

***Hoe klantvriendelijk
ben ik eigenlijk?***

Jeannette Biesbroeck

Hoe klantvriendelijk ben ik eigenlijk?

Een praktische gids voor MKB'ers en ZZP'ers

www.mijnmanagementboek.nl

Editie 1.4

Auteur: Jeannette Biesbroeck

Fotografie: Martine van der Voort

Omslagontwerp en illustraties: Richard de Rijke

Vormgeving: Richard de Rijke

ISBN 30000000970

© 2021 Jeannette Biesbroeck

www.mijnmanagementboek.nl/jeannette_biesbroeck

Voorwoord

I first met Jeannette Biesbroeck in the summer of 1985, when she joined the major international tour operator for which at that time I had already been working for 12 years. I was in the operations office in awe of those out on the road with direct contact to the clients. During the passage of 46 years, I became vice president of that company, in charge of training and looking after the men and women on the front line dealing with the company's clients. Jeannette joined a team of highly reputed tour and cruise managers looking after large groups of clients touring Europe by motorcoach or cruising Europe's rivers. A team highly reputed for their expert knowledge of Europe, highly reputed for caring. Caring to deliver what the company advertised, caring to deliver the holiday of a lifetime the guests were hoping for, and caring for each individual's wellbeing. Jeannette fit right in - she brought all these qualities to her job, as well as a friendly and cheerful personality, and a willingness to always help, however she was needed.

This was the philosophy of the Company we both worked for – and the Company respected not only their associates, but also their suppliers along the way, so that in turn they could and would care for the clients. The two are strongly intertwined. If you are dealing with people, wherever you are, whatever your position, the first rule is listen. The second rule is watch. The third is communicate.

Whether you are touring with a group of 40 people, or sailing with 160, whether you are greeting a hotel guest or selling an item, in order to make your clients' dreams come true, you need to listen and understand his or her expectations.

Often it is the small things that make the big impact. Remembering a guest's name, or some small incident of which he or she has spoken. Going that extra mile for a seemingly small thing that makes an unforgettable experience for the guest. Empathy. A smile. Almost always you will be rewarded by a genuinely grateful and satisfied client. In this book, Jeannette shares many of her personal experiences and explains what made the difference.

Those who work on the frontline, have an advantage over all those who work in a back office – you get instant gratification for the effort you are making. You are there to see the gratitude of the person you have helped, see the smile that is returned. You can instantly evaluate if you have delivered a 'job well done', or disappointed your client.

And often you still have a chance to make good.

Jeannette has always been exemplary in all aspects of her responsibilities towards her clients. She cares. She listens. She watches. She always goes that extra mile.

I am honoured to endorse this book – having worked closely with Jeannette for over 30 years, and knowing the reviews we received from her clients, I cannot think of anyone more worthy than she, to pass on her knowledge and most considerable experience of how to care for clients. Because it does not matter whether you have a group of clients or an individual in front of you, or if you are dealing with them remotely over the internet. If you can make each one feel listened to and understood, you are bound to succeed. Read ‘Hoe klantvriendelijk ben ik eigenlijk?’ and you will be best-equipped to be a winner!

Sabine Steffen

Vice President (retired) Tourama Limited

Mallorca, Spain. January 2021

INHOUD

Inleiding	9
1. Het belang van een goede eerste indruk	13
Klantvriendelijkheid begint bij de voordeur	13
Een goede ontvangst is het halve werk	14
Hoe beleeft de klant jouw bedrijf?	16
Op locatie bij de klant	20
De digitale gastheer: je website	21
2. Wie leidt de klantreis en wat komt daarbij kijken?	29
Aandacht en betrokkenheid	29
Vakkennis en advies op maat	34
De klant verwelkomen zonder vooroordelen	36
Heldere afspraken die worden nagekomen	38
Obstakels: ruim ze op	39
3. Klantvriendelijk communiceren	43
Informatie overbrengen	43
Oog-in-oog gesprek en het belang van lichaamstaal	46
Telefoongesprek en beeldbellen	48
Schriftelijke communicatie	51
Zichtbaar blijven voor de klant	55
4. Klantvriendelijkheid in alle vezels van je bedrijf	59
Definitie en training	59
Bouwen aan een team	63
De nieuwe eend in de bijt	64
Interne communicatie	66
Een winnend team	68
5. De superkracht van de extra mijl	73
Een extra mijl met trots en plezier	73
Waarin zit die extra mijl?	74
Wat levert het op?	82
Koester je trouwe klanten	83
Extra mijl vóór en na	86
6. Doe je voordeel met beoordelingen en klachten	91
De juiste vragen leiden tot de juiste informatie	91
Beoordelingssites	94
Lastige klanten en klagende klanten	96
Klachtenbehandeling	100
Voorkomen is beter dan genezen	103
7. Samenvatting	105
Dankwoord	109

Inleiding

Vertel op een feestje over een opmerkelijk goede of slechte ervaring met klantvriendelijkheid en menigeen zal er gretig op inhaken. Klantvriendelijkheid houdt de gemoederen bezig, iedereen heeft ermee te maken. Internetfora over klant(on)vriendelijkheid stromen over van verhalen die variëren van negatief tot positief, zelfs van ronduit furieus tot uiterst jubelend. Als ondernemer kun je niet om klantvriendelijkheid heen. Integendeel: je kunt ermee scoren.

Wil je je met je bedrijf nog sterker onderscheiden dan je al doet, dan kun je klantvriendelijkheid tot een ware kunst verheffen. Het is net als met koken: het kan altijd weer met meer smaken, andere ingrediënten, meer passie. Je klanten merken het verschil en praten over de klantvriendelijkheid die ze bij jou ervaren, ze willen niet meer bij je weg.

‘Is dat wel haalbaar, heb ik daar tijd en aandacht voor? Krijg ik mijn team daarin mee?’, zul je je afvragen. Ja, het is mogelijk, voor iedereen, van beginnend tot ervaren, van ZZP’er tot MKB’er.

De weg naar meer klantvriendelijkheid bestaat uit kleine stappen die je afmeet aan haalbaarheid. De eerste stap is een besluit: ik maak klantvriendelijkheid belangrijk(er), vandaag al. Welke andere stappen je kunt zetten, laat ik je zien in deze praktische gids.

Ik was net twintig toen ik als hostess aan de Spaanse Costa Dorada werkte. Het was een vakantiebaantje, mijn eerste kennismaking met toerisme. Ik had geen idee wat mij te wachten stond en wat er precies van mij werd verwacht. Ik ging er met open vizier op af en ontmoette mijn eerste klanten: honderden Nederlandse vakantiegangers. Ik leerde snel wat klanten verwachten: dat je er voor hen bent wanneer ze je nodig hebben. In mijn functie ging dat niet alleen om het vertellen van wetenswaardigheden over de omgeving, maar ook om het verlenen van bijstand in moeilijke situaties. Klanten die waren bestolen of in een Spaans ziekenhuis belandden, hadden praktische hulp nodig. Klanten die kampten met heimwee of hoogoplopende relatieproblemen, hadden behoefte aan een luisterend oor. Het werk beviel mij en ik kreeg vaak positieve reacties van mijn klanten. Onbewust betrad ik het pad van klantvriendelijkheid.

Wat begon als een vakantiebaantje in mijn studententijd, groeide uit tot een carrière in het toerisme, van hostess tot tourmanager (reisleidster) en later als cruisemanager en producent van themacruises. Daarnaast was ik actief als weddingplanner, mysteryguest voor hotels, mysteryshopper voor winkelketens en deelnemer aan marktonderzoeken voor bedrijven uit het MKB. Ook was ik klant, in vele uithoeken van de aarde en thuis in eigen land. Mijn ervaringen als klant waren nogal divers, in het ene land positiever dan in het andere land. En in Nederland? Er zijn zeker inspirerende voorbeelden van klantvriendelijkheid te noemen, maar vaak kan het beter. Waar zou dat aan liggen? Is het onze doe-maar-gewoon mentaliteit? In Nederland houden we niet van onnodig veel opsmuk of overdreven hoffelijkheid. Toch is er niets overdrevens aan service met een streepje méér. Het wordt gewaardeerd door de klant en het levert je wat op, ook in Nederland.

De inzichten en ervaringen die ik sinds mijn eerste kennismaking met klantvriendelijkheid heb opgedaan, zet ik tegenwoordig in bij het geven van hospitality-trainingen, onder andere op wereldwijde missies voor PUM Netherlands Senior Experts. Elke training levert mij weer nieuwe inzichten en ideeën op. In dit boek deel ik mijn verhaal graag met jou, ZZP'er of MKB'er (en medewerkers). Laat je verrassen door tips waarmee je je klanttevredenheid kunt vergroten zodat klanten graag bij je blijven en nooit zomaar de deur uit zullen lopen omdat ze zich niet welkom voelen. Haal eruit wat op jou van toepassing is en doe er je voordeel mee. Dat wens ik je van harte toe.

Inmiddels ligt het Spaanse avontuur veertig jaar achter mij en ben ik vele duizenden klanten – Nederlanders en andere nationaliteiten – zo goed mogelijk van dienst geweest. Na al die jaren waarin ik zowel de positie van dienstverlener c.q. ondernemer als de positie van klant heb ervaren, is mijn conclusie: klantvriendelijkheid is van alle tijden, ook het digitale tijdperk, klantvriendelijkheid geeft glans aan je bedrijf en iedereen kan het leren.

Jeannette Biesbroeck

Voor het leesgemak heb ik ervoor gekozen de klant steeds aan te duiden met 'hij' waar ik uiteraard 'hij/zij' bedoel.

Voorts heb ik vrijwel overal het woord 'klant' gebruikt waar het kan gaan om klant, potentiële klant, cliënt, bezoeker, consument, cursist, passagier, patiënt en alle andere bewoordingen voor iemand met wie je een klantrelatie kunt hebben, niet in de laatste plaats 'gast'.

