



KLANT CENTRAAL!

Zijn je collega's erop afgestemd?

Om een goede doelgroepselectie uit te kunnen voeren, is het van belang dat er eerst scherp wordt gesteld op welke doelgroep wordt gefocust. Doelgroepsegmentatie kan er voor zorgen dat de boodschap die gecommuniceerd moet worden beter aankomt. Het kan namelijk zijn dat een deel van de doelgroep de boodschap op een andere manier gecommuniceerd wil hebben dan een ander deel van de groep.

voor de klant communiceren betekent dat u niet zo zeer op de producttechnische manier, maar op de belevingswereld van de klant gaat adviseren. U hebt echter nog een traditionele adviesorganisatie. Uw adviseurs voelen zich niet op hun gemak bij deze manier van adviseren. Een deel van de adviseurs kan zich op termijn vinden in de nieuwe aanpak omdat het past bij hun persoonlijkheid (DNA). Het kan dus zijn dat u van een ander deel van uw adviseurs afscheid moet nemen.

Individuummarketing

Het voorbeeld geeft aan dat er verschillende persoonlijke eigenschappen gewenst zijn per gekozen klantengroep. Het is daarom belangrijk om uw organisatie goed in te richten met de juiste medewerkers. Mensen motiveren is de sleutel tot succes van elke organisatie. Goed gemotiveerde medewerkers halen meer voldoening uit hun werk en zorgen voor een betere werksfeer. Een duurzame verandering die zichtbaar én voelbaar blijft bij u, uw medewerker(s) en uw organisatie. **IF**

Een-op-een-marketing is zover doorgevoerd dat we al op tekst, beeld, et cetera kunnen personaliseren. Dit is niet alleen bij de traditionele een-op-een-media, maar met name in de social media. De communicatie wordt steeds persoonlijker en dat vraagt steeds meer van uw medewerkers. Immers, zij moeten zich beter dan in het verleden kunnen identificeren met de klant als deze direct contact met uw bedrijf opneemt. Het belang van een heldere positionering van uw bedrijf is hierbij cruciaal. Deze positionering moet dan ook tot in het DNA van de organisatie doorgevoerd worden. Ook uw medewerkers moeten dit in hun DNA hebben. Het kan dus goed zijn dat als de positionering van uw bedrijf wijzigt, u afscheid moet nemen van een deel van uw collega's. Niet

omdat ze technisch niet voldoen, maar omdat ze niet meer bij de huidige strategie passen.

Bijvoorbeeld

Een adviesbedrijf heeft besloten te focussen om op afstand advies te gaan geven omdat de nieuwe klanten graag op deze manier bediend willen worden. Het adviesbedrijf wil een continuerende, boeiende online klantbeleving voor iedere bezoeker realiseren, waarbij de meest relevante boodschap op het juiste moment en via het juiste kanaal wordt getoond. Media als Skype, WhatsApp, et cetera zullen dominant ingezet gaan worden voor persoonlijk advies. Het uiteindelijke doel van deze nieuwe strategie is relevanter te communiceren, meer klanten te werven en een betere dienstverlening te waarborgen. Relevanter



Auteur

René Teuwen van The Flourish Company

**Mensen
motiveren is
de sleutel tot
succes van elke
organisatie**