



Je bedrijfsvoering op orde



Klantwaarde

Klantwaarde

Men spreekt over klantwaarde als men bereid is voor iets te betalen of wanneer men bereid is erop te wachten en een aanschaf dus een lange(re) levertijd heeft en men dat acceptabel vindt.

Voorbeelden zijn een bankstel of een nieuwe auto, maar ook overheidsinstanties werken vaak met levertijden en ook mogelijke prijsverschillen.

Ga je bijvoorbeeld voor een spoedaanvraag van je nieuwe paspoort, identiteitskaart of rijbewijs of ben je bereid te wachten op de reguliere langere levertijd, waarbij de kosten lager liggen dan bij een spoedaanvraag.

Bereidheid

Ten aanzien van betalen en wachten gaat het er uiteraard ook om hoe gemakkelijk men de processen van jouw organisatie kan doorlopen. Als het online bestelsysteem er steeds uit ligt of de telefooncentrale steeds opnieuw aangeeft dat de antwoorden die de klant geeft onjuist verstaan zijn en er niet met de juiste medewerker of afdeling doorverbonden kan worden, lopen de tijd en energie in de vormen van wachten en kosten natuurlijk steeds verder op voordat de klant resultaat heeft en daardoor voortijdig afhaakt. De bereidheid neemt dus af om daar in termen van tijd en energie en uiteindelijk geld voor te betalen en op te wachten.

Persoonlijke benadering

Dat geldt echter ook voor wat een klant acceptabel vindt ten aanzien van persoonlijke benadering of juist het ontbreken daarvan. Ook dat is van invloed of men bereid is om voor jouw product of dienst te betalen en/of erop te wachten.

Wordt men vriendelijk begroet, plezierig geholpen en worden klachten adequaat afgehandeld? Hoe zou jij de klantbenadering van en door jouw organisatie ervaren als klant?

Overtreffen

Het zogenaamde overtreffen van verwachtingen van klanten komt feitelijk gewoon neer op prijs. Hoe hoger de prijs en hoe exclusiever je aanbod, hoe hoger de verwachtingen. Maar niet iedere ondernemer richt zich op dat segment en is het dus rendabel om steeds maar weer die verwachtingen te overtreffen.

Daarnaast kun je je afvragen of het realistisch is van de klant om van het lagere en middensegment te mogen verwachten dat hun verwachtingen steeds maar weer (moeten) worden overtroffen.



Naar vermogen

De basis moet goed zijn en dat betekent dat de verkopende partij weet waar zij mee bezig zijn en dus deskundig is en integer handelen en daarmee betrouwbaar is.

Daarnaast speelt toewijding een belangrijke rol.

Als jij **naar vermogen je klant op de best mogelijke wijze wil bedienen** kun je dus die verwachtingen managen, maar naast het managen vergt dat ook alsnog de nodige toewijding en inspanning richting je klant.



Basisprincipes

Fatsoen, empathie en erkenning als basisprincipes hanteren in je handelen binnen je bedrijfsvoering kosten uiteindelijk niet heel veel, maar leveren wel veel op.

Tevreden en blijvende klanten die jouw bedrijf aanbevelen, online en binnen hun eigen netwerk, waardoor jouw bereik en klantengroep de mogelijkheid krijgen om te groeien. En waardoor je minder inspanningen hoeft te verrichten om nieuwe klanten te werven. Dit gaat immers al voor een (groot) deel organisch door je huidige klanten als ambassadeurs en door deze te behouden.



Profijt

Zo kun je dus zonder (marketing)budget en directe marketingstrategie te ontwikkelen en implementeren je dagelijkse bedrijfsvoering naar een hogere klanttevredenheid helpen.

En heel vaak levert het zulke leuke en positieve reacties van klanten op en interacties met klanten op dat het werk er ook nog eens leuker, uitdagender en inspirerender van wordt waardoor je het als ondernemer en team het langer volhoudt, omdat je er meer voldoening uithaalt. Ook zet het persoonlijke en professionele ontwikkelingen in gang binnen het team en de organisatie wat profijt oplevert.

Klantwaarde

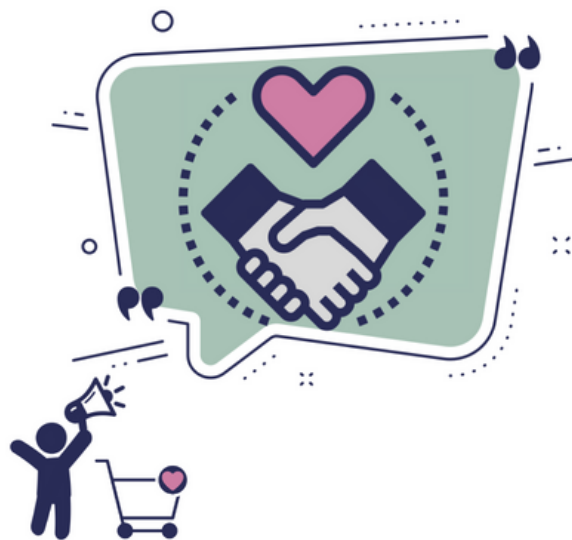
Dus:

- voor welk aanbod is jouw klant bereid te betalen,
- op welk aanbod is jouw klant bereid te wachten
- en wat acht jouw klant acceptabel en ook juist als heel prettig en uniek binnen jullie persoonlijke benadering en de te doorlopen processen?



Verandering IN BEDRIJF

Verandering In Bedrijf



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.



Verandering
IN
BEDRIJF

Stuur me gerust een connectieverzoek of volg me voor meer content over het op orde brengen van je bedrijfsvoering!

Fleur