

Laat je tandartsgezicht thuis

15-07-2016 08:59



Door Wouter van der Ley
Partner bij Blue Ocean Company

Waarom zijn wij nog steeds niet echt bezig met de ervaringen van onze eigen klanten? Waarom beseffen de meesten van ons nog steeds niet dat een klant meer wil dan alleen maar bediend worden? Deze klantervaring, deze ultieme winkelervaring zit niet in de producten die wij in onze winkels hebben. Niet in de lay-out van onze winkel. En nee, ook niet in de geweldige aanbiedingen.

Het overgrote deel van die geweldige winkelervaring ligt bij onze winkelmedewerkers. Dit zijn de mensen die het contact maken met onze klanten. Zij zijn het die onze klanten een welkom gevoel geven. Zij zijn de mensen die de interactie met onze klanten aangaan en het best waarde kunnen toevoegen voor diezelfde klanten.

Wij moeten onze medewerkers op onze winkelvloer natuurlijk wel helpen hoe ze onze klanten zo'n geweldige winkelervaring kunnen bieden. Het begint met het aan ons personeel duidelijk maken welke ongelooflijke kracht een positieve klantervaring met zich meebrengt. En die ervaring begint met het oprecht luisteren naar die klant. Welk probleem van die klant kunnen we oplossen? Dat is de eerste stap om een persoonlijke band op te bouwen met de klant. Vanuit deze band kunnen wij waardevol zijn voor onze klanten. En dan kunnen we ook het allerbelangrijkst doen, namelijk hun verwachtingen overtreffen.

Helaas is dit zeldzaam geworden op de winkelvloer. Terwijl de wow-factor zorgt dat klanten hun geweldige winkelervaring gaan delen met anderen. Alleen al door jouw mensen de vrijheid te geven de leukste klant van de dag iets leuks aan te bieden doet wonderen voor deze wow-factor. En natuurlijk niet te vergeten: humor. Wij zien ons vaak als heel erg serieus. Terwijl klanten naar ons toekomen voor een onvergetelijke ervaring, een gezellig en sociaal uitje. Daar past geen tandartsgezicht bij. Lachende mensen op de winkelvloer betekenen veel meer voor onze omzet dan de achtergrondmuziek waar we allemaal zo druk mee zijn.

Kijk daarom niet alleen naar je individuele verkopers, maar ook naar het gehele verkoopteam. Hoe goed je strategie als ondernemer ook is, hoe sterk je marketing ook is, onderschat nooit de kracht van het verkoopteam op de winkelvloer. Alleen als we in staat zijn om onze klanten een echte beleving te bieden, kunnen we onderscheiden. En alleen als we ons onderscheiden kunnen we klanten binden en dus ook geld verdienen.

Bron: RetailTrends 7/8