

Relatieverdieping leidt tot hogere share of wallet

Hoe houdt u relaties met bestaande klanten warm, zodat u niet steeds op nieuwe hoeft te jagen? We legden deze vraag voor aan Erik Rotteveel van uitzendorganisatie Olympia. “Raar toch dat je als nieuwe klant overladen wordt met cadeautjes en kortingen, maar dat je nooit beloond wordt voor loyaliteit”, stelt hij. Olympia pakt de zaken anders aan. Een kijkje in de keuken van haar best practices.

Rotteveel werkt ruim zestien jaar bij Olympia. Hij begon als flexkracht/intercedent en stuurt tegenwoordig als directeur national accounts twaalf accountmanagers aan. Deze mensen houden zich bezig met de grootste opdrachtgevers van de uitzendorganisatie. “Dat zijn strategisch belangrijke klanten voor ons”, legt Rotteveel uit. “Ten eerste zorgen ze voor continuïteit. Daarnaast helpen ze ons onze groeiambities te verwezenlijken.” Over het algemeen huren grote organisaties op grote schaal in. Rotteveel: “Opdrachtgevers met bekende namen hebben aantrekkingskracht op de markt. KLM, ING, KPN en DHL zijn organisaties waar veel flexwerkers graag voor willen werken.”

Ondernemersmentaliteit

Olympia is een franchiseorganisatie, die werkt met lokale ondernemers als vestigingsmanager. Dat is goed voor de continuïteit in contacten en kennis, want het werken met

De factor ‘doen’ is daarbij kenmerkend. Dit hoge praktijkgehalte manifesteert zich in het daadwerkelijk oplossingen bieden voor de klant en dit vervolgens ook waarmaken en uitvoeren in de praktijk. Als het moet ook in het weekend of na kantooruren; het is tenslotte je eigen bedrijf.

Vijf drivers voor klantbehoud

Simpel gezegd: als een klant tevreden over je is, dan blijft hij bij je. Een tevreden klant stelt je als organisatie in staat om te groeien. Rotteveel benoemt de vijf belangrijkste drivers van tevreden opdrachtgevers:

- leveringsperformance (doen wat je belooft);
- de ‘klik’ in de relatie met de klant;
- het vervullen van de specifieke klantwens;
- de administratieve afhandeling;
- een eerlijke, transparante prijs.

Een tevreden klant laat je groeien

ondernemers bestendigt de relatie met de klant. In de uitzendbranche wordt bij grote accounts vaak voor meerdere jaren zaken met elkaar gedaan. Bedrijven met mensen die ondernemerschap uitstralen, zullen daar de vruchten van plukken. Maar waar bestaat zo’n ondernemersmentaliteit uit?

De accountmanager is de stem van de klant binnen de organisatie. “Onze accountmanager bewaakt dat de gemaakte afspraken over de leveringsperformance worden nagekomen. Hij legt de afspraken eenduidig vast. En hij zorgt ervoor dat deze voor de betrokkenen binnen de organisatie gemakkelijk



Echte aandacht voor je klant

Attent zijn, het anders doen dan anderen en uw klant verrassen zijn speerpunten bij het behouden van uw klanten. Hoe pakt u dat aan?

Een voorbeeld van je klant verrassen met echte aandacht is de DHL Experience Day, die Olympia begin oktober 2012 organiseerde. Zo'n vijftig genodigden uit het midden- en hoger kader van DHL gaven acte de présence op een exclusieve locatie. Daar kregen ze een inspirerende update van de actuele economische ontwikkelingen en de arbeidsmarktontwikkelingen in de logistieke branche van econoom drs. W. Davidse. Daarnaast hield sportcoach Koen Gonnissen een overtuigend pleidooi voor het vitaliseren van werknemers. Een geslaagd evenement, dat DHL veel direct toepasbare nieuwe inzichten opleverde voor het te voeren hr-beleid.

toegankelijk zijn, zodat zij altijd direct over de meest actuele informatie kunnen beschikken. Daarnaast heeft hij de regie over de samenwerking met de klant, zodat de relatie verder verdiept kan worden. Het prettige gevolg is veelal dat er meer rendement wordt gerealiseerd. Niet per se op de korte termijn – vanwege margedruk – maar wel op de langere termijn door onze 'share of wallet' uit te breiden bij die klant."

Check de klantbehoefte

Op de vraag hoe je deze share of wallet uitbreidt, antwoordt Rotteveel dat dit met die vijf drivers gebeurt. "Van belang daarbij is dat de accountmanager steeds checkt of de behoefte of verwachting van de klant nog wel dezelfde is als wij denken. Die behoefte kan veranderen naar aanleiding van ontwikkelingen binnen de organisatie, in de branche of in de markt. Ontwikkelingen die onze accountmanagers op de voet volgen, zodat ze vaak proactief kunnen reageren op veranderingen. Wij willen voor onze klanten niet slechts een leverancier

van uitzendkrachten zijn, maar een volwaardig partner in flexibilisering." Zo kan Olympia de klant ook ontzorgen als het gaat om de capaciteitsplanning van het personeel en zelfs de arbeidsmarktpropositie – het neerzetten van de organisatie van de klant naar de buitenwereld toe – ontwikkelen als onderdeel van de werving- & selectiedienstverlening.

Onmisbare vaardigheden

Rotteveel maakt duidelijk dat aan de ene kant goed kunnen luisteren een belangrijke vaardigheid is en dat aan de andere kant creativiteit een onmisbare factor is. Rotteveel splitst creativiteit op in enkele praktisch toepasbare gedragingen, die u ook in uw bedrijf kunt inzetten:

- het anders doen dan anderen;
- de tijd van spiegeltjes en kraaltjes is voorbij. Verras de ander met aandacht, nieuwe inzichten en oplossingen: geef hem meer dan hij verwacht;
- wees attent. Laat iets van je horen als de ander bijvoorbeeld een mooie prestatie heeft bereikt (volbrengen van de vierdaagse, promotie maken). Oprecht, persoonlijk en authentiek zijn daarbij de sleutelwoorden.

Uitzenden is en blijft mensenwerk. Een organisatie als Olympia kan dan ook het meest succesvol voor haar opdrachtgevers en zichzelf zijn als er medewerkers werken die van andere mensen houden. Echte mensenmensen die het fijn vinden om met anderen te werken. Die er voldoening uit halen klanten en uitzendkrachten elke dag weer blij te maken. Dit lijkt zo vanzelfsprekend, maar hier valt voor veel bedrijven nog veel te winnen. Ze zetten al hun tijd en energie in op product, prijs, plaats en promotie, terwijl een slechte klantervaring met personeel die investeringen in één klap teniet kan doen. Alleen al het behouden van de goede krachten en het vinden van deze mensenmensen is een continu proces, waaraan steeds aandacht gegeven moet worden. Buiten winnen, is binnen beginnen.

Jan-Willem Seip
Oefenmeester in klantcontact
www.vendicum.nl