

Wil je consumenten of klanten?

11-01-2016 11:28

Door Frans Lalieu

Commercieel directeur van [RetailBOOSTING](#)

Ondernemers die niet in contact staan met hun klanten verliezen steeds meer omzet. Vooral ketenorganisaties en detailhandelaren verliezen steeds meer terrein, omdat ze de consument niet weten te boeien waar het gaat om product- en dienstenaanbod en beleving (contact, assortiment, kennis en service). Doordat ondernemers niet meer weten wie hun klanten zijn, weten ze ook geen maatregelen te nemen om klanten aan zich te binden. Ze richten zich daarom vooral op de wispelturige en de op korting beluste consument.

Als uitgangspunt voor het ontwikkelen van een succesvolle strategie is dit natuurlijk onvoldoende. Het begrip consument is namelijk te algemeen. Als retailer kan je feitelijk weinig met consumenten alleen. Je uitsluitend richten op consumenten levert voor de korte termijn misschien iets op, voor de lange termijn moet je kunnen terugvallen op klanten, liefst vaste klanten. Een consument is namelijk iemand die nog een beslissing moet nemen om wel of niet bepaalde goederen of diensten aan te schaffen dan wel af te nemen. Dat kan bij elke aanbieder zijn. Een klant is per definitie een vaste afnemer van goederen en/of diensten en maakt in veel gevallen deel uit van de doelgroep van het bedrijf.

Het is onzinnig om ervan uit te gaan dat elke consument per definitie een klant kan worden. Kijkend naar het eigen assortiment of dienstverlening kan je al snel concluderen dat menig consument nooit klant zal worden. Als dit al het geval is, dan is dit eerder uitzondering dan regel. Ik zou mijn pijlen dan ook niet richten op die ene uitzondering. Om deze consument de zaak in te krijgen moet men teveel tijd en geld investeren om te overtuigen. Daarom is het belangrijk dat een ondernemer een eigen doelgroep voor ogen heeft. Zodra deze doelgroep is geformuleerd, kan je een strategie ontwikkelen om de consument die deel uitmaakt van deze doelgroep te interesseren en uiteindelijk te binden aan het bedrijf.

Een doelgroep is een verzameling van consumenten die een aantal relevante kenmerken gemeenschappelijk hebben. Met deze gemeenschappelijke kenmerken als uitgangspunt ontwikkelt een ondernemer een strategie en past de uitstraling van het bedrijf en het producten- en dienstenaanbod hierop aan. Consumenten die zich verbonden voelen met deze ondernemer vormen de doelgroep en transformeren zich tot vaste klanten. Ondernemers die deze strategie toepassen zullen met grote waarschijnlijkheid succesvol worden omdat ze zich bewust zijn van het volgende: producten en diensten zijn per definitie niet bestemd voor alle consumenten. Consumenten hebben namelijk voorkeuren en persoonlijke interesses.

Zodra consumenten klanten worden, is het tijd voor de volgende stap: het ontwikkelen van een eigen klantenbestand. Hiermee creëer je de mogelijkheid om met hen te communiceren. Indien je op de juiste wijze communiceert en transparantie toont, zullen klanten uiteindelijk vaste, terugkerende klanten worden.

Helaas laten veel ondernemers (vooral detailhandel en horeca) hier kansen liggen. Ze vinden het lastig om een klant te transformeren tot een "vaste klant". In plaats van het actief benaderen van klanten door naar hun adres- en mailgegevens te vragen, laten ze de klant met rust. Eenmaal uit het oog is het lastig om te communiceren met klanten. Dit is absoluut een gemiste kans om klanten aan het bedrijf te binden.

Feitelijk moeten ondernemers zichzelf ervan overtuigen dat ze iets voor hun klanten kunnen betekenen. De bedrijfsvoering dient afgestemd te worden op de wensen van de vaste klanten. Communicatie en transparantie zijn hierbij belangrijke instrumenten. Toon via internet het assortiment en communiceer over je ondernemerschap. Communiceer niet alleen om te verkopen, maar deel ook iets met hen. Klanten waarderen

dit. Als je daarmee weer nieuwe klanten aantrekt, is dat de beloning voor het voeren van de juiste klantenstrategie. Een bedrijf dat geen doelgroep voor ogen heeft is een lege huls. Een bedrijf dat wel een doelgroep voor ogen heeft maar niet transparant is of geen acties uitzet om deze actief te benaderen, is net zo goed een lege huls. En bedenk: vaste klanten behoren tot de doelgroep. Maak van deze klanten ambassadeurs. Ze hebben waarschijnlijk gelijkgestemde familie, vrienden en collega's.