vragen en vraag door. Een klant is je beste adviseur en het advies is nog gratis ook!

Voor een nog beter resultaat praat je ook met ex-klanten. Bereid je voor op kritische feedback en wees blij met veel verbeterpunten en tips; daar kun je namelijk direct concreet mee aan de slag.

Door met een verbeterpunt aan de slag te gaan en dit ook te vertellen, voelen klanten zich serieus genomen; dit versterkt de klantrelatie. Communiceer intensief. Niet 1x maar heel regelmatig (zie ook hoofdstuk 6).

Gebruik de complimenten van klanten voor een positieve sfeer binnen je bedrijf. Natuurlijk gaat er ook heel veel goed. Het is leuk en erg motiverend om medewerkers een schouderklopje te geven en te bedanken voor geleverd werk.

Geen loyale klanten zonder betrokken medewerkers!

Gebruik complimenten van klanten ook om de dingen die al heel goed gaan, nog beter te doen. Dit wordt in de praktijk vaak vergeten.

Bedenk dat complimenten vaak gegeven worden door fans van jouw onderneming. Deze fans noem ik ambassadeurs.

Een ambassadeur is bereid om meer producten of diensten bij jou af te nemen én een ambassadeur is bereid om jou bij iemand anders aan te bevelen. Daar kun je direct actief mee aan de slag.





HOOFDSTUK 5

DE DERDE STAP: VERBETEREN EN VERNIEUWEN

Met alle inzichten, verbeterpunten en tips ga je vervolgens zo snel mogelijk aan de slag. Pas de volgende tips toe:

- 1) Vertaal de klantinformatie naar echte klantwensen
- 2) Nooit meer dan 3 verbeteringen tegelijkertijd
- 3) Kijk goed om je heen en pik goede ideeën van andere bedrijven

Toelichting op 1.

Denk goed na over wat klanten je nou precies verteld hebben. Vaak moet je verbeterpunten van klanten vertalen naar de echte wens van de klant. Bijvoorbeeld, de klant zegt: "ik hoor nooit iets van jullie", de klant bedoelt waarschijnlijk: "ik wil persoonlijker bediend worden."

Toelichting op 2.

Pak nooit meer dan 3 verbeterpunten en/of vernieuwingen tegelijkertijd op. Meer dan 3 veranderingen werkt niet! Houd focus en maak verbeteringen eerst af voordat je aan nieuwe verbeterpunten begint.

Toelichting op 3.

Verbeteren en vernieuwen klinkt misschien ingewikkeld maar je hoeft echt niet alles zelf te verzinnen. Kijk naar concurrenten en kijk naar andere sectoren. Je kunt succesvolle concepten en ideeën van andere bedrijven vaak prima gebruiken voor jouw eigen bedrijf.



HOOFDSTUK 6

COMMUNICATIE, COMMUNICATIE, COMMUNICATIE

Ik schreef het hiervoor al. Communicatie bepaalt een groot deel van het succes, ongeveer 50%!

“Be good and tell it.” Vertel klanten steeds weer dat je goed luistert, verbetert en vernieuwt. Dat je klanten serieus neemt. En wat je allemaal doet en hebt gerealiseerd. Iedere keer weer. De beroemde Harvard-professor John Kotter zei het al: communiceer bij verandering 10.000 keer...

Klanten zullen verbeteringen en vernieuwingen uiteraard ook zelf gaan ervaren. Maar niet allemaal tegelijk. Dus vertel het ze alvast.





HOOFDSTUK 7

TOT SLOT

Werk samen! Denk hierbij niet alleen aan medewerkers maar ook aan klanten, leveranciers, vrienden en andere personen die jou kunnen helpen met het verbeteren van jouw bedrijf.

Door collega's te betrekken, neemt hun betrokkenheid en motivatie toe en door klanten te betrekken, versterkt de klantrelatie.

Kijk eens naar de methodes die tegenwoordig door allerlei organisaties worden gebruikt om tot verbetering en vernieuwing (innovatie) te komen. Verdiep je eens in zo'n methode. Het gebruik hiervan kan je vast helpen om sneller mooie stappen te zetten.

Heel 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**