

Hoe gastheerschap je aan loyale klanten helpt

11-02-2019 12:49



Door Monique Rombouts

Gastvrouw Piet Klerkx en trainer gastheerschap voor OVD Opleidingen

Het retaillandschap verandert sneller dan ooit tevoren. De grens tussen horeca en retail vervaagt en online en offline verkoop wordt steeds meer gemixt. Hoe bied je dan onderscheidend vermogen met jouw winkel? Waarom kiezen klanten voor jou in plaats van een bekende webshop? Door de klant te geven wat hij het liefste wil: aandacht. Zet gastheerschap daarom bovenaan de prioriteitenlijst.

Gastheerschap lijkt in eerste instantie meer een term voor de horeca dan voor de retail. Maar niets is minder waar: gastheerschap is ervoor zorgen dat de klant tevreden en met een goed gevoel de winkel uitgaat, of hij nou iets gekocht heeft of niet.

De aandacht die een klant krijgt van de gastheer of gastvrouw geeft hem het gevoel dat er goed naar hem is geluisterd, dat hij serieus genomen wordt en dat hij vervolgens aan anderen over zijn positieve ervaring vertelt. Zo'n klant hoeft niet eens iets gekocht te hebben om tevreden te zijn. Dat is wat gastheerschap doet: het maakt de klant loyaal. Veel klanten kopen namelijk op basis van gunnen. Ze gunnen de vriendelijke verkoper, die hen zo goed heeft geholpen, een goede verkoop. Uit onderzoeken blijkt bovendien dat loyale klanten vaker terugkomen en meer besteden. Behalve dat ze jou hun eigen aankoop gunnen, zullen ze ook anderen motiveren naar je winkel te gaan aan de hand van hun positieve ervaring.

Gastheerschap is minivriendschap

De gunfactor is vooral belangrijk bij grote aankopen en dure artikelen. Die gunfactor ontstaat op het moment dat de verkoopmedewerker een soort 'minivriendschap' sluit met de klant. Het is eigenlijk heel logisch: je toont interesse in de mensen, in hun wensen, geeft ze iets te drinken en je biedt je hulp aan. Goed gastheerschap bestaat voornamelijk uit aandacht geven aan de klant.

Een belangrijke stap in het sluiten van zo'n minivriendschap is het welkom heten van de klant. Er is niets erger voor een klant dan niet gezien worden in een winkel. Laat dus altijd merken dat je hem of haar hebt gezien. Dat kan met oogcontact en een glimlach, maar een welgemeend 'goedemorgen' of 'goedemiddag' is nog beter. Eigenlijk kun je meteen vragen of je iets voor de klant kunt betekenen. Uit het antwoord kun je opmaken of ze nog even willen rondkijken of inderdaad ergens naar op zoek zijn.

Luisteren en kijken

Als de klant daadwerkelijk geholpen wil worden, is het ontzettend belangrijk om goed te luisteren naar de wensen. In sommige winkels, zoals een meubelzaak, is het prettig om gasten even te laten landen met een kopje koffie en een rustig gesprek over bijvoorbeeld het weer of de rit naar de winkel. Daarna kun je vragen naar hun wensen.

In een kledingwinkel is dat natuurlijk heel anders, maar ook dan is het belangrijk om goed te luisteren en te filteren. Een klant die komt voor een nette spijkerbroek hoeft je geen gebleekte jeans met gaten en scheuren te laten zien. Als je het niet zeker weet, kun je altijd open vragen stellen, zoals: 'Welke kleur heb je in gedachten? En aan welke fit denk je? Voor welke gelegenheid is de broek bedoeld?' Herhaal de antwoorden van de klant ter bevestiging, zodat je zeker weet dat je de klant goed hebt begrepen.

Aan klanten kun je goed aflezen of ze blij zijn met de optie die je ze presenteert. De non-verbale communicatie zegt heel veel. Bij het passen van kleding is het vooral belangrijk om eerlijk te zijn. Dus dan zou je bij een twijfelende klant kunnen zeggen: 'Ik vind dat je het heel goed kunt hebben en het is een heel trendy model, maar ik zie dat je nog niet helemaal vrolijk wordt van de broek. Ik ga even kijken naar een ander model, die misschien beter bij u past.' Klanten willen namelijk niet het gevoel hebben dat ze overtuigd worden om iets te kopen, of dat hen iets wordt aangesmeerd.

Ontzorgen

Als gastheer of -vrouw neem je keuzestress, twijfels en andere drempels weg om over te gaan tot de aankoop. Kortom: je ontzorgt de klant. In een supermarkt zijn bijvoorbeeld twee soorten klanten. De ene heeft een lijstje en snelt langs de schappen, stopt alles in de kar, rekent af en gaat naar huis. De ander heeft vanavond een diner en moet het kaasplankje verzorgen, maar kent alleen brie. Die laatste klant wil worden ontzorgd bij de kaasafdeling. Hij heeft advies nodig en gaat tevreden naar huis als een medewerker van de delicatesses-afdeling hem heeft geholpen een goede kaasplank samen te stellen. Bij de complimenten van zijn eters zal hij verwijzen naar de kunde van de verkoopmedewerker en dát is wat je wilt.

Gastheerschap geeft de klant een welkom gevoel. Of klanten daar massaal op zitten te wachten? Niet iedereen, geef ik toe, maar dat geven ze zelf wel aan. Als iemand aangeeft graag nog even rond te willen kijken, moet je dat respecteren. Dan kun je afsluiten met een opmerking waar ze je kunnen vinden, mochten er toch nog vragen zijn. Op die manier ben je ook gastvrij.

Een gastheer of -vrouw is het visitekaartje van een fysieke winkel, het is de eerste persoon die de klant tegenkomt bij binnenkomst en de laatste bij zijn vertrek. Gastheerschap en klantvriendelijkheid zorgen ervoor dat klanten terugkomen in jouw winkel. Het maakt het verschil ten opzichte van online winkels en van de andere fysieke winkels. Klanten kopen bij jou, omdat ze jou de omzet gunnen. Ter afsluiting drie tips:

1. Wat de klant ook doet of koopt, laat hem met een goed gevoel de winkel uitgaan. Over dat goede gevoel gaat hij vertellen aan zijn contacten.
2. Blijf jezelf. Gastheerschap is te trainen, maar je moet er wel je eigen sausje over gieten. Anders is het te gemaakt en daar prikken klanten doorheen.
3. Pas je strategie aan op de klant. Merk je dat jouw enthousiasme niet goed valt bij een ouder echtpaar? Zorg dan dat een oudere of rustige collega het verkoopgesprek overneemt. Zo blijft de omzet binnen de winkel én is de klant tevreden.

Monique Rombouts