

Juist in deze tijd is het belangrijk een goed contact te onderhouden met zakelijke klanten, contacten of partners. Het menselijk gezicht en de gunfactor zijn twee manieren waarop een ondernemer zich juist nu kan onderscheiden. Netwerken lijkt daarbij het toverwoord van de afgelopen jaren maar soms vergeten we hierin hoe men het contact met reeds bekende klanten kan handhaven, en hoe men het 'netwerken' dient toe te passen. Want netwerken is niet alleen alle borrels afstruinen en visitekaartjes rondstrooien. Na de borrels contact houden is hierin het 'verleiden' van je toekomstige en bestaande relaties.

WAAROM ZOU JE VERLEIDEN?

Je kunt je afvragen waarom je je klant dient te verleiden. Het mag duidelijk zijn waarom iemand bij jou bepaalde producten kan kopen of diensten kan afnemen. Toch is verleiden belangrijk. Vanwege een steeds heftigere concurrentiemarkt, en het feit dat de wereld kleiner wordt waardoor producten makkelijker te verkrijgen zijn, is het belangrijk dat jouw bedrijf op andere manieren door je klant wordt herinnerd. Dat kan natuurlijk zijn doordat de klant tevreden is met zijn product of dienst. Maar zelfs voor bestaande klanten en eventuele prospects dien je als bedrijf tevens op andere manieren contact te onderhouden of te maken. En wie zijn klanten denkt te kunnen verleiden met fraaie kleurenbrochures en dure woorden, slaat volgens marketing guru Jos Burgers toch echt de plank mis. Hij predikt in zijn boek 'Klanten zijn eigenlijk nét mensen' dat klanten aandacht en respect willen en het gevoel willen krijgen dat ze u kunnen vertrouwen. En in dat respect, gevoel en vertrouwen komt nu net het verleiden om de hoek kijken.

PERSOONLIJKE VOORBEELDEN

Er zijn meerdere soorten van verleiden. Eén daarvan is de manier waarop je een gesprek aangaat met je klant, je open houding, inlevingsvermogen, et cetera. Hier bestaan heuse flirtcoaches voor die je, door middel van gespreks- en houdingstechnieken, helemaal wegwijst maken in het flirten met je klant. Daarnaast kennen we natuurlijk allemaal de trucs die in bijvoorbeeld supermarkten worden uitgehaald om klanten via bepaalde paden langs die aantrekkelijke producten te leiden. Een derde manier is meer het verleiden buiten het directe contact met je klant of prospect om.

Een persoonlijk voorbeeld: omdat ik naast mijn bedrijfswerkzaamheden een fanatieke online blogger ben en vaak schrijf over de laatste trends, gadgets en brands zijn er steeds meer merken en mensen die dit signaleren, met als gevolg dat ik diverse producten maar ook mails gestuurd krijg. Natuurlijk met de boodschap of ik het interessant zou vinden om eens wat over dat product te schrijven. Hartstikke leuk, en ik moet zeggen het verleidt me af en toe wel. Wie vindt het nu niet aangenaam om op kantoor te komen en een leuk pakketje te vinden en zelfs e-mails met een leuk persoonlijk verhaal kunnen mijn dag opvrolijken. Mij volledig inpakken doet het helaas niet. Ik ben kritisch en geef graag mijn mening en zal dus, als ik ergens niet achter sta, ook niet de neiging voelen alleen maar positieve aspecten te beschrijven. Verwacht dus ook niet dat je prospect meteen 'verliefd' op je is.

De moraal van dit verhaal is echter wel dat iedere persoon het leuk vindt om verwend of verleid te worden dus maak daar gebruik van!

DENK NIET TE TRADITIONEEL

Niet elke ondernemer heeft wellicht de budgetten om nieuwe klanten te overladen met cadeaus. Dat is ook helemaal niet nodig. Wees creatief en bekijk wat je nog meer voor je klant zou kunnen betekenen. Denk daarin niet te traditioneel en durf van de gebaande paden af te gaan, investeer, en neem de tijd! Hieronder wat tips die je zou kunnen oppakken.

- koppel klanten aan elkaar die wat voor elkaar kunnen betekenen;
- gebruik online tools als www.twitter.com, attendeer daar andere mensen op het product van jouw klant;

- zet eventuele prospects in het zonnetje door ze in de spotlight te plaatsen op je site, nieuwsbrief of magazine. Zo heb je meteen contact met je prospect;
- schrijf op de zakelijke site www.Linkedin.com eens een 'recommendation' voor een klant van je, ook al ben jij degene die het product heeft geleverd;
- verleiden is ook je klant betrekken in je bedrijfsprocessen. Wil je een nieuw product lanceren vraag dan je klant om zijn/haar mening.

En ja, het zijn open deuren maar het toepassen is vaak de kunst.

Vaak zijn deze opties redelijk arbeidsintensief maar ze zorgen er wel voor dat je een langdurige relatie aangaat met je klant. En zoals al eerder vermeld, verleid niet alleen je prospects maar vooral ook je bestaande klanten. Zij worden weer even aan je herinnerd, hebben al die goede ervaring met je product of dienst en worden alleen getriggerd om anderen erop te attenderen.

HET BESPELEN VAN JE VIJAND

Dan heb je natuurlijk ook die klanten of partners die je wellicht niet altijd even leuk vindt of waar het contact moeizaam mee verloopt. Maar... we hebben net gezien, een presentje doet wonderen voor iedere persoon, dus stuur ook hen af en toe eens iets. Laat zien dat jij vanuit jouw bedrijf interesse toont in hun processen. Dat die liefde niet altijd wederzijds ontvangen wordt is jammer maar jij hebt in ieder geval je best gedaan.

Verleid ze!

Auteur: Marieke de Kort, www.advies.oplus.nu

Redactie: Jan-Willem Seip, www.vendicum.nl

