

BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | www.frta.nl | E-mail: froelfsema@frta.nl

Klantenhuwelijk.

Het zal je niet ontgaan zijn dat de titel boven deze blog boost weer het ergste doet vermoeden. Niets is minder waar. Echter wel een na denker of zoals je wil een doordener. Want klantenbinding bij je therapie praktijk is bijna vergelijkbaar met een huwelijk. Ja, je zal reageren met de mededeling dat 1 op de 3 uit elkaar gaat. En denk eens na..... ook bij jou verdwijnen er klanten. Is net niet nu dan wel in de toekomst. Zelfs de befaamde instrumenten en of criteria voldoen eraan om een huwelijk, dus ook klanten relatie in stand te houden. Praten, investeren en verassen zijn noodzakelijke ingrediënten om de boel zakelijk op de rit te houden.

Je voelt al wel dat een jarenlange trouwe klant voor lief wordt genomen. Er komt een bepaalde vorm van bedrijfsblindheid, er komt een routine in. En alles waar routine in sluipt, gaat na verloop van tijd verandering zoeken.

De klanten, ook je klanten blijven hangen bij de therapie praktijk, je behandelingen blijven routinematig, gevolg is dat een klant tevredenheid over producten en service niet meer ziet en laat staan herkent. Een groot gevaar dreigt.

Nieuwsgierigheid naar andere methoden, andere producten en zelfs een andere aanpak bij behandelingen kunnen de klant weg lokken van je therapie praktijk. Deze gaat dus vreemd.

Je dient dus in gesprek te blijven met je klanten. Ook al bestelt de klant al jaren hetzelfde, probeer er achter te komen of alles nog naar wens is. Ook aandacht besteden aan de vernieuwde methoden voor behandeling dien je te peilen. Hier haal je tevens cross selling en up selling mogelijkheden uit.

Het eerste begrip gaat over de bij artikelen die je kunt verkopen als extra en het tweede begrip gaat over een hoger kwalitatief product in een andere prijs categorie. Zelfs de mogelijkheid voor een second chance selling kan zich voordoen. Denk maar eens aan het feit dat een klant nu wel koopbereid is om het gehele producten assortiment bij je af te nemen.

Is je service niveau nog even hoog als toen de klant net bij je en je therapie praktijk kwam? Ook vragen waar je aandacht aan dient te besteden.

FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

Inhoud van deze Blogboost:

Klantenhuwelijk	1
Klanten kijk	2



Het is natuurlijk je uitgangspunt om een nog betere service te verlenen dan vroeger. En als klapstuk en slotstuk van dit alles laat je regelmatig weten dat je het op prijs stelt dat hij of zij nog klant is bij je therapie praktijk.

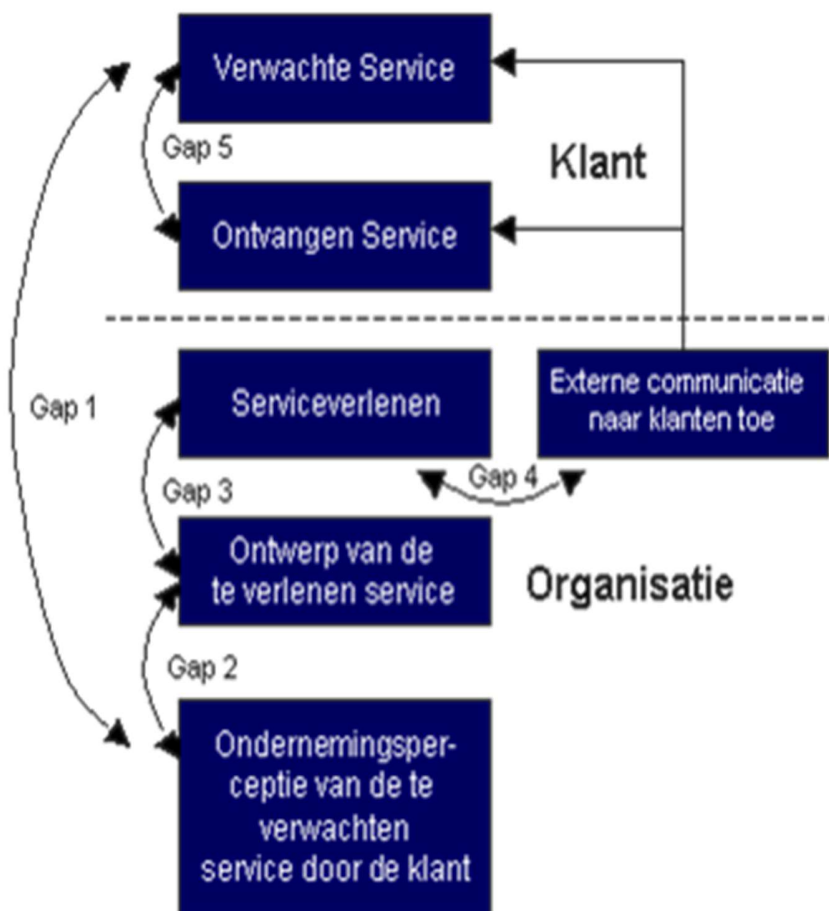
Bestaande klanten hebben behoefte aan een compliment en het gevoel krijgen dat ze er bij horen. Je imago gaat daarmee naar amigo. Het zijn maar een tweetal letters, die wisselen van positie, maar oh wee... Je bent wel een "ezel" als je ze niet gebruikt.

Binnen de sales en marketing is er zelfs een gezegde dat aangeeft dat trouwe klanten meer belooft dienen te worden dan nieuwe klanten. Je ziet het al dat klantenbinding net zo werkt als een huwelijk. Pas het ook toe op klanten die je al verlaten hebben. Je zal merken, verbazen, hoe vaak een dergelijke inspanning met succes bekroond kan worden.

Klanten verlaten de therapie praktijk uit nieuwsgierigheid. Uit iets willen hebben en uitproberen omdat anderen dat binnen hun kring ook hebben gedaan. En ook hier speelt de zin; het hebben van de zaak is het einde van het vermaak een grote rol.

Daarom is het even goed nadenken over de binding die je hebt met je klanten en hoe je nog meer dan voorheen iets doet aan die relatie. En denk eraan: het huwelijk moet onophoudelijk een monster bestrijden dat alles verblindt: gewoonte.

Klanten kijk.....



Klantenbinding met social media.....

