

Binnendienst levert extra rendement

Goede adviseurs halen klanten binnen. Goede backofficemedewerkers kunnen meer halen uit de klant op het gebied van klanttevredenheid, omzet en winst. Maar, het inrichten van uw back office als een client office kan eenvoudigweg 15% meer winst opleveren en het verloop in uw klantenbestand met 50% reduceren.

Verander uw backofficemedewerkers daarom in Client Officers. Dit vraagt wel wat van uw medewerkers.

Kloof tussen aanbod en verwachting

De Amerikaanse consultant Bain & Company heeft enkele jaren geleden onderzoek gedaan onder 362 bekende bedrijven. In het rapport van dit onderzoek (getiteld Closing the delivery gap) geeft 80% van de onderzochte bedrijven aan uitstekende service te bieden, terwijl slechts 8% van de klanten vindt dat zij uitstekende service krijgen. Bovendien vond 95% van de ondervraagde managementteams dat ze klantgericht waren. Er bestaat dus een grote kloof tussen wat klanten verwachten en wat bedrijven bieden.

Klantentrouw en -binding nemen af

We lezen en horen het steeds vaker: klanten worden minder trouw. Ze zijn minder loyaal en wisselen vaker en gemakkelijker van aanbieder. Hier een

paar belangrijke oorzaken voor de afnemende klantentrouw:

1. Geen reden om te blijven.

Uit onderzoek blijkt dat 60% van de consumenten die weggaan bij een bedrijf, tevreden zijn over de dienstverlening. Veel klanten gaan niet weg omdat ze ontevreden zijn, maar omdat ze geen goede reden hebben om te blijven. Klanten blijven alleen als ze zéér tevreden zijn en er vertrouwen in hebben dat dit zo blijft. Welke reden geef jij klanten om te blijven?

2. Geen uniek aanbod. Waarom zouden klanten voor uw merk of product moeten (blijven) kiezen?

Klanten die willen overstappen zijn niet gemakkelijk meer te binden. Er zijn leveranciers, producten en diensten in overvloed. De digitale wereld maakt dit aanbod voor iedereen transparant. Veel bedrijven, merken en producten zijn onvoldoende onderscheidend. Consumenten



ervaren weinig verschil tussen dit soort aanbieders. Als kwaliteit of service (in de ogen van de klant) niet onderscheidend is, gaat men voor de

Ervaring Kantoor A

- 8 Jaar actief beheer met Client Officer aanpak
- 3 Binnendienstmedewerkers/ Client Officers
- 30-50 nieuwe abonentklanten per jaar
- 25% meer vaste omzet per jaar
- 15% meer additionele omzet
- Voordeel:
 - o Klantenbinding, ze worden ambassadeurs
 - o Minder werk bij advies, aangezien basisgegevens beter op orde zijn door actiever klantbeheer.

laagste prijs. Hoe onderscheidend is uw aanbod?

3. Geen klantgerichte organisatie.

Veel bedrijven zijn NIET klant- en procesgericht georganiseerd, maar werken nog steeds product- of kanaalgericht. De gevolgen zijn gescheiden afdelingen met een versnipperde aanpak, waarbij contactkanalen niet zijn geïntegreerd en waarbij de ene afdeling naar de andere wijst en de klant van het bekende kastje naar de muur wordt gestuurd. Klanten pikken die slechte behandeling of service niet meer en stappen eerder op. Hun ongenoegen

vrijuit rondstrooiend op social media en bij feesten en partijen. Tel uit je winst.

4. Geen vernieuwing. Klanten zijn wel goed, maar niet gek.

Dus als je het als bedrijf nalaat om te vernieuwen en mee te gaan met de tijd, houden klanten het voor gezien. Stilstand is nog steeds achteruitgang en daar houden de meeste klanten niet van.

Verander de taak van de backoffice

Het is dus belangrijk na te gaan of u werkelijk biedt wat uw klanten van u verwachten. En er is nog een belangrijk aandachtspunt. Consumenten doen steeds meer zelf als het gaat om de aanschaf en het onderhoud van financiële producten. Vanwege opkomende digitalisering zoals bronbelasting et cetera, krijgen uw medewerkers op de backoffice steeds meer hun handen vrij. Verander ze daarom in Client Officers

Ervaring Kantoor B

- 2,5 Jaar actief beheer met Client Officer aanpak
- 9 Binnendienstmedewerkers/Client Officers
- Omzetgroei 10% per jaar
- 80% van die omzet komt uit beheer
- Voordeel:
 - o Consistent verdienmodel

en geef ze de taak zich actief op uw bestaande klanten te richten. Het grootste deel van uw klanten heeft nu immers nauwelijks of geen contact met uw bedrijf.



Daar ligt omzet voor het oprapen!

Beter klantinzicht

U kunt uw klanten pas iets aanbieden als u weet wat ze willen. Uit data van eerdere klantcontacten kunt u hiervoor al veel inzichten krijgen, maar geef uw kersverse Client Officer vooral zo snel mogelijk de taak om op het gewenste moment met de juiste boodschap met de klant te communiceren. Een kort bericht waarmee u niets verkoopt, maar waarin u vraagt naar de huidige situatie van de klant. Is er iets veranderd? Een huwelijk? Gezinsuitbreiding? Een (komende) verhuizing? Al die 'life events' bieden u kansen om nieuwe producten onder de aandacht van de klant te brengen. En het mooie is, de communicatie wordt als een legitiem contactmoment gezien. Klanten waarderen het dat u met ze meedenkt. Deze communicatie wordt aandachtiger gelezen dan bijvoorbeeld een wekelijkse nieuwsbrief.

Ervaring Kantoor C

- 2 Jaar actief beheer met Client Officer concept
- 2 Binnendienstmedewerkers/Client Officers
- Geen abonnementen
- 20% meer omzet vanwege actief klantbeheer/Client Officer aanpak
- Voordeel:
 - o Klantendossiers altijd up to date
 - Strategie:
 - o Op termijn volledig richten op bestaande cliënten met actief beheerconcept

En dan?

In een jaar kan veel gebeuren. Uw klant kan ziek worden. Van baan wisselen. Zelfstandig ondernemer worden of failliet gaan en juist kiezen voor loondienst. In de tabel Life Events vindt u een overzicht hiervan. Ieder van deze gebeurtenissen

Positieve life events	Negatieve life events
Andere baan Samenwonen Gezinsuitbreiding Bedrijf oprichten Een nieuw huis kopen Nieuw huisdier Gaat binnenkort met pensioen Pas afgestudeerd Trouwen Verhuizen	Einde relatie Ontslag Ziekte Overlijden Arbeidsongeschiktheid Faillissement

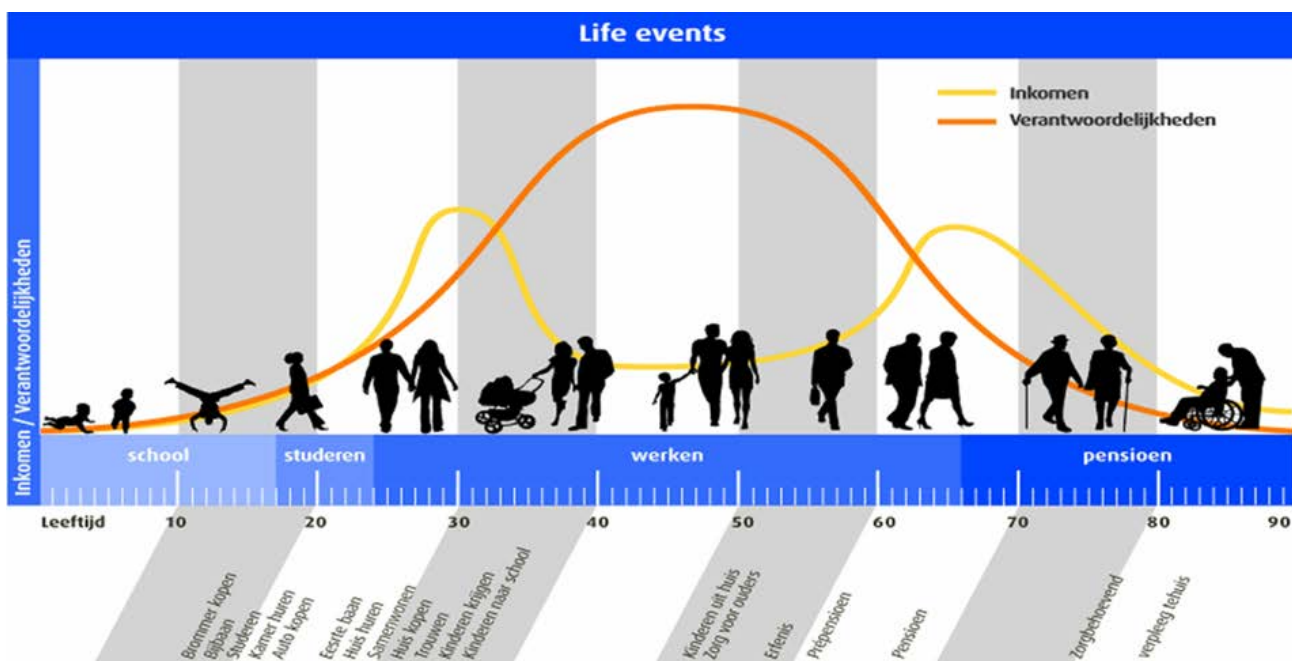


heeft gevolgen voor de financiële huishouding van uw klant. Hij heeft bijvoorbeeld andere verzekeringen, een andere hypotheek of andere beleggingsproducten nodig. Als uit uw back-officecommunicatie blijkt dat er iets belangrijks is veranderd, kunt u hiervoor een gericht productaanbod doen. Als een klant aangeeft dat hij wil verhuizen vanwege gezinsuitbreiding, kunt u bijvoorbeeld advies geven op het gebied van sparen, hypotheek en verzekeren. U biedt de klant op het juiste moment precies het product of het advies dat hij nodig heeft.

Ervaring Kantoor D

- 3 Jaar actief beheer met Client Officer concept
- 1 Binnendienstmedewerker/Client Officer
- 40% van de omzet komt uit actief klantbeheer
- In 3 jaar 50% meer omzet gerealiseerd als gevolg van Client Officer aanpak
- Voordelen:
 - o Tevreden Klanten
 - o Nooit een lege agenda

Dé manier om de klantervaring te verbeteren. En uw omzet!



Klanten waarderen het dat u met ze meedenkt. Gerichte communicatie wordt daardoor aandachtiger gelezen dan bijvoorbeeld een wekelijkse nieuwsbrief



Omgeturnd!

'75% van de bedrijven gelooft dat zij de klant centraal stellen, maar slechts 30% van de consumenten kan hiermee instemmen...'

Voorbeeld

Een adviesbureau heeft enige jaren geleden zijn back office omgeturnd tot een client office.

Dat heeft veel gevraagd. Immers, de medewerkers waren niet gewend om klanten te vragen naar wat ze hen nog meer konden

Zomaar 25%
meer omzet
en trouwere
klanten!

bieden. De Client Officers kregen gestructureerde trainingen en er werd hen consequent op het hart gedrukt aan de klant te vragen of ze hen nog verder konden helpen. Maar ook proactief dienden de Client Officers stappen te ondernemen als zij signalen vanuit het systeem kregen dat er mogelijk een nieuw life event op komst was. Nu deze strategie ingebed is, is de klantentrouw toegenomen, neemt het verval met 7% af en is de winst met 15% toegenomen zonder dat de kosten zijn gestegen.

Dit document is mede opgesteld door:

René Teuwen

**Interim marketingmanager en
consultant. Heeft u vragen en/of
opmerkingen: info@clientofficer.nl**

