

## Marc Peeters van Peeters Trainingen meet met innovatief concept klantbeleving

# “Klanten knuffelen voor succes”

De trendwatchers zijn het er over eens. In een veranderende wereld draait alles in toenemende mate om klantbeleving. Voor Marc Peeters in Duiven reden om een nieuw concept te bedenken. “Met Reesponz kunnen ondernemers de beleving van hun klanten meten om ze vervolgens in te zetten als ambassadeur.”

Marc Peeters houdt tegenwoordig kantoor in bedrijvencomplex de Unie Veste in Duiven. Daar runt hij op de eerste verdieping zijn gelijknamige trainingsbureau. Marc Peeters adviseert en verzorgt maatwerktrajecten voor overheden en bedrijven. “Wij hebben ons gespecialiseerd in het veranderen en verbeteren van gedrag”, vertelt hij. “Wij zien effectief en authentiek gedrag als basis voor succes, zowel zakelijk als privé. Samen met mijn klanten probeer ik daar door training en coaching aan te werken. Om de ondernemer net weer op het juiste spoor te zetten of een nieuwe drive te bezorgen.”

Vanuit zijn dagelijkse praktijk weet Marc Peeters wat ondernemers beweegt. In zijn net uitgebrachte boek ‘Hersenscheten voor ondernemers’ verhaalt hij daar ook over. Hij constateert bijvoorbeeld dat veel ondernemers vooral bezig zijn met verkopen en omzet draaien. “Dat is geen goede basis”, zo stelt hij nadrukkelijk. “Omzet draaien is een gevolg van een goede visie. Omzet komt vanzelf als je de zaken daarvoor goed op orde hebt. Voor ondernemers is het nu erg belangrijk om te zorgen dat de beleving bij klanten goed is en het personeel optimaal functioneert. We verschuiven in de wereld namelijk steeds meer naar een ‘emotie economie’. Waarin we moeten leren onze klanten te knuffelen. Want als de klant zich goed voelt, komt het ook met de omzet goed.”



Marc Peeters: “Wij zien effectief en authentiek gedrag als basis voor succes, zowel zakelijk als privé.”

### Meetbaar maken

Vanuit de behoefte om klantbeleving tastbaar te maken, bedacht Marc Peeters het concept Reesponz. “Voor bedrijven is het steeds moeilijker om zichzelf te onderscheiden. Aan de voorkant lijken veel ondernemingen op elkaar. Maar je kunt echt het verschil maken met gedrag en beleving. Er ligt dus een uitdaging om klanten vanuit een goede beleving weer terug te laten komen. Beleving is echter moeilijk te meten. Die wordt vaak beoordeeld vanuit een veronderstelling. Wij willen het met behulp van Reesponz meetbaar maken.” Reesponz bestaat uit drie onderdelen. Het meten van de klant, een training voor het personeel dat met klanten in contact treedt en een app waarmee personeelsleden elkaar

uitbreiden. Het uitgangspunt is dat je valide informatie krijgt.”

Inmiddels zijn er twee pilots grotendeels afgerond. Bij een kapperszaak in de regio en bij Het Musiater in Zevenaar. “Twee complete verschillende bedrijven. Bij de kapperszaak kwamen we er achter dat veel klanten trouw zijn en er bijvoorbeeld al dertig jaar komen. Met deze informatie kun je de ‘traditionele klant’ proberen in te zetten als ambassadeur. Om nieuwe mensen naar de kapperszaak te krijgen. Een interessante uitdaging in een wereld, die met de opkomst van barbershops en shop-in-shop concepten snel verandert.”

Het Musiater ging met Reesponz een stap verder en stelde ook inhoudelijk vragen. “Op deze manier kun je als bedrijfsleiding veel nuttige informatie achterhalen. Al kwamen we daar ook op enkele punten die in ons Reesponz systeem verbeterd zouden kunnen worden. Bij een theater gaan veel mensen tegelijk de deur uit en is de tijd om een vraag te beantwoorden beperkt. Het opslaan van de antwoorden wordt dan wel eens vergeten.”

### Bewustwording

Marc Peeters noemt Reesponz geschikt voor ieder bedrijf dat live contact heeft met klanten. Of het nu om notarissen, advocaten, accountants of schoonmaakbedrijven gaat.

“Met de informatie die je vergaart, word je als bedrijf bewust gemaakt hoe je omgaat met je klanten en je dienstverlening. Deze informatie moet leiden tot tools om je gedrag te verbeteren.”

Die tools vallen ook onder het Reesponz-traject, zegt Marc Peeters. “Op basis van de resultaten uit het onderzoek verzorgen wij trainingen met een extra focus op de verbeterpunten. Onderdeel van de training is een bordspel, dat inzicht en uitdagingen geeft om te experimenteren met klantgericht gedrag. Wij dagen de cursisten uit, reflecteren en stimuleren. Leuk en leerzaam.”

In het laatste traject moet het gedrag in de onderneming geborgd worden. “Daar hebben we een app voor ontwikkeld. Deze stimuleert medewerkers een lange periode van bijvoorbeeld drie maanden om bewust te blijven van het verandertraject dat is ingezet. Iedere deelnemer krijgt de mogelijkheid om een collega positieve feedback en punten te geven over zijn of haar gedrag. Hierdoor ontstaat er een gezonde competitie waardoor de focus ook na de training blijft liggen op het eigen gedrag en de interactie met anderen. Want als er daadwerkelijk gewerkt wordt aan verbeterpunten, dan leidt dat ook tot meer werkplezier, enthousiaste klanten en een hogere omzet.”

positief stimuleren. In de basis werkt het volgens Marc Peeters heel simpel. “Via een iPad in een zuil beantwoorden klanten bij het verlaten van de winkel of een bedrijf één simpele vraag. Je moet je beperken tot slechts één vraag. Anders haakt de klant af. De spanningsboog kan maar kort gespannen zijn. Die ene vraag kan bijvoorbeeld zijn of de klant ‘met een goed gevoel weg gaat’. Daar moet de klant een cijfer voor geven en vervolgens kan er een korte toelichting of subantwoord worden aangevinkt. Dat is het dan. Met al deze gegevens krijg je als bedrijf waardevolle informatie, waar je echt wat mee kunt. Waar liggen bijvoorbeeld verbeterkansen en waar doen we het heel goed? In een vervolg kun je de vragen altijd aanpassen of