

‘Persoonlijke communicatie zorgt voor loyale klanten’

11-06-2014 14:04

Retailers moeten naar een een-op-een klantdialog om de loyaliteit te vergroten. Doordat ze hun communicatie-uitingen hebben gestandaardiseerd, kost dat echter moeite. Dat stelt Arnoud Maas, retail marketing unit lead van Capgemini, in het laatste deel van de serie All-Channel Experience in RetailTrends 6.

“Pure players zoals Coolblue doen dat een stuk gemakkelijker”, aldus Maas. “Als je gewend bent om alleen maar te praten en nu opeens moet leren luisteren, wordt dat erg lastig.” Met name de media die worden ingezet om consumenten te bereiken, veranderen, vult Rik Eysink Smeets van Eysink Smeets Business Consultants aan. “Voorbeelden waarin one-to-one communicatie volledig is doorgevoerd, zie ik echter nog niet.”

Klanten zijn volgens hem nog steeds loyaal, maar alleen zolang de retailer goed presteert. “Dat de loyaliteit afneemt komt vooral omdat de periode dat klanten loyaal zijn steeds korter wordt.” Communicatie die voor een groot deel gericht is op eenmalige conversie is daar debet aan.

De uitdaging is relevant te blijven, zodat klanten terugkomen voor een herhalingsaankoop, aldus Jan Kazen, principal consultant retail bij Capgemini. “Dan komen we weer terug op een al genoemde trend: het aangaan van de dialoog met de klant.”

Het versterken van klantloyaliteit door communicatie is met name moeilijk in een winkel waarin consumenten zelden komen, zegt Maas. “Een bed koop je misschien eens in de tien jaar. Dan heeft het geen zin om elke week een nieuwsbrief te sturen. Het is dan slimmer om beddengoed in het assortiment op te nemen.”

RetailTrends brengt in samenwerking met Capgemini een serie artikelen over All-Channel Experience uit. In de slotaflevering in het juninummer van RetailTrends gaan experts in op social media en marketing. Zo wordt het belang van een goede klantenservice belicht. “Anders dan vroeger stopt de customer journey niet nadat de aankoop is gedaan”, aldus Eysink Smeets.

RetailTrends 6 verschijnt eind deze week. Klik [hier](#) voor een jaarabonnement op elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.