



Ambassadeurs

Vaak zijn klanten beter op de hoogte van wat er speelt dan jijzelf. Ze weten Trends te benoemen die jij vanuit je Glazen Kantoor al niet meer ziet omdat je te betrokken bent bij het reilen en zeilen van alledag.

Ze weten productverbeteringen aan te dragen die slimmer zijn dan de designafdeling had kunnen bedenken.

Ze maken gaten in je dienstverlening zichtbaar, waar je zelf met open ogen al jaren naar zit te kijken; omdat ze bijvoorbeeld de concurrent ook over de vloer krijgen.

En weet je wat het mooiste van dat alles is? Klanten die in de rol van adviseur worden gezet voelen zich daarna veelal uiterst gestreeld. Gedragen zich als je beste Ambassadeur en zijn niet zelden de eerste klanten van de nieuwe producten of diensten, alsof ze hoogstpersoonlijk aan de wieg ervan hebben gestaan.

Profiteren dus.



Service met een kleine 's'



Bij de verkoop van vorkheftrucks van een gerenommeerd merk is het vooral zaak de inruil vlekkeloos te regelen. Maar wat te doen met de mindere inruilobjecten? Die kosten teveel om op te knappen en met gerenommeerde garantie opnieuw te verkopen.

Daarvoor richt je dus een geheime dochter op die dat risico overneemt. Ineens spelen zware garanties geen rol meer en wordt service met een minder grote letter geschreven. Maar de Klant verwacht ook niet meer bij zo'n bedrijf. Als maar duidelijk is wat die klant kan verwachten is 'ie ook bereid zelfs daar Ambassadeur van te zijn.



De klant kan me nog meer vertellen!

Klantentrouw belonen in plaats van afstraffen

Wie ergert zich niet aan al die lokkertjes voor nieuwe klanten? Waarbij je als trouwe klant de idee hebt dat je hoogstpersoonlijk die kortingen mag compenseren. Je betaalt gewoon teveel, toch?

Bij een probleempje aan een mobieltje ging de Klant naar het verkooppunt van de groene telefoonmaatschappij. De verkoopster (duidelijk niet gewend om in de toch al niet te stijlvolle bedrijfskleding rond te lopen) liet zich bij een blik in de database, die ze raadpleegde voor de aard van het contract, ontvallen: "Oh, u staat in het systeem als één van onze Top-klanten". Daar had de Klant nog nooit wat van gemerkt, alhoewel hij zich bewust was dat de maandelijkse rekening knap hoog was.

Die opmerking bracht de Top-Klant ertoe om eens rond te gaan shoppen en tot de ontdekking te komen dat hij voor de helft minder bij een concurrent terecht kon, tegen betere voorwaarden. Ruim 20 jaar Klant geweest, nog zeker 20 jaar te gaan.

Bij het opzeggen van het contract was er niemand van de telefoonmaatschappij die informeerde naar de reden voor vertrek. Daar verwonderde de Klant zich nadrukkelijk NIET over.



Voor je het weet...

Dat moderne informatietechnologie verregaande gevolgen heeft, dat hebben al een aantal bedrijven gemerkt. Zo haalde een teleurgestelde klant van Starbucks, de koffiegigant, landelijke publiciteit met zijn klacht (zie www.starbucked.com). En verzamelde en passant 300.000 klachten van andere ontevreden klanten. Zijn dat er voldoende om wakker te worden op de ruim 10 miljoen klanten die Starbucks per dag serveert? Oordeel zelf. Tip: kijk af en toe eens in zoekmachines wat klanten over je schrijven. Dat kan zeer verhelderend zijn.



Kijk ook eens op forums of de naam van de organisatie daar voorkomt. Mits open en eerlijk gedaan kun je daar zelfs reclame voor jezelf maken!