

KLANTENBINDING

Een gegeven paard...

Een
cadeautje
**is pas een
cadeautje** als de
ontvanger het
ook als zodanig
ervaart.

“En deze krijgt u van ons!” Ik krijg een tasje met daarin een foldertje en een kauwkluijfe. De dierenspeciaalzaak waar ik zojuist een riem heb aangeschaft, promoot een nieuw merk hondensnacks. Nieuwsgierig kijk ik naar het kluijfe. Het is niet het soort kluijfe dat ik zelf zou kopen. Ik lees vluchtig het foldertje en besluit dat dit kluijfe niet voldoet aan mijn eisen aan hondenvoer. Ik geef het terug en bedank vriendelijk. “Maar het is gratis!” “Ja dat weet ik, maar ik geef dit niet aan mijn honden.” Een verbaasde blik en een schouderophalen zijn het antwoord.

TEKST: MARLEEN VAN BAAL | FOTO: BEN WHITE, RAWPIXEL

Terwijl ik naar buiten loop, denk ik na over wat er net gebeurde. Ik krijg iets, waar ik niet op zit te wachten. Iets wat ik zelf niet zou kopen. De winkelier heeft de beste bedoelingen: enerzijds promoten van het product en anderzijds mij binden door een presentje te geven. Niets mis mee, zo gaat het toch zo vaak? En toch knaagt er iets bij mij. Maar wat?

Chocola

Ik loop naar de bakker. Op de toonbank staat een schaal met koekjes en chocola. “Wilt u iets proeven, mevrouw?” vraagt verkoopster. “Deze zijn nieuw in ons assortiment.” Ze legt vervolgens kort uit welke ingrediënten erin zitten en moedigt mij aan om naast het koekje ook zeker de chocola te proberen. Ik ben gelijk verkocht. Die chocola... daar wil ik wel een doosje van. Naast mij staat een meneer. Hij bedankt voor het lekkers. Ondanks zijn weigering krijgt hij een stralende glimlach en een prima service als hij vervolgens twee gesneden tarwebroden bestelt. Met mijn brood, een doosje chocola in mijn tas én nog een chocolaatje in mijn mond loop ik naar buiten. Ik denk na over de situatie bij de dierenwinkel en nu bij de bakker. Het kwartje valt. Eigenlijk vallen er meerdere kwartjes...

Persoonlijk

Het eerste wat in mij opkomt is dat een cadeautje pas een cadeautje is als de ontvanger het ook als zodanig ervaart. Ik had niets met het kluijfe en hoefde het niet te hebben. De chocola, het eerste stukje en zeker het tweede stukje, waardeerde ik echter enorm. Ook de presentatie speelde mee: bij de dierenwinkel kreeg ik het kluijfe in een zakje met een folder, zonder verdere uitleg over het product.

TIPS

- Geef de klant de keuze. Iets uit mogen kiezen, verhoogt de betrokkenheid bij het product en geeft jouw klant de kans iets te krijgen wat hij ook echt waardeert.
- Geef alleen zaken weg waar jij 100 procent achter staat. Dan kun je iets over het product vertellen en de vragen van klanten hierover beantwoorden.
- Geef om het geven. Natuurlijk hoop je dat de klant vaker bij je terugkomt. En je hoopt dat hij in de toekomst dit product ook gaat aanschaffen, maar laat dat niet de belangrijkste drijfveer zijn.
- Geef je cadeautje om je klant jouw waardering te laten zien dat hij ervoor kiest om bij jou klant te zijn.

Bij de bakker lag het lekkers aantrekkelijk uitgesteld en werd ik geïnformeerd op persoonlijke wijze. Het derde kwartje dat viel: “nee” zeggen of bedanken voor je cadeautje zou net zo vanzelfsprekend mogen zijn als het aannemen. Het gaf mij een ongemakkelijk gevoel bij de dierenspeciaalzaak dat er verbaasd en daarna onverschillig werd gereageerd, terwijl de meneer bij de bakker vrolijk de deur uit ging.

Nu het einde van het jaar bijna in zicht is, bieden veel ondernemers hun klanten een presentje aan. Ongetwijfeld staat er bij jou naast de kassa ook een mandje met lekkers of krijgen de honden na hun laatste pensionbezoek of knip- en wasbeurt een kleinigheidje mee, verpakt in kerstpapier. En dat is heel attent bedacht. Maar kijk eens of je met het bovenstaande in gedachten jouw presentjes ook op een klantenbindende manier kunt aanbieden. Veel klanten vinden het leuk om iets te krijgen. Er zijn klanten die het aannemen ‘omdat het gratis is’ en dat is prima. Maar ik denk dat je het met me eens bent dat de klanten die

oprecht blij zijn met jouw gift, ook de klanten zijn die jij het liefste terugziet in jouw zaak. Besteed daarom extra zorg aan jouw presentjes, zowel in wát je geeft en hóé je het geeft. Dan zal jouw klant het ook ervaren en waarderen als een persoonlijk cadeautje. En dan komt hij zeker bij jou terug! ←

MARLEEN VAN BAAL coacht ondernemers in de hondenbranche vanuit haar bedrijf HondZakelijk, waarbij ze zich zowel op de zakelijke en praktische als de persoonlijke kant van het ondernemerschap richt. Ben je benieuwd wat HondZakelijk voor jou kan betekenen? Mail Marleen dan via marleen@hondzakelijk.nl voor een gratis telefonische InZicht-sessie. Binnen een halfuur krijg je waardevolle tips en weet je of een HondZakelijk-coachtraject bij jou past.