



donderdag 31 juli 2008

Hoe verleidt u uw klanten tot herhaalaankopen?

Bestaande klanten hebben de voorkeur boven nieuwe. Toch laten veel ondernemers ze links liggen. Dat is stom. Vaste klanten bepalen 80 procent van de omzet.

Hoe laat u klanten 'plakken'? In ieder geval niet door dat bekende gezicht te negeren of door die herhaalbezoeken voor lief te nemen.

Feedback:

Klanten komen bij u terug omdat u een product of dienst biedt die hun problemen oplost. Vraag uzelf daarbij altijd af of u nog die probleemoplosser bent. Bel eens een klant, stuur een vragenlijst of stel vragen op uw website. De kans op een hoge response is groot. Bestaande klanten zijn immers al een fan van uw onderneming.

Technologie:

ICT is onmisbaar in de dagelijkse bedrijfsvoering, maar waak ervoor dat u het contact met de klant niet verliest. Voicemail, callcenters, formulieren en e-mail zijn praktisch, maar vertellen u niets over de klantbeleving. In een persoonlijk gesprek lost u, of uw personeel, het best vragen, problemen of klachten op. De meest vaste klanten staat u zelf te woord.

Klantprogramma's

Koop er drie en krijg er één gratis – een knullig concept? Misschien. Maar klanten zijn er dol op. Geef korting, gadgets, gratis goederen of diensten. Het is dé manier om loyale klanten te kweken. Want loyaliteit blijft alleen als u dat beloond. Maak die beloning vast onderdeel van de bedrijfsvoering.

Database:

Houdt een goede database van uw klanten bij en geef ze een waardering. Aan A-klanten geeft u meer aandacht dan aan C-klanten. Uiteindelijk doet 20 procent van uw klanten 80 procent van uw omzet – dát is uw kerngroep in klantrelaties. Houd de hele database op de hoogte van uw activiteiten middels een e-mailing. Zorg er wel voor dat u wat te melden heeft. Een e-mailing is meer dan een maandelijkse productfolder in de digitale brievenbus schuiven. Ook hier geldt: maak het persoonlijk.

Consistent:

Klanten komen terug omdat u consistent bent. Wees betrouwbaar, kom afspraken altijd na.

Personeel:

Huur goed personeel in. Dat klinkt als een inkoppertje, maar test u uw personeel ook op klantvriendelijkheid? Uiteindelijk heeft het personeel het meeste contact met de klant.

Ten slotte: wat is er zo goed aan bestaande klanten?

- Ze kosten minder dan nieuwe
- Bestaande klanten (mits tevreden) zijn wandelende billboards – mond-tot-mond reclame

Verloren klanten

Bent u te laat en zijn uw klanten er al vandoor? Probeer dan het vertrouwen terug te winnen.

Incentives:

Zijn uw klanten niet zo van het invullen van enquêtes? Prikkel ze dan met een korting of gadget. Ook klanten die u inmiddels kwijt bent zijn daar gevoelig voor. Het is dé manier om te ontdekken waar het fout is gelopen tussen afnemer en leverancier.

Win het vertrouwen terug:

Geef garanties, beloof het probleem op te lossen. Hebben ze gekozen voor de concurrent vanwege de prijs, duik daar dan onder. Is het een kwestie van service, biedt die dan gratis aan.

Wees betrouwbaar:

Als iets klanten tot fans maakt dan is dat wel eerlijkheid en betrouwbaarheid. Dus heeft u een fout gemaakt, geef dat dan toe. Sorry zeggen is de eerste stap naar een nieuwe vaste klant.