

Een klare kijk op klanten

Dinsdag 1 oktober 2019



**DE HOGESCHOOL
MET HET NETWERK**

Elfde-Liniestraat 24, 3500 Hasselt, www.pxl.be



**Hoe kan Hogeschool PXL
(Limburgse) kmo's helpen om
performanter te worden?**





CRM



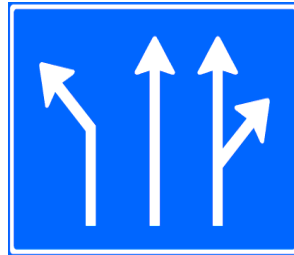
passie



Buikgevoel
& intuïtie



richting



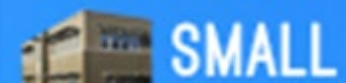
Objectieve info
o.b.v. klanten

+

passie



Buikgevoel
& intuïtie





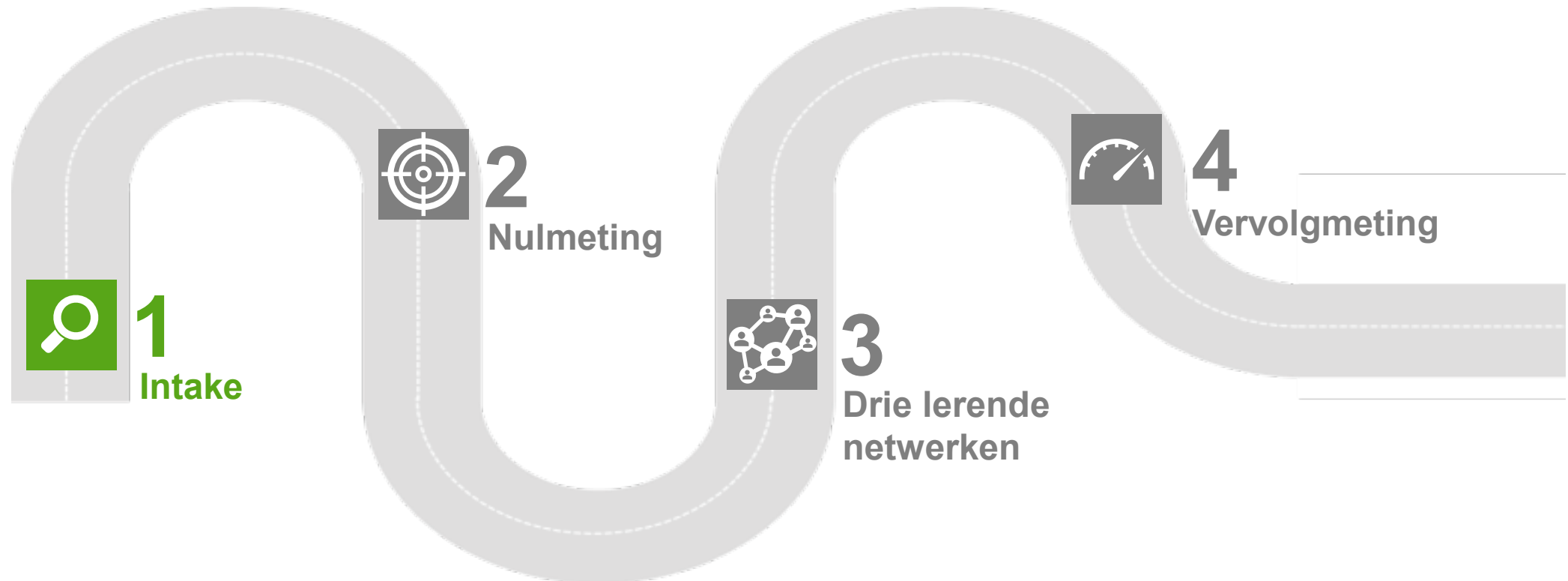
passie

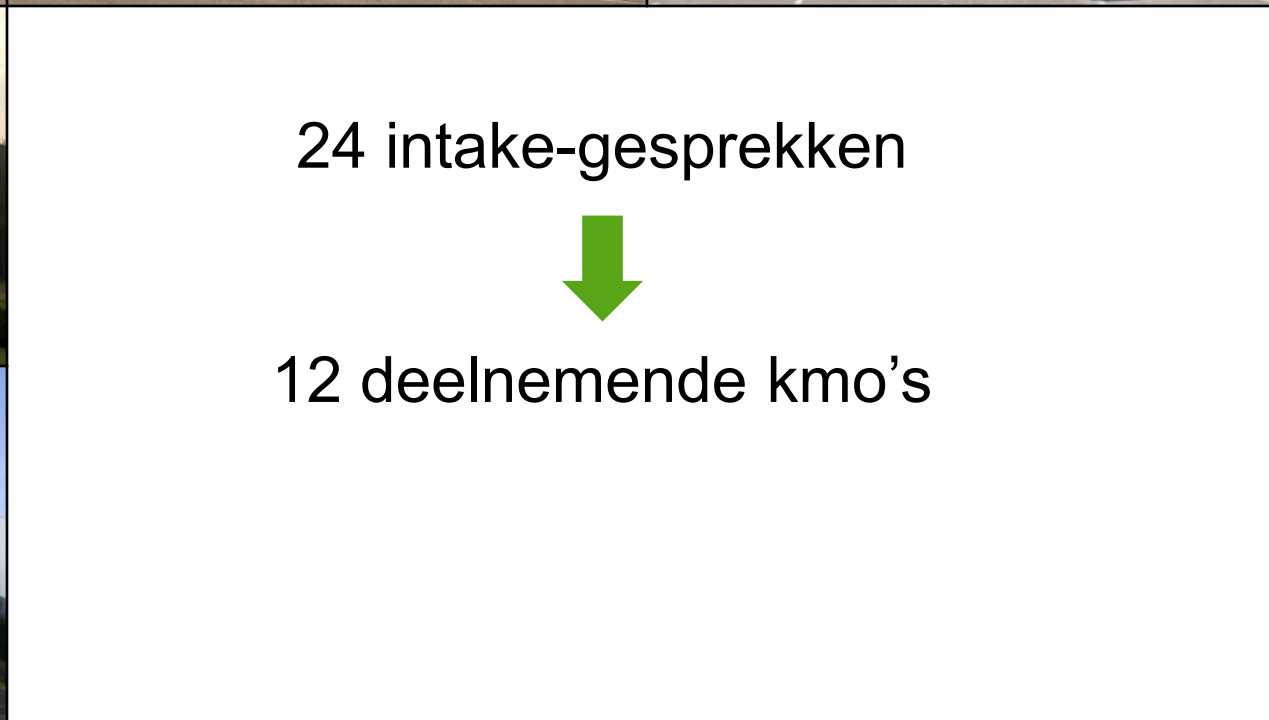


Buikgevoel
& intuïtie

De klant als sleutel tot een performantere kmo

Onderzoekstraject







24 intake-gesprekken



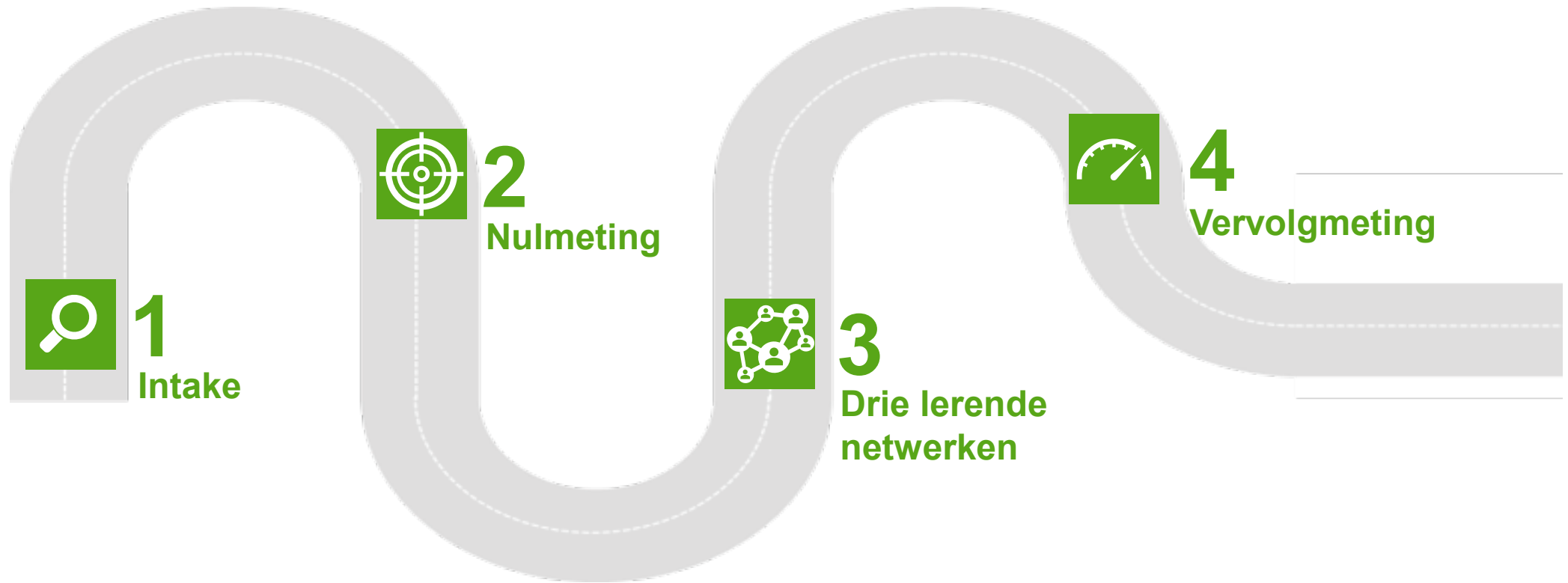
12 deelnemende kmo's

- Grote diversiteit in klanten en benaderingen
- Niet-concurrentiële kmo's









Algemene learnings?

Startpunt – de nulmeting

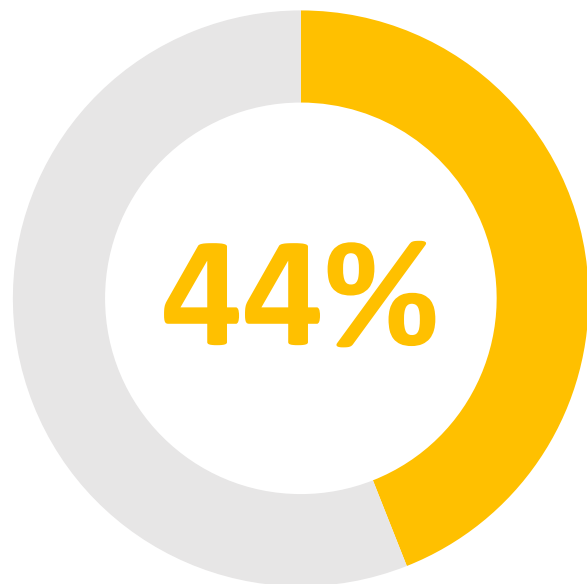


8,1 / 10 tevredenheid

85% ambassadeurs, 4% criticasters

64% gehechte klanten

Verbeterpunt(en)



Min.
23%

Max.
75%

N=1.945 (geholpen bevraagd)

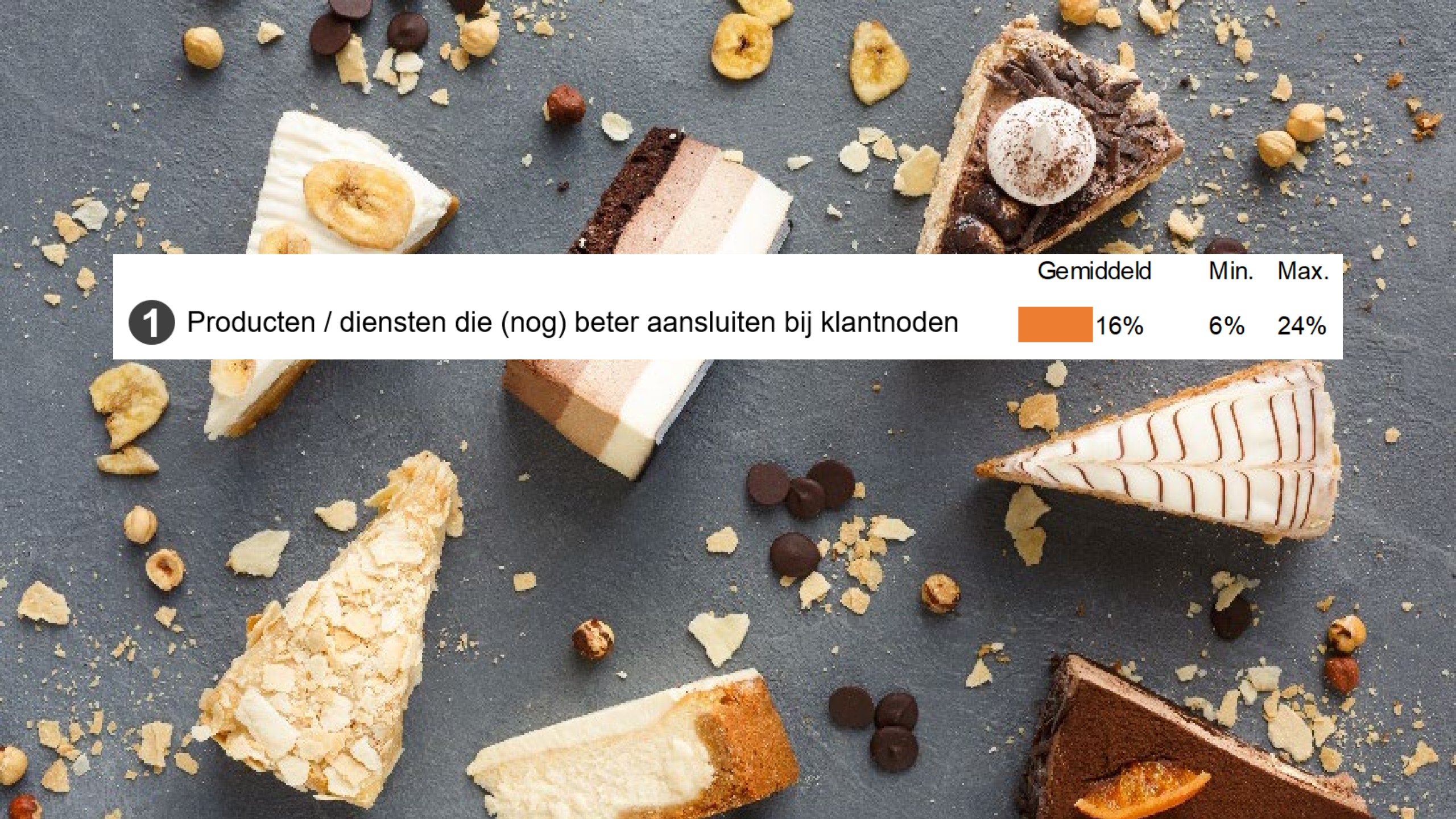


Verbeterpunten



	Gemiddeld	Min.	Max.
2 Vaker op de hoogte houden	 12%	4%	25%
3 Minder lang laten wachten / sneller reageren	 11%	1%	46%
4 Sneller informeren als afspraken niet nagekomen kunnen worden	 11%	0%	35%
5 Problemen proberen te voorkomen	 10%	2%	26%





1 Producten / diensten die (nog) beter aansluiten bij klantnoden

Gemiddeld

Min.

Max.

 16%

6%

24%



**Hoe kan Hogeschool PXL
(Limburgse) kmo's helpen om
performanter te worden?**

Klanten vinden en binden?

Klanten vinden en binden?



Klanten vinden en binden?



Gehechtheid





Snelheid van service

Het assortiment van aangeboden producten/merken

De levertermijn

De prijs-kwaliteitverhouding

Een website waar ik vind wat ik zoek

De kwaliteit van de geleverde producten

Uw specifieke noden begrijpen

Het goed met u voorhebben/ met u begaan zijn

Genoeg informatie geven zodat u als
klant weet waar u aan toe bent

Afspraken nakomen

Op voorhand mogelijke problemen
melden en oplossingen aanreiken

Duidelijke taal gebruiken zodat
het voor u makkelijk te begrijpen is

Extra's voorstellen die relevant voor u kunnen zijn

Geen klacht, ontevredenheid of
probleem gehad hebben

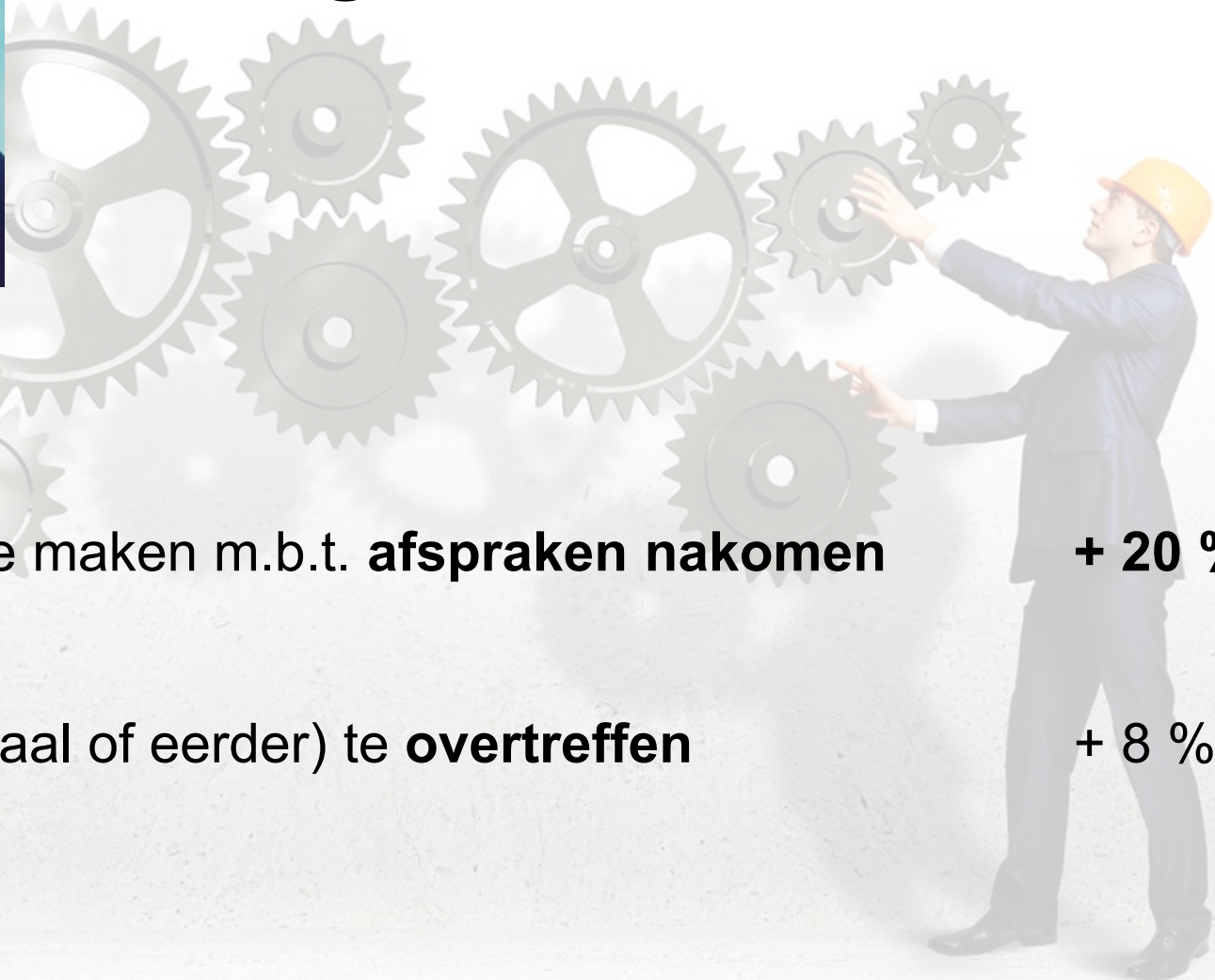
Het overtreffen van verwachtingen /
het niet inlossen van verwachtingen





Hoe krijg je meer sterk gehechte klanten ?

1. Door klanten heel tevreden te maken m.b.t. **afspraken nakomen** + 20 %-punt
2. Door **verwachtingen** (helemaal of eerder) te **overtreffen** + 8 %-punt



Klanten vinden en binden?



Gehechtheid

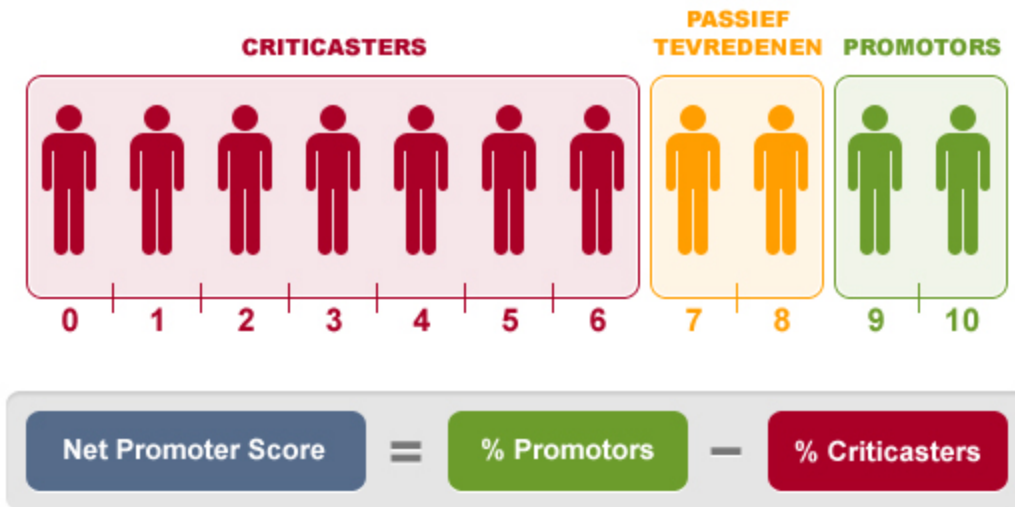


Klanten vinden en binden?

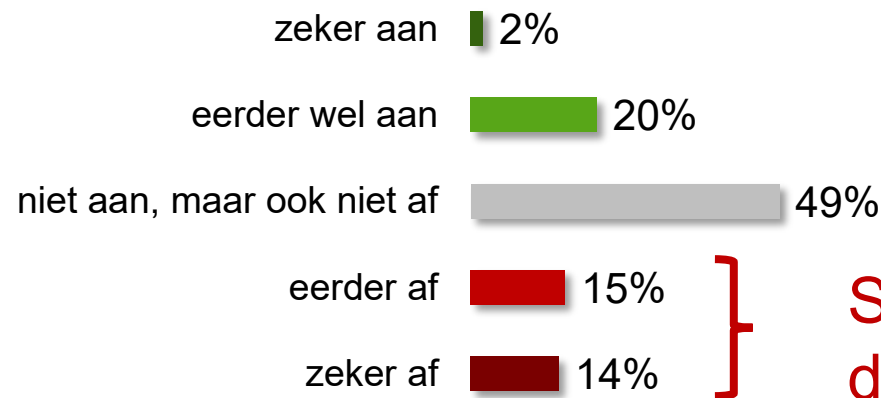


Net Promoter ScoreSM (NPS[®])

Gehechtheid

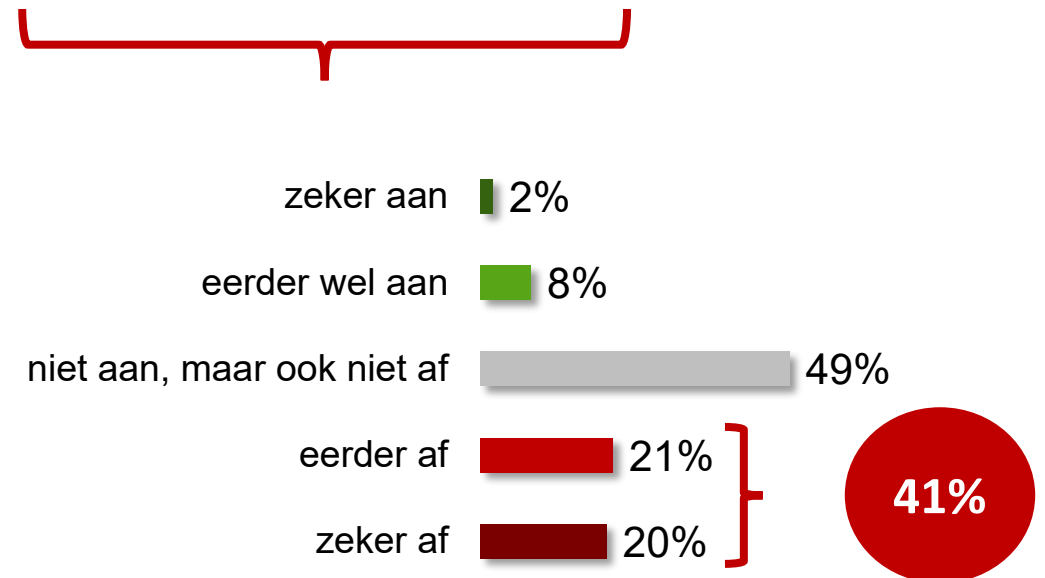
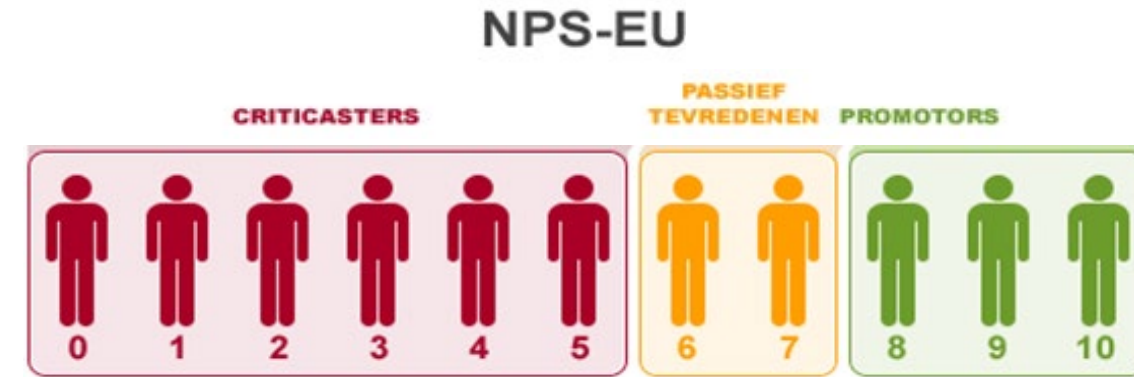
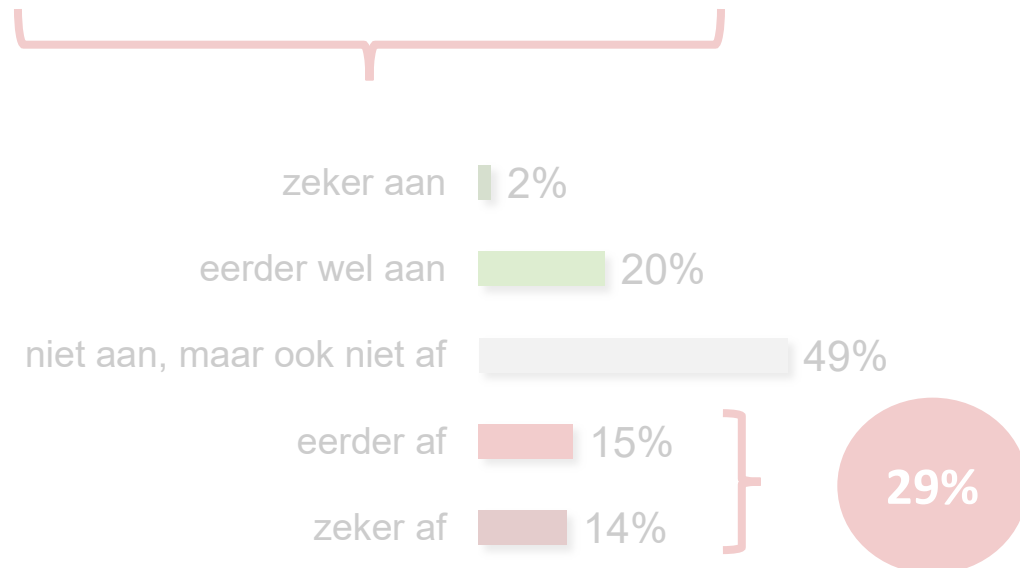
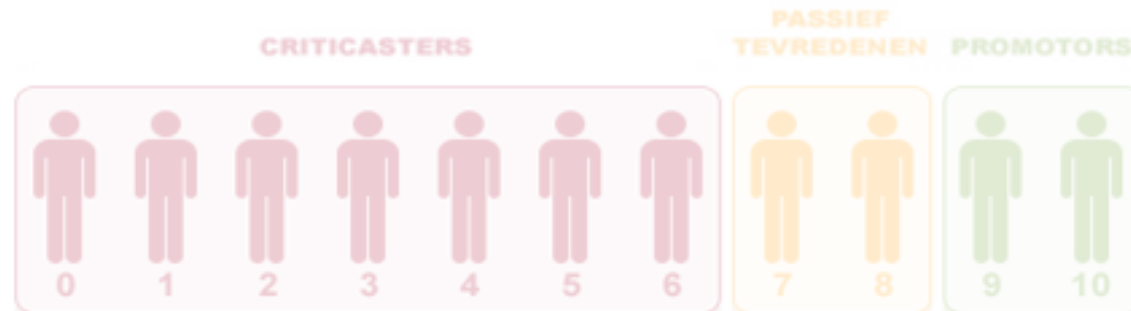


NPS - criticasters?



Slechts 29% van de NPS-criticasters raadt de kmo (eerder of zeker) af

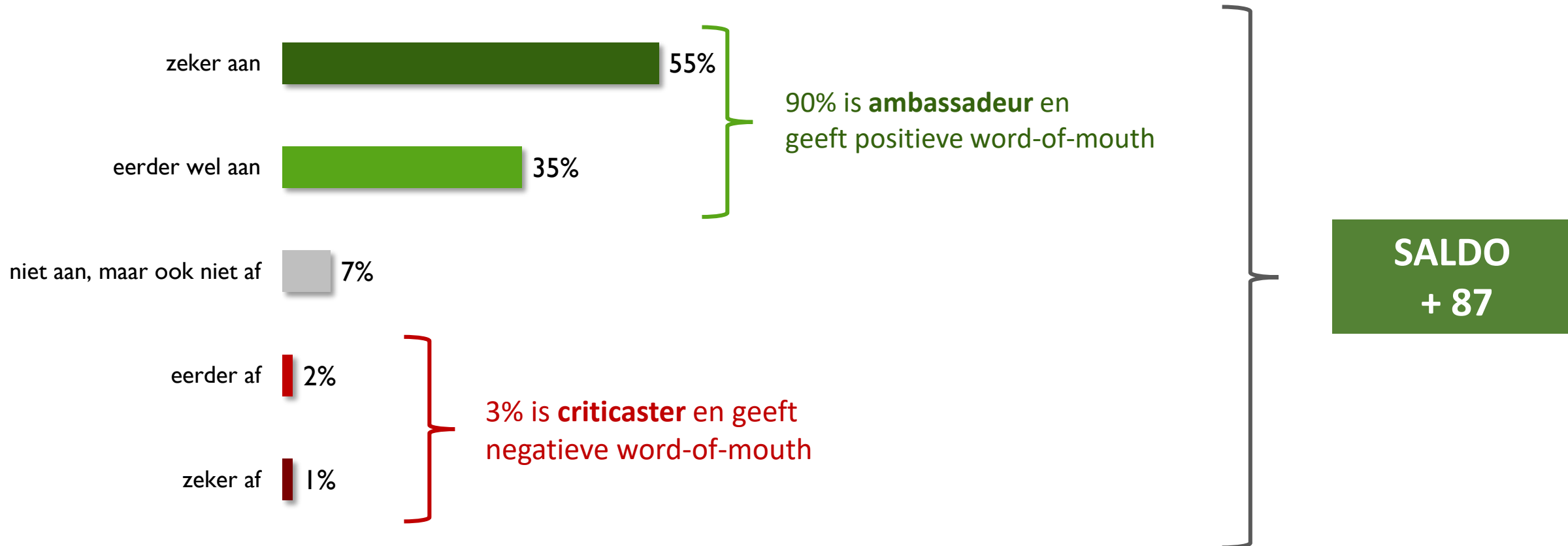
NPS - criticasters?



Ambassadeursscan

Stel dat één van uw vrienden, familieleden, collega's of kennissen op zoek is naar [ACTIVITEIT KMO], in welke mate zou u hem/haar [KMO] aan- of afraden?

Raadt u [KMO]...?



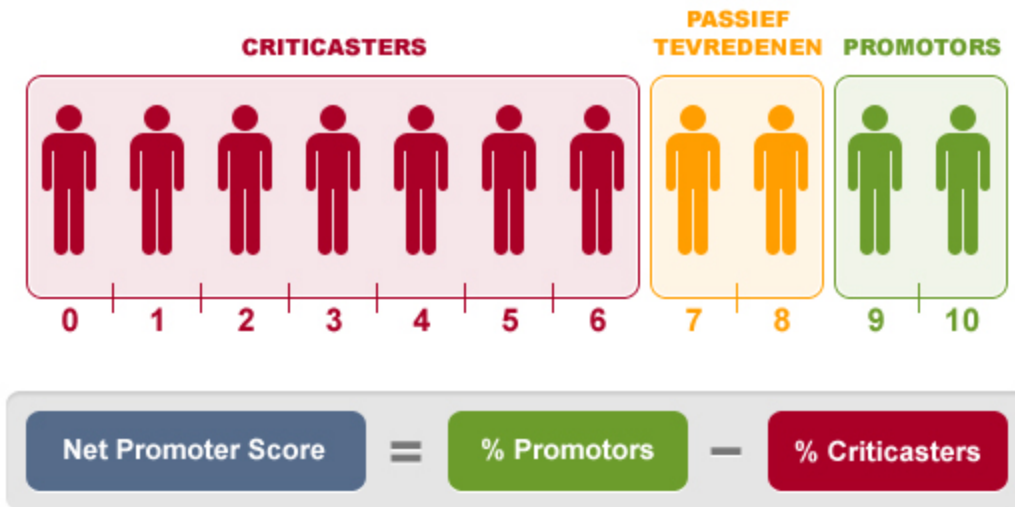
Klanten vinden en binden?



Net Promoter ScoreSM (NPS[®])



Gehechtheid



Klanten vinden en binden?



Ambassadeurschap



Gehechtheid



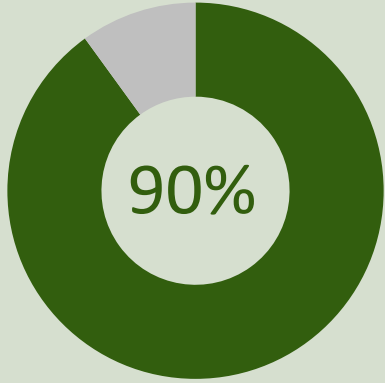
De kracht van ambassadeurs



71%

doet dit
spontaan

Is ambassadeur en geeft
positieve word-of-mouth



90%

Aantal keer aangeraden
de afgelopen maanden

Meer dan 5 keer 6%

4 tot 5 keer 10%

2 tot 3 keer 49%

1 keer 24%

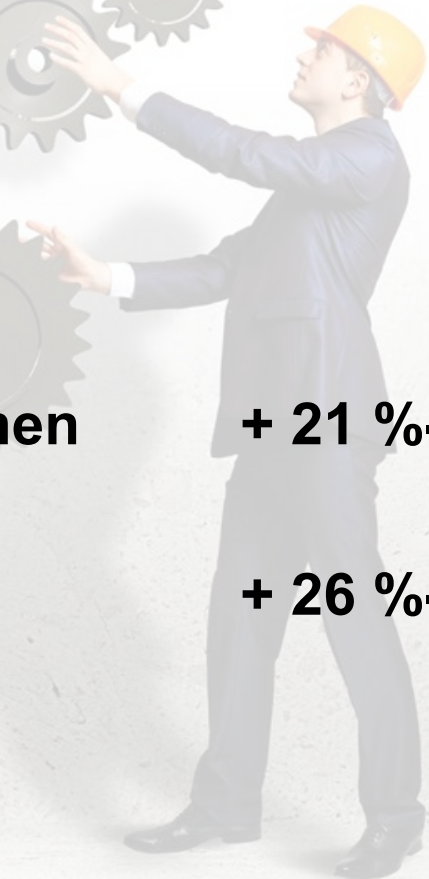
Geen enkele keer 11%

Hoe krijg je meer uitgesproken ambassadeurs?

(=klanten die jouw bedrijf zeker aanraden)



1. Door klanten heel tevreden te maken m.b.t. **afspraken nakomen** + 21 %-punt
2. Door **verwachtingen helemaal te overtreffen** + 26 %-punt



Criticasters

(= waarschijnlijk of zeker afraden)



1. Door klanten **heel of eerder ontevreden** te maken m.b.t. het **op voorhand** **mogelijke problemen melden en oplossingen aanreiken** **+ 12 %-punt**



Klanten vinden en binden?



Ambassadeurschap



Gehechtheid



IT!

DO

JUST





CUSTOMER



**Hoe kan Hogeschool PXL
(Limburgse) kmo's helpen om
performanter te worden?**

10 volledig doorlopen klantgerichtheidstrajecten



1 kmo **status quo**

- tevredenheid: 9,1/10
- 97% ambassadeurs
- 83% sterk gehechten



6 kmo's **vooruit**



1 kmo **gemengde resultaten**

- gehechtheid stijgt
- % uitgesproken criticasters stijgt



2 kmo's **achteruit**



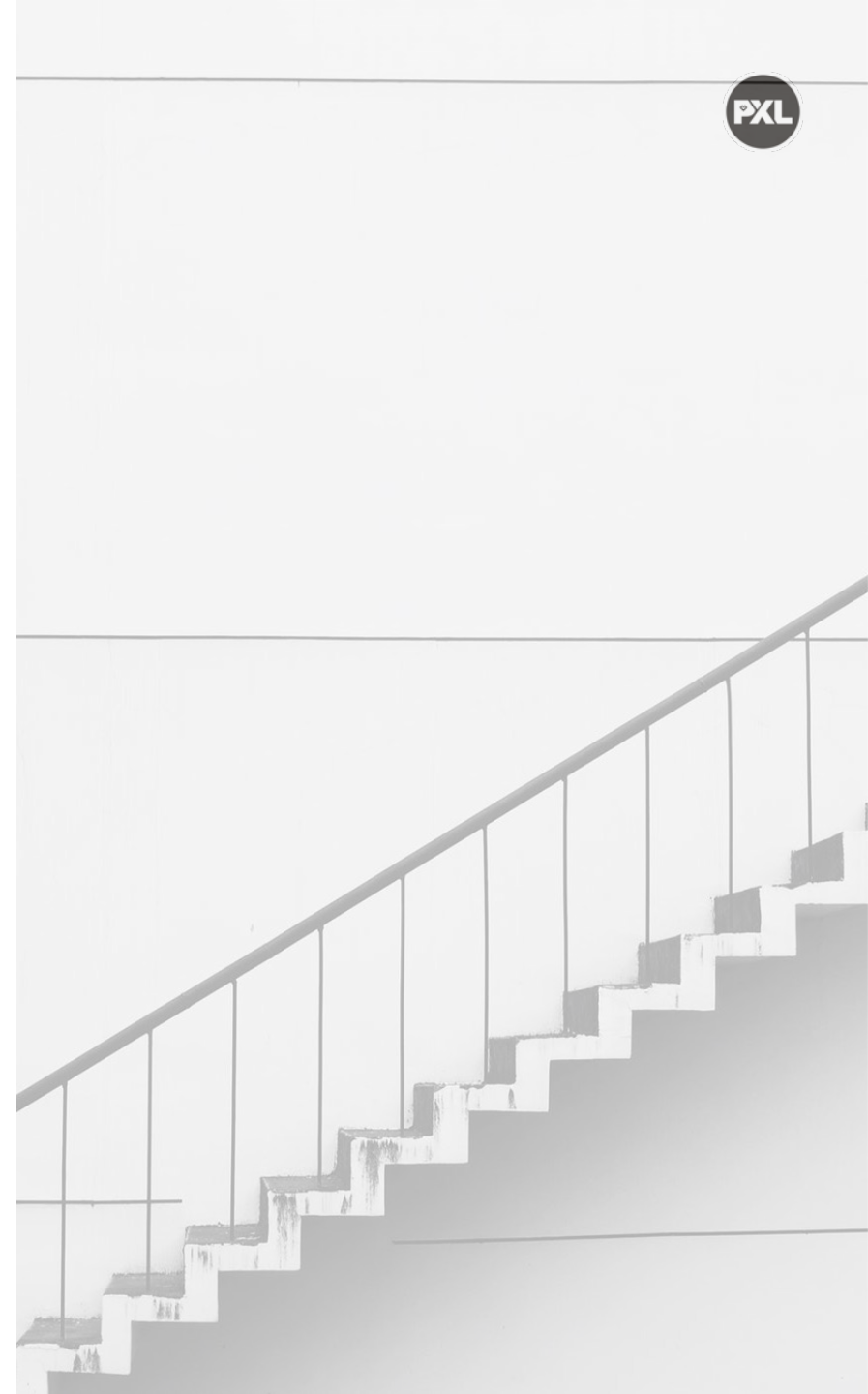
Strategische keuzes i.v.m. klantportfolio
bij 2 bedrijven

**Veranderd klantenprofiel met andere
verwachtingen & noden** bij 1 kmo

Dankzij hun **deelname aan het traject...**

- weten de trajectdeelnemers beter **wat de klanten willen of nodig hebben** (100%)
- geven zichzelf én hun medewerkers **meer aandacht aan wat belangrijk is voor de klanten** (92%)
 - hebben ze **meer onderbouwde beslissingen** kunnen nemen (92%)
 - worden de **klanten nu beter benaderd en/of geholpen** (83%)
 - is hun **bedrijf performanter** geworden (83%)

What's next?

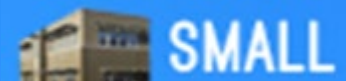




passie

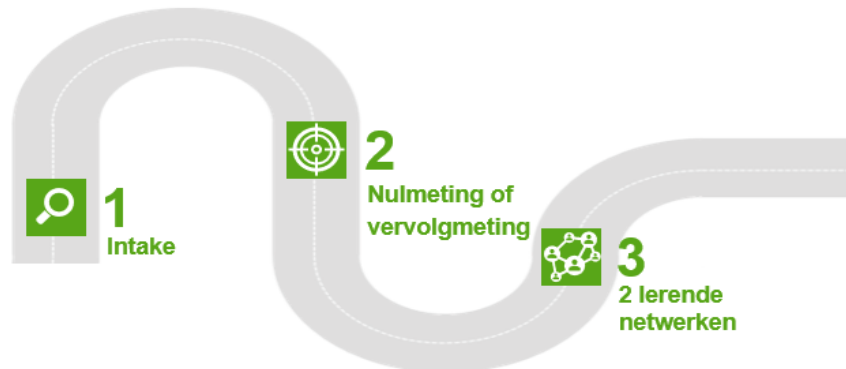


Buikgevoel & intuïtie

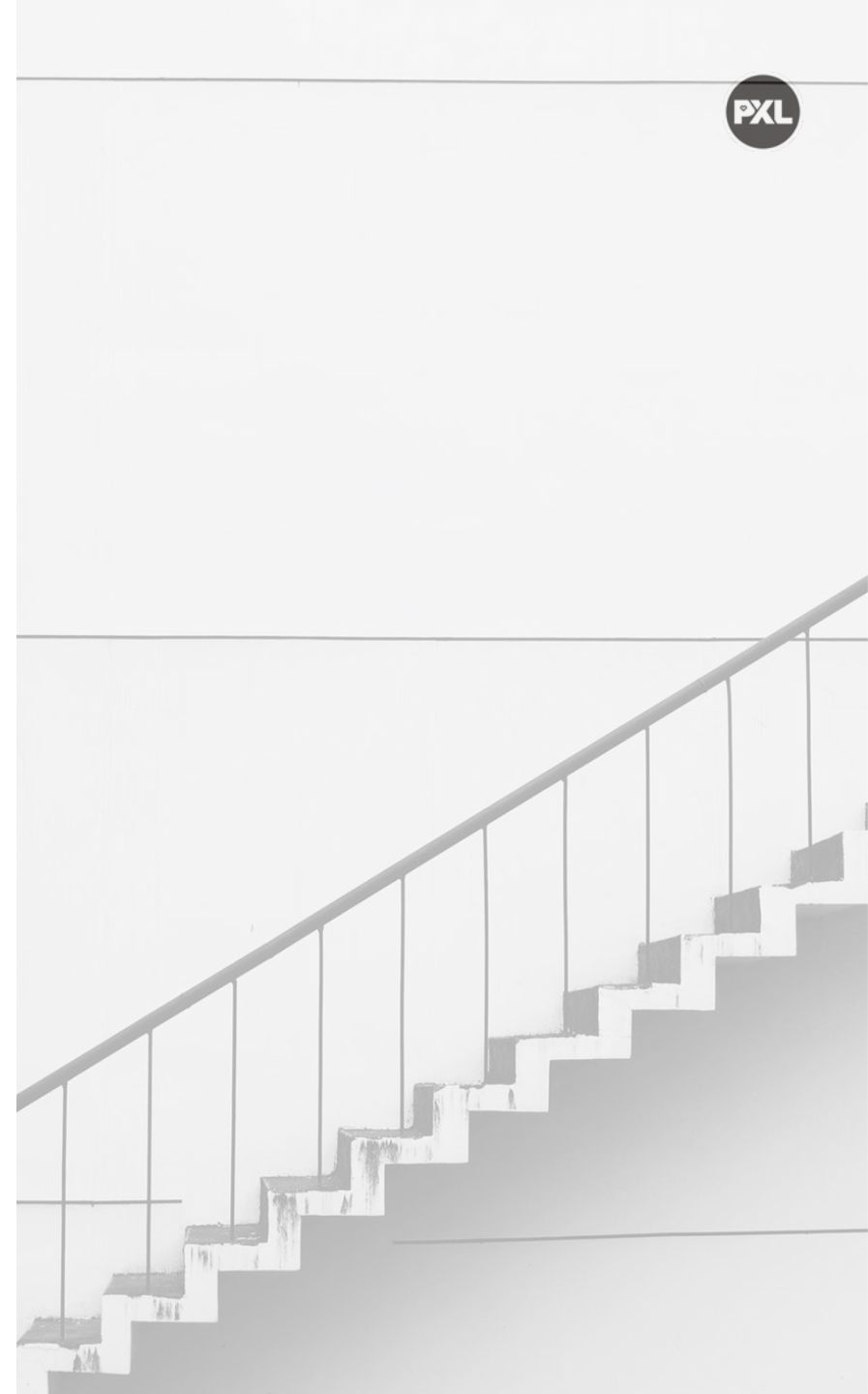


What's next?

- Klantgerichtheidstraject - begin '20
 - Standaardbevraging + 2 lerende netwerken

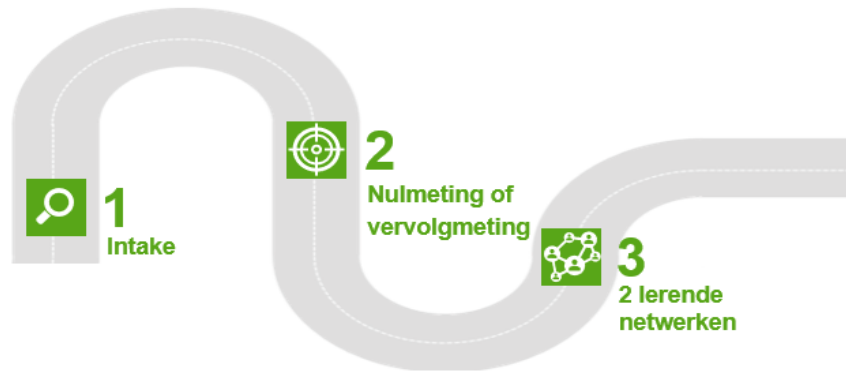


- Contract-onderzoek
 - Klantgerichtheidsmonitor (standaardbevraging)
 - Maatwerk
- Onderzoeksproject i.v.m. data-analyse bij kmo's



What's next?

- Klantgerichtheidstraject - begin '20
 - Standaardbevraging + 2 lerende netwerken



- Contract-onderzoek
 - Klantgerichtheidsmonitor (standaardbevraging)
 - Maatwerk
- Onderzoeksproject i.v.m. data-analyse bij kmo's

HOGESCHOOL PXL

DIENSTVERLENER VOOR DE

KMO-PORTEFEUILLE

KMO? TOT 40% VOORDEEL



Enkele deelnemers aan het woord

“**Degelijke, wetenschappelijk onderbouwde studie** maar ook **zeer makkelijk vertaald** en **toepasbaar** in de dagdagelijkse realiteit van ons bedrijf.”

- Mieke Neven, zaakvoerder Burocad -

“De zoektocht naar de vragen ging sterk omdat er al vertrokken werd met een **doordachte basis**. Er was **voldoende ruimte voor eigen vragen**.”

- Ward Dumont, zaakvoerder Servilux -

“Deze dienstverlening heeft ons **veel bijgebracht**. Ik zou graag onze **samenwerking** verder kunnen zetten.”

- Mieke Lens, sales manager LED Techno -



“Door de samenwerking met Hogeschool PXL zijn we erin geslaagd om onze **klantentevredenheid** zeer goed in kaart te brengen. Zo'n samenwerking heeft als voordeel dat we weggetrokken worden uit een tunnelvisie en vanop een balkon naar onze winkel kunnen kijken: dat is niet alleen **confronterend**, maar ook erg **verrijkend** en **leerzaam**. Een ideale samenwerking dus met een **performant** en **geslaagd resultaat**. Aan te raden!”

- Bart Debbaut, zaakvoerder De Gouden Schaar -

“Door de combinatie van de **ervaring** van de onderzoekers in het verwerken/interpreteren van enquêtes en het **aftoetsen** van onze eigen resultaten met deze van vergelijkbare kmo's krijg je een **waarheidsgetrouw beeld dat je nooit kan bereiken met interne bevestigingen**.”

- Jurgen Ramaekers, marketing business development manager Licata Vini -