



TIEN MANIEREN

om waarde toe te voegen
voor uw klanten

Als u of uw team alleen contact opneemt met klanten wanneer u hen iets verkoopt, versterkt u het idee dat ze u alleen hoeven te spreken wanneer ze een vooraf bepaalde behoefte hebben om iets te kopen. Dat is niet de beste manier om een relatie op te bouwen, en ook niet om de perceptie van print om te vormen van de aankoop van een handelsartikel naar een onmisbaar element van een marketingcampagne. Probeer in plaats hiervan de volgende tien manieren om uw rol als een gewaardeerde en betrouwbare partner te verstevigen:

1

Leer de cultuur, visie en doelen van hun organisatie kennen

Dit zorgt ervoor dat u hen beter begrijpt en brengt aan het licht hoe u samen meer zaken kunt doen. Als ze bijvoorbeeld van plan zijn te groeien of te verhuizen, is de vraag hoe uw producten en diensten die plannen kunnen ondersteunen? Wat hebt u te bieden dat voor hen het leven makkelijker maakt en hen helpt bij het verwezenlijken van deze plannen?

2

Herken en adviseer manieren om de producten en diensten die ze bij u bestellen, te verbeteren

Dankzij de ontwikkeling van printtoepassingen en technologie zijn er altijd nieuwe dingen waarover we kunnen vertellen. Ga er niet vanuit dat uw klanten op de hoogte zijn van de nieuwste ontwikkelingen. Kijk regelmatig naar wat ze kopen om te zien of dit innovatiever kan worden geproduceerd, of sneller of op een meer kostenbesparende manier. Als u het niet doet, is een concurrent u misschien voor.

3

Zoek mogelijkheden om hen aan te bevelen en door te verwijzen naar anderen

Het is in uw zakelijk belang dat uw klanten floreren en succesvol zijn. Denk aan degenen binnen uw netwerk met wie zij winstgevend zouden kunnen handelen en introduceer en ondersteun hen, waar mogelijk. Het bijkomende voordeel is dat zij voor u mogelijk hetzelfde doen.



4

Maak contact met ze via social media, deel uw inspiratie en ook hun content

Het volgen van klanten en het aangaan van interacties via hun posts op sociale media heeft veel voordelen. U blijft op de hoogte van wat ze doen, hebt de kans om op een dieper niveau bij hen betrokken te zijn en laat publiekelijk uw steun zien.

5

Accentueer nieuws dat mogelijk op hen van invloed is of dat interessant voor hen is

Houd het belang van uw klanten in gedachten en wees alert op relevant nieuws waarvan zij op de hoogte moeten zijn. Voorbeelden zijn wijzigingen in verzendkosten, wetgeving met betrekking tot gegevens etc. Zelfs als ze het al weten, laat het zien dat u hun organisatie begrijpt en waarde hecht aan de relatie.





DENK ERAAN...



Leer hun visie en doelen kennen



Vraag regelmatig naar feedback op uw service



Zoek altijd manieren om boven verwachting te presteren

6

Praat langer over hun organisatie dan over de uwe

Hoe goed de leverancier/klant-relatie ook is, bedenk dat niet alle partnerschappen gelijk zijn. Uw klant is de belangrijkste partij en heeft in feite de meeste macht. Wees u daarvan bewust en laat het in al uw interacties en gesprekken tot uitdrukking komen door veel meer te luisteren dan te praten.

7

Communiceer met klanten wanneer en hoe zij willen

Nu er zoveel beschikbare kanalen zijn, kan het lastig zijn om het kanaal te kiezen dat het beste is voor een individuele klant. Millennials beantwoorden zelden niet-geplande telefoontjes en geven de voorkeur aan berichten en chats, terwijl overmatig gebruik van e-mail betekent dat veel e-mails ongelezen en zelfs ongeopend blijven. Vraag individuele klanten naar hun voorkeuren en houd daar rekening mee.

8

Vraag naar feedback op uw serviceniveaus en beoordeel hun tevredenheid met u

Laat uw klant nooit fungeren als uw kwaliteitscontrole. Denk niet dat 'geen nieuws goed nieuws' is en dat uw klant blij is, want anders had u het wel gehoord. Het is belangrijk om regelmatig te informeren hoe u presteert en wat u beter kunt doen. Zie alle kritiek als constructief en reageer er snel op.

9

Deel nuttig inzicht en best-practice

Werk dat u hebt geproduceerd voor de ene klant, een effectief product of succesvolle campagne, kan goede lessen opleveren voor andere klanten uit uw klantenbestand. Deel regelmatig casestudy's, creatieve voorbeelden, formats en creatieve ideeën om te informeren en te inspireren.

10

Zoek manieren om boven verwachting te presteren

Dit betekent niet dat u kosten moet verlagen of dingen gratis weg moet geven. Het gaat erom de verwachtingen van de klant te overtreffen door zo mogelijk eerder te leveren dan verwacht, een handgeschreven briefje te sturen om te bedanken voor de klandizie of een verjaardag te onthouden en een kaartje op de post te doen. Er zijn talloze kleine manieren waarop u klanten een goed gevoel kunt geven over het werken met u.

.....
Kortom, laat alles om hen draaien en niet om u.
.....



AANBEVOLEN LITERATUUR:

Dale Carnegie: How to Win Friends & Influence People
Gary Vaynerchuk: The Thank You Economy



Dit artikel maakt deel uit van een serie ter ondersteuning van het **Canon Ascent Programma**, een initiatief voor business development voor grafische en repro-relaties van Canon. Als u meer wilt weten, kunt u contact opnemen met uw Canon Account Manager of zoeken naar 'Canon Ascent Programma'.