Hoe houd je klanten vast en stimuleer je herhaalaankopen?

Nieuwe klanten krijgen vaak veel aandacht. Er komen campagnes, aanbiedingen en kennismakingsgesprekken. Maar wat gebeurt er met de mensen die al voor je hebben gekozen?

Bestaande klanten kennen je organisatie. Je weet mogelijk welke producten ze gebruiken, welke vragen ze stellen en wat ze belangrijk vinden. Dat biedt aanknopingspunten om de relatie verder te ontwikkelen.

Onderzoek waarom klanten blijven

Klantbehoud begint bij de ervaring met je organisatie. Voldoet je product of dienst? Kom je afspraken na? En hoe reageer je wanneer iets misgaat? Een nieuwsbrief kan helpen contact te houden, maar vervangt geen goede dienstverlening.

Neem een fictief IT-bedrijf dat apparatuur levert aan kleine kantoren. Na de installatie kan het klanten helpen met begrijpelijke instructies en een aanspreekpunt voor vragen. Een gesprek over het gebruik kan vervolgens duidelijk maken of aanvullende ondersteuning nodig is.

Zo ontstaat een vervolgaanbod vanuit een klantbehoefte.

Maak contact relevant

Meer contact is niet automatisch beter. Een klant die kort geleden een product heeft gekocht, zit misschien vooral op gebruikstips te wachten. Iemand die al langer klant is, heeft mogelijk vragen over onderhoud of uitbreiding.

Gebruik wat je over klanten weet om de inhoud en het moment van communicatie te verbeteren. Vraag ook wat zij nuttig vinden. Verschillende klantgroepen hoeven niet allemaal dezelfde berichten te ontvangen.

Kijk vervolgens of die aandacht bijdraagt aan de relatie. Keren klanten terug? Blijven vragen onbeantwoord? En welke redenen noemen mensen wanneer ze vertrekken?

Geef enthousiasme ruimte

Een tevreden klant is niet vanzelf een ambassadeur. Iemand moet ook een aanleiding hebben om zijn ervaring te delen. Je kunt bijvoorbeeld om een eerlijke review vragen of een klant uitnodigen mee te denken over een verbetering.

Doe dat op een passend moment en laat ruimte voor kritiek. Ook een minder positieve reactie kan helpen om de dienstverlening te verbeteren.

Vraag enkele bestaande klanten wat hen helpt en wat zij missen. Kies één verbetering in je dienstverlening en bespreek later of die verschil maakt. Mijn uitgangspunt: klantbehoud begint bij blijvende waarde bieden. Meer verkoopberichten sturen is daarvoor geen vervanging.

Paul Kramer

Meer weten? Lees Digital Marketing.