

Klant vraagt aandacht

Crisis, bezuinigingen en onrust waren in de afgelopen jaren veelgehoorde woorden. Een crisis schept echter ook kansen. In stormachtige tijden gaan slechtlopende activiteiten ten onder, is creatief denken een must en staat kwaliteit bovenaan. Kansen voor ondernemers met een sterk verhaal, die communiceren met hun klanten. Het toverwoord is aandacht.



De oogst in het najaar is in volle gang, een drukke tijd voor veel bedrijven. Maar als die weer voorbij is, blijft u wachten tot de telefoon gaat voor de volgende opdracht? Vraagt u na de werkzaamheden van het afgelopen seizoen naar de ervaringen van het afgelopen jaar of vraagt u aan uw klanten wat hun plannen zijn voor het komende jaar? Investeren in een goede relatie met uw klanten werpt zeker in deze roerige tijden zijn vruchten af.

Om werk en omzet te creëren, komen er op zowel veehouderij- als akkerbouwbedrijven veel verschillende adviseurs en verkopers langs. Uit eigen ervaring weet ik hoeveel verschillende vertegenwoordigers er met enige regelmaat aan de keukentafel zitten. Denk aan de voerleverancier, de veehandelaar, de handelaar in hooi en stro, de vertegenwoordigers van handelshuizen, de bemestings- en gewasbeschermingsmiddelenadviseur, de teeltbegeleider en de verkopers van mechanisatiebedrijven. In dat rijtje ontbreekt heel vaak de loonwerker. Misschien aan het einde van het jaar voor de kalender, maar een gesprek over de werkzaamheden, de kwaliteit en eventuele wensen heb ik nog niet meegemaakt. Veel bedrijven beschouwen het nog steeds als heel vanzelfsprekend dat elk jaar dezelfde loonwerker wordt ingeschakeld voor de werkzaamheden.

Op de vraag waarin u zich onderscheidt ten opzichte van een collega-loonbedrijf zult u zeggen: "Als je kwaliteit levert, blijven de klanten toch wel?" Inderdaad is dit wel een belang-

rijke en onmisbare eerste stap in de dienstverlening in het algemeen. Maar wat als uw collega c.q. concurrent die kwaliteit ook levert? De wereld is niet meer zoals tien of vijftien jaar geleden. De klant die tien of vijftien jaar geleden nog loyaal en trouw was, kijkt nu verder voordat hij zijn keuze maakt. De huidige mogelijkheden met het dynamische mobiele netwerk maken telefoneren en keuzes maken een kwestie van minuten.

Samenwerken

De bezoekers van AgroTechniek Holland, uw agrarische klanten, geven aan dat ze de loonwerker inschakelen vanwege de invulling van arbeidspieken, de hoge investeringen in een up-to-date machinepark, de kwaliteit van het werk en het ontzorgen, lees: aandacht. Mede door de schaalvergroting in de veehouderij en akkerbouw doen de agrariërs vaker een beroep op de loonwerker. Daar kunt u op inspelen. Een ondernemer met toekomstvisie gaat in gesprek met zijn klanten en kent hun wensen. Tevens geven deze agrarische ondernemers aan dat ze ook baat hebben bij een goede relatie met de loonwerker en niet veranderen zolang prijs en kwaliteit in een goede verhouding zijn.

Uw klant wil aandacht. Soms moet u enige specifieke kennis hebben om uw klanten gefundeerd te adviseren als het gaat om bijvoorbeeld ruwvoederwinning en zaken als de bodemstructuur. Er ontstaat op deze wijze een andere manier van samenwerken tussen u en uw klant, maar wel een manier van samenwerken die u onderscheidt in de markt. Met de nodige vakkennis en ervaring en met uw professionele medewerkers kunt u investeren vanuit dezelfde passie. Om samen de klus te klaren.

TEKST: Ada Kieft

FOTO: Toon van der Stok

Tip

Stuur geen kerstkaarten en kerstattenties met de goedbedoelde tekst 'Bedankt voor het vertrouwen in het afgelopen jaar'. Ga in plaats daarvan in de drie of vier wintermaanden op bezoek bij klanten, spreek vertrouwen uit en bespreek hoe de bedrijfsvoering de komende jaren samen te verbeteren is.