

Hoeveel van jouw klanten brengen nieuwe klanten aan?



Hoeveel van uw klanten hebben uw klanten
aangebracht?

Klanttevredenheid staat bij veel klanten hoog in het
vaandel. Er wordt veel gemeten of klanten tevreden
zijn. De hoogte van NPS (Net Promotor Score) wordt
gezien als belangrijk. Maar is een hoge NPS score
voldoende? Hoeveel van jouw klanten hebben
daadwerkelijk nieuwe klanten bij je aangebracht?

Commerciële processen richten zich veelal op het realiseren van nieuwe klanten. Dit geldt voor zowel Business to Consumer processen als ook voor Business to Business processen. We kennen allemaal de voorbeelden: zorgverzekeraars die aan het eind van het contractjaar de marketingmachine aanzetten om weer klanten te werven. Energiemaatschappijen die kortingen aanbieden aan nieuwe klanten, maar bestaande klanten niets bieden en daarmee een deel van deze klanten weggagen! Bestaande klanten worden onvoldoende gekoesterd.

Wat zou het voor organisaties betekenen als klanten zo tevreden zijn dat ze elk jaar zelf 2 nieuwe klanten aanbrengen? Het activeren van klanten tot actieve fans, zorgt voor exponentiele groei. Zonder actieve fans blijft je omzet zich in het gunstigste geval lineair ontwikkelen.

Verander je tevreden klanten in fans?

Account Management richt zich veelal op het behouden van klanten. Dit is belangrijk, maar kan nog een stap verder.

Een goed product en uitstekende dienstverlening is een noodzakelijke voorwaarde voor het creëren van actieve fans. De klant verwacht eigenlijk niets anders. Een klant wordt een fan als het product en bijbehorende dienstverlening de verwachting overtreft. Elke keer weer! Wat kan jouw organisatie doen om dit te realiseren? Een fan is nog steeds geen actieve fan. Wat kan jij doen om van jouw klanten actieve fans te maken? Hoe vaak heb jij aan jouw klanten gevraagd of ze klanten willen aanbrengen? Weet je ook wat hun motieven zijn om dit te doen? Geld, leuke ervaringen delen met hun relaties of als eerste nieuwe producten/diensten krijgen zodat ze concurrentievoordelen krijgen?

Hoeveel van jouw klanten brengen nieuwe klanten aan?



Het creëren van actieve fans is voor elke organisatie anders. De kennis hiervoor is veelal al bij de individuele medewerkers aanwezig. Wat zou het betekenen als je deze kennis kan activeren en structureren?



Raymond Zijlstra

Bedrijfseconoom, gespecialiseerd in Sales Management, Marketing, Commercial Excellence en Business Development.

Eigenaar van Verkoopkracht.com & Partner van Blue Pepper

Telefoon: +31(0)6 50 2929 54

E-mail:

Raymond@verkoopkracht.com

Raymond@bluepepper.blue