

## HOE KRIJG JE MEER KLANTEN?

18 mei 2021

Je bent zaakvoerder van een KMO. Je hebt tevreden klanten. En dat maakt je een tevreden ondernemer. Dat is mooi. Je klanten staan centraal in je bedrijf. Maar wat als je wil groeien? Of wat als een andere speler in de markt stilaan de klanten van onder je neus wegsnoept? Hoe krijg je meer klanten? Bij deze strategische denkoefening staat 1 woord centraal: **waarde**.

### Het belang van waarde voor meer klanten

We hebben het hier niet over waarde in termen van geld. Het gaat over de diepere **betekenis** die jouw product of dienst heeft voor de klant. Het gaat over de **beleving** die je klant ervaart tijdens en na het kopen van je product of dienst. Je leest het goed. Ook tijdens de aankoop voelt de klant de waarde aan. De weg naar het product wint steeds meer aan belang. De **Customer Journey** is een pad vol ontdekkingen. Denk aan de recente hype rond unboxing, het filmen van het uitpakken van een net aangekocht nieuwtje. Hoe leuker en unieker de Customer Journey, hoe nieuwsgieriger je klant is. Hij kan niet wachten om zijn volgende aankoop te doen.

Eens de aankoop er is, heeft je product of dienst uiteraard een bepaalde waarde voor de klant. Het product helpt de klant om het **doel** te bereiken waarvoor hij je product gekocht heeft.

### Hoe creëer je extra waarde om meer klanten aan te trekken?

Om het wat tastbaar te maken, lees je hieronder enkele voorbeelden van uiteenlopende bedrijven. Van eenmanszaak tot multinational: elk succesvol bedrijf biedt waarde. Laat je inspireren.

#### Kledingwinkel

Je hebt een kledingwinkel met leuke, betaalbare kledij. Voor elk wat wils. Maar wat als je dé kledingwinkel wordt voor je klant. De enige winkel waar je klant binnen het half uur drie passende broeken vindt. Gedaan met de urenlange zoektocht en pasbeurten. Gedaan met de complexen over je figuur. De volgende keer twijfelt je klant geen seconde om rechtstreeks terug naar je winkel te komen.

## Muziekfestival

Muziek brengt sowieso sfeer en good vibes. Maar tegenwoordig wil de klant dat tikkeltje meer. En dat hebben de organisatoren van Tomorrowland perfect begrepen. Van zodra je jouw ticket wil bestellen word je meegezogen in de magische wereld van de 'people of Tomorrow'. Je krijgt niet droogweg een af te printen ticket in pdf. Je ontvangt thuis een schatkist met jouw persoonlijk bandje. Eens aangekomen ademt alles wat je ziet magie. Het plaatje is af. De muziek is bijna bijkomstig. Het gaat over het even ontsnappen aan het dagelijks leven, werk, huishouden,... De waarde voor de klant is ongezien.

## IT

IT is een bijna voor-de-hand liggende business. Het is specialistenwerk. Jan met de Pet heeft er geen kaas van gegeten en heeft bij het kleinste euvel hulp nodig. De vraag is groter dan het aanbod. Er is een schreeuw naar nieuwe medewerkers. De waarde ligt hier voor de hand. Je verhelpt problemen waardoor de klant terug aan het werk kan of op zoek gaan naar inspiratie voor die nieuwe keuken. Hoe creëer je in dit geval extra waarde? Door klantvriendelijkheid aan de telefoon, door een goede planning, door een follow-up-telefoontje om te informeren of alles nog werkt,...

Zet dit je aan het denken? Goed zo! Een wereld van strategisch denken en strategische ondernemers, dat is onze missie.



Over de schrijver

*Eric Debacker*

Eric Debacker is de drijvende kracht achter gedreven.be. Met een MBA als achtergrond heeft hij een jarenlange internationale business én KMO ervaring. Het promoten van strategisch ondernemen voor ondernemers is zijn ultieme doelstelling.