

# Hoe komt u aan nieuwe klanten?



Nieuwe klanten en nieuwe opdrachten binnenslepen is dé grootste uitdaging voor ondernemers in deze tijd. Het grootste deel van de omzet van MKB-bedrijven wordt gehaald uit de directe omgeving. Daarmee is zaken doen met bedrijven uit de eigen regio de sleutel tot succes van de meeste bedrijven. Om dit te bereiken zijn er diverse mogelijkheden zoals mailings, koude acquisitie, bijwonen van netwerkbijeenkomsten en bijeenkomsten van businessclubs, publiciteit in ondernemersbladen, etc. Wat is úw strategie om aan nieuwe klanten te komen? De mening van ons panel.

JOHN OOSTVEEN



## OOSTVEEN BEDRIJFSOVERNAMES

*“Mijn beste acquisitietool is tevreden klanten”*

Als bedrijfsovernamespecialist bedien ik klanten die deskundige begeleiding nodig hebben bij de verkoop van hun bedrijf, een aankoop of familieopvolging. Dat zijn mijlpalen in een ondernemersloopbaan, dat mag dus niet fout gaan. En daar zorg ik voor, met kennis, kunde en betrouwbaarheid!

Mijn beste acquisitietool is daarmee tevreden klanten, want die zorgen voor nieuwe klanten. Koude acquisitie, mailings en advertenties werken niet in mijn doelgroep. Ik participeer wel actief bij diverse ondernemingskringen en netwerkbijeenkomsten. Daarnaast schrijf ik regelmatig inhoudelijke artikelen over bedrijfsopvolging in ondernemersbladen en geef ik presentaties en workshops over deze materie. «

CAROLINE HULSMAN



## TUNDUN COMMUNICATIE & PR

*“Winnen van nieuwe klanten is als het sluiten van vriendschappen”*

Nieuwe klanten binnenhalen is een van de uitdagingen binnen het ondernemerschap. Netwerken is daarbij een belangrijk hulpmiddel. In een persoonlijk gesprek kun je immers beter aan je gesprekspartner aflezen of jouw verhaal aanspreekt of bijsturing behoeft. Het winnen van nieuwe klanten is als het sluiten van vriendschappen. Je maakt kennis en spreekt elkaar regelmatig persoonlijk of per telefoon. Zo leer je elkaar steeds beter kennen. Je wint vertrouwen en krijgt inzicht in wat deze nieuwe “vriend” echt nodig heeft. Wanneer je vertrouwen gewonnen hebt, kun je ook open adviseren. Dit kost veel tijd, maar de investering leidt veelal tot een langdurende tevreden klantrelatie. «

CEES VAN VLIET



## VAN WIJNEN MIDDEN

*“Tevreden klant is jouw ambassadeur”*

Nieuwe klanten zijn natuurlijk zeer belangrijk maar allereerst moet de focus gericht zijn op onze bestaande klanten. De gehele organisatie moet klantvriendelijkheid in de genen hebben. Het gaat namelijk om drie dingen: onze klant, onze klant en onze klant. Om dit te bereiken moet je je eigen ego aan de kant kunnen zetten. Ja, en dan toch een paar open deuren; deskundige en vriendelijke medewerkers die respect tonen en graag de problemen van de klant willen oplossen. Werknemers die de verwachtingen managen. Als onze klant een acht verwacht en wij maken er een negen van zijn we op de goede weg. Maak je er een zeven-enhalf van, dan is de klant teleurgesteld en ontevreden. Een goed product aanbieden en betrouwbaar zijn, zijn geen onderscheidende factoren. Als je de bestaande klant centraal stelt en de klant honderd procent tevreden kan stellen, is dat meteen ook de beste methode om nieuwe klanten binnen te halen. Die klant is dan namelijk jouw ambassadeur. «