

'KLANT BIJ VERLATEN WINKEL DIRECT NAAR MENING VRAGEN'

Reesponz: drietrapsraket naar een betere klantbeleving



De belangrijkste ontwikkeling van de laatste jaren in de retail is ongetwijfeld de verschuiving van het verkoopkanaal van fysiek naar digitaal. Met andere woorden: de consument doet steeds meer aankopen via internet. Veel retailers hebben daarom tevens een webwinkel geopend, maar dat geldt voor lang niet allemaal. Delft deze groep dus het onderspit? Volgens Marc Peeters van Reesponz® is dat nergens voor nodig. Want shoppen in echte winkels is en blijft leuk, volgens Marc. Voorwaarde is wel dat de klantbeleving in de fysieke winkel meer dan uitstekend is.

VALIDE INFORMATIE

Naar die klantbeleving wordt daarom veel onderzoek gedaan, maar volgens Marc op de verkeerde manier. "Klanten krijgen een enquête voorgelegd, maar altijd veel te laat, wanneer de beleving al lang is weggeëbd. Van valide informatie kun je dan niet meer spreken." Daarom heeft Marc samen met zijn Reesponz®-partner Ivo Kuipers een nieuwe manier ontwikkeld om klantbeleving te meten: Reesponz® Klant.

Reesponz® Klant stelt retailers in staat om klanten direct bij het verlaten van de winkel anoniem om feedback te vragen en dus de emotie van dát moment te vangen. Ze krijgen anoniem één vraag voorgelegd – bijvoorbeeld: 'Bent u tevreden over onze service?' – waarop ja of nee moet worden ge-

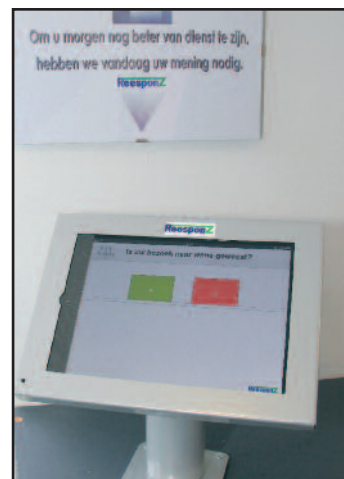
antwoord. Vervolgens kan nog een cijfer worden gegeven en eventueel een korte toelichting. Volgens Marc Peeters hebben retailers met deze informatie goud in handen. "Een tevreden klant komt terug, een gefrustreerde klant niet. Een ondernemer die scherp is, wil die emotie weten en neemt maatregelen. Dat merk je één op één in je resultaat."

ALTIJD EN OVERAL OPROEPBAAR

Reesponz® Klant is geschikt voor iedere iPad of tablet en 'hufferproof'. De feedback van de klanten wordt online in een database opgeslagen en is dus overal en altijd oproepbaar. De ondernemer kan de informatie op allerlei manieren analyseren. "Je kunt zien of het aantal medewerkers in de winkel invloed heeft op de klantbeleving. Was de service inderdaad minder toen er drie in plaats van vier man rondliepen? Omdat je zelf de vragen invoert, kun je heel gericht bepaalde aspecten onderzoeken." Marc waarschuwt wel dat er maar één vraag gesteld mag worden. "Voor de klant moet het gemakkelijk en snel in te vullen zijn. Anders wordt er afgeraffeld of helemaal niets ingevuld. Het zijn kengetallen waarop je stuur, dan moeten ze dus goed zijn." Hoewel Reesponz® Klant een nieuw concept is, is er al wel ervaring mee opgedaan. Bijvoorbeeld door kapsalon Theo Heebing in Duiven. *Theo is zeer enthousiast: "Reesponz® Klant geeft mij meer inzicht in hoe onze klanten het bezoek aan de kapsalon ervaren. Dat is waardevol omdat we onze dienstverlening dan nog meer kunnen afstemmen op de wensen van onze klant. Bovendien vinden klanten het positief dat ik hun mening belangrijk vind."*

DRIETRAPSRAKET

Reesponz® Klant is de eerste stap in een breder businessconcept, dat gezien kan worden als een drietrapsraket naar een betere klantbeleving. Na het meten van de klantbeleving kan de ondernemer zijn personeel Reesponz® Training aanbieden. Marc werkt met het spel 'De koning en de butler', dat medewerkers via een rollenspel en quizelementen laat ervaren wat klanten meemaken. Ze moeten via opdrachtkaarten zo veel mogelijk blijde klanten vergaren. De derde stap is Reesponz® 360°, een app waarmee gedrag van medewerkers op een speelse manier wordt geborgd. Ook hierbij spelen competitie en actieve interactie een belangrijke rol.



Peeters Trainingen

Marketing 10
6921 RE Duiven
06-41227181
www.peeterstrainingen.nl
www.reesponz.nl



Reesponz