

'Hard franchise genereert klantwaarde'

28-12-2007 00:00

Hard franchise formules bieden de meeste klantwaarde. Dat blijkt uit onderzoek van Rabobank Corporate Clients. "Een strakke organisatie kan het beste inspelen op de klant van morgen", aldus het onderzoek.

"De consument heeft een andere beleving en andere manier van denken. We zien dat consumenten grilliger zijn en moeilijk voorspelbaar. Het is een generatieverandering. Bij Rabobank Corporate Clients vroegen we ons af wie de klant van morgen is en of de retailers daar klaar voor zijn. Uit het onderzoek blijkt onder meer dat de consument steeds meer behoefte hebben aan uniformiteit. Hard franchise formules zijn daar uitermate geschikt voor", geeft Alain Cracau aan, manager van het team Arrangementen binnen Rabobank Corporate Clients, eraan toevoegend dat het rapport ook bedoeld is om een discussie los te maken bij hun klanten.

De resultaten van het onderzoek presenteerde Rabobank Corporate Clients tijdens het seminar dat zij jaarlijks met advocatenkantoor Ludwig en van Dam organiseert. Dit jaar was klantwaarde het thema.

Alle onderzoeksbevindingen zijn te lezen in het decembernummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl