



KLANTENRELATIES EN CUSTOMER JOURNEY

Om een goede klantenrelatie uit te bouwen, moet je eerst de customer journey kennen en dit proces onderverdelen in verschillende fases om zo op elk moment de juiste technieken en tools te gebruiken.

Enkele cijfers



De 5 statussen van je contacten

1 - Onbekende

De persoon kent je niet en heeft nog nooit over je gehoord. Je product zou aan zijn behoeften kunnen beantwoorden.

2 - Bezoeker

De persoon ontdekt je product, in de meeste gevallen via het internet.

3 - Potentiële klant

De persoon toont interesse, vraagt informatie, downloadt een document op je website, bekijkt je beschikbaarheid op de kalender, klikt op de knop "meer weten"...

4 - Klant

De persoon is nu klant van je product of je dienst.

5 - Ambassadeur

Hij verspreidt informatie op sociale netwerken, beoordelingssites, blogs... en kan je zichtbaarheid verhogen bij onbekenden.

De 4 fases om van statuut te veranderen:

1 - AANTREKKEN: de onbekende wordt een bezoeker.

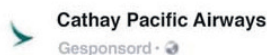
2 - TRANSFORMEREN: de bezoeker wordt een potentiële klant.

3 - WERVEN: de potentiële klant wordt klant.

4 - BINDEN: de klant wordt influencer of ambassadeur. Hij is niet enkel trouw aan jou, maar draagt bij tot je zichtbaarheid door sporen achter te laten op het internet.

Hoe kun je onbekenden aantrekken?

- SEO
- Sociale netwerken
- Online beoordelingen
- Blogs
- Commerciële partners en labels
- Reclame



Reis van Taipei naar Hongkong en geniet gedurende de hele reis van Aziatische gastvrijheid



Aantrekkelijke tarieven naar Hongkong.
Vlieg mee en geniet van bekroond comfort.
cathaypacific.com

Nu boeken

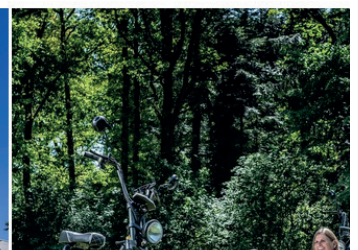


City Tours Eindhoven

14 mei

Ben je ook toe aan iets leuks na al dat binnen zitten? 😊 Wil je er binnen de richtlijnen van het RIVM weer eens op uit? Boek dan onze individuele E-Chopper fototour met picknick in het park.
Are you up for something fun after being locked down all the time? 😊 Would you like to go out again within the guidelines of the RIVM? Book the individual E-Chopper tour with picnic in the parc.

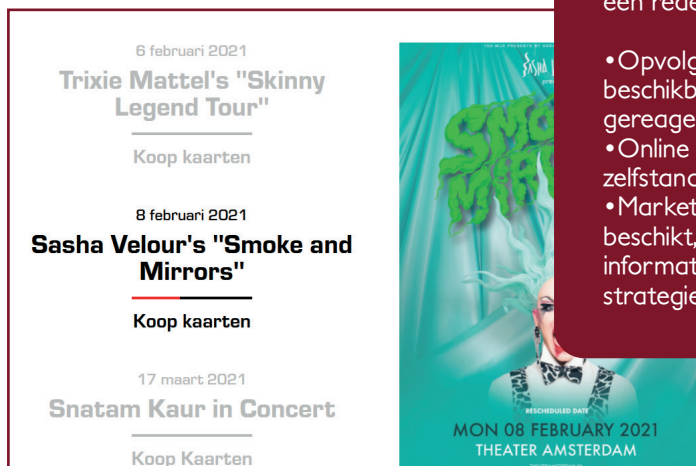
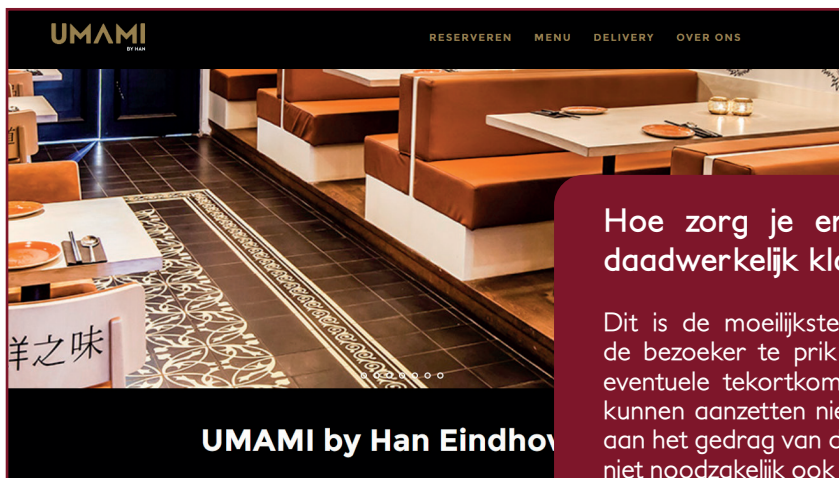
www.citytourseindhoven.com



Hoe kun je ervoor zorgen dat een bezoeker een potentiële klant wordt?

Je website is je belangrijkste wapen. Je website moet een trouw beeld geven van je product. Tegenwoordig zou iedere professional over een recente, responsive website moeten beschikken die rijk is aan informatie en een antwoord biedt op alle vragen van de internetgebruiker. De website wordt regelmatig geüpdatet, boezemt vertrouwen in en zorgt ervoor dat de gebruiker tijd bespaart.

Er zijn veel technieken om de interesse van een internetgebruiker te meten, maar ze zijn allemaal gebaseerd op zijn gedrag. Waar heeft hij geklikt? Heeft hij een formulier ingevuld? Heeft hij een bestelbon gedownload? En welke elementen heb jij in je website geïntegreerd om de gebruiker aan te zetten tot interactie?



Hoe zorg je ervoor dat potentiële klanten ook daadwerkelijk klant worden?

Dit is de moeilijkste stap. Je moet een strategie opzetten om de bezoeker te prikkelen, de aankoop vergemakkelijken en alle eventuele tekortkomingen opsporen die de klant ertoe zouden kunnen aanzetten niet door te gaan met de aankoop. Pas je aan aan het gedrag van de gebruiker. Boek jij liever per telefoon? Dat is niet noodzakelijk ook zo voor je klant, en telefonisch reserveren kan een reden zijn om niet met de booking door te gaan.

- Opvolging per telefoon of per e-mail: heb je een aanvraag naar beschikbaarheid behandeld, maar de bezoekers hebben niet gereageerd? Wat doe je hiermee?
- Online booking: kan je potentiële klant zijn aankoop volledig zelfstandig doen?
- Marketingmails: indien je over een lijst van potentiële klanten beschikt, die bestaat uit geannuleerde reservaties, weigeringen, informatieaanvragen (hou rekening met de GDPR...). Dit is een strategie om klanten terug te winnen.

Hoe kun je klanten binden en van je klanten ambassadeurs maken?

Dit is een zeer belangrijke stap bij het opbouwen van een klantenrelatie die vaak over het hoofd wordt gezien. Je wilt je klant uiteraard binden, maar de klantenrelatie ook stroomlijnen. Zo kan een aanbieder van activiteiten een klant aansporen om een nieuwe activiteit uit te proberen, of kan een gastheer aan een zakenreiziger voorstellen om ook eens met zijn gezin te komen...

Maak van je klanten eveneens ambassadeurs en influencers. Daarvoor moet je hen systematisch na hun aankoop uitnodigen om een beoordeling te schrijven of om je te volgen op de sociale netwerken. Je kunt ook nieuwsbrieven uitsturen om te communiceren over het nieuws in verband met je activiteit.

