

KLANTCONTACT EN VERKOOP

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteurs: Cornelia de Ruiter

Titel: Klantcontact en verkoop

ISBN: 978 90 3725 126 5, maakt deel uit van pakket 978 90 3725 129 6

Beeld: Verbaal Visuele Communicatie BV

Eerste druk/derde oplage

© Boom beroepsonderwijs 2020

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUDSOPGAVE

1. WERKEN MET DIT KEUZEDEEL	4
2. KLANTCONTACT	6
3. VERKOPEN	44
4. MARKETING EN PR	99
5. UITDAGING	132

DIGITALE LEEROMGEVING

Bij sommige opdrachten heb je hulpmiddelen nodig. Bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een link naar een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Dit icoontje  verwijst naar de digitale leeromgeving. Om hier te komen ga je naar digitaal.boomonderwijs.nl/beroepsonderwijs.

Eerste keer inloggen in de digitale omgeving

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

KLANTCONTACT EN VERKOOP

Dit keuzedeel gaat over klantcontact. Over het benaderen van klanten, het voeren van verkoopgesprekken en het afhandelen van verkopen, over het omgaan met bestellingen, verzoeken en klachten van klanten en over marketing- en promotieactiviteiten.

Bekijk het filmpje. Weet jij wat het verschil is tussen klantvriendelijk en klantgericht zijn?

LEERDOELEN

1. Je kunt je benadering afstemmen op de individuele bezoeker.
2. Je kunt de klant of bezoeker op een vakkundige manier informeren
3. Je kunt de koopbehoefte van de klant inventariseren.
4. Je kunt verkooptechnieken toepassen.
5. Je kunt een verkoop tot tevredenheid van de klant afhandelen, waarbij je rekening houdt met afspraken binnen het bedrijf en de wensen van de klant.
6. Je kunt door een klantgerichte benadering het imago van de organisatie versterken.
7. Je kunt het productassortiment op een aantrekkelijke manier presenteren door marketing- en pr-activiteiten toe te passen.

Dit keuzedeel bestaat uit:

- *Theorie en opdrachten*

Hierbij leer je over en oefen je met de praktijk. In sommige opdrachten werk je aan beroepsproducten, deze opdrachten herken je aan [BP]. Deze beroepsproducten kun je verzamelen in je portfolio en heb je nodig om de uitdaging aan het einde van het keuzedeel goed af te ronden.

De opdrachten die horen bij het keuzedeel, zijn algemeen van opzet als het gaat om je toekomstige beroepenveld. Let erop dat je bij het maken van de opdrachten waar nodig zo veel mogelijk je eigen beroepsopleiding in je achterhoofd houdt en de opdracht gericht op jouw opleidingsdomein uitvoert.

De beroepsproducten in dit keuzedeel zijn:

- *Onderzoek Begroeting klant*
- *Onderzoek Klantcontact in verschillende sectoren*
- *Salespitch*
- *Infographic Verkoopproces*
- *Prezi Marktonderzoekproces*
- *Customer journey.*

- *Test je kennis*

Hiermee kun je zelf je kennis van de theorie testen.

- *Uitdaging*

Dit is het eindproduct en de afronding van het keuzedeel. Hier werk je gedurende het hele keuzedeel naartoe. En hier word je op beoordeeld.

Voor de uitdaging van dit keuzedeel maak je een presentatie over klantcontact in verschillende sectoren. Denk aan de consumentenmarkt, de publieke sector en een business-to-businessomgeving (B2B). De presentatie maak je op basis van een doelgroeponderzoek en een enquête.

- *Theorietoets*

Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.

Dit hoofdstuk gaat over klantcontact. Niet alleen in winkels hebben verkopers contact met een klant. Klantcontact is overal. Ook de tandarts, de automonteur en de huisarts hebben klanten.

In dit hoofdstuk leer je wat een klant is en hoe je deze het beste kunt benaderen en informeren. Niet elke klant is hetzelfde. De een heeft behoefte aan een praatje, de ander is in eerste instantie tevreden met een korte begroeting. Het is daarom belangrijk dat je de manier waarop je de klant benaderd afstemt op zijn behoefte.

Om een klant vervolgens goed te kunnen helpen is het ook belangrijk dat je voldoende kennis hebt van de producten of diensten binnen je bedrijf. Kun je een klant zelf niet helpen dan moet je hem kunnen doorverwijzen naar iemand die dat wel kan.

AAN HET EIND VAN DIT HOOFDSTUK

1. kun je je manier van benadering afstemmen op de klant of bezoeker.
2. kun je de klant of bezoeker op een vakkundige manier informeren.



THEORIEBRON KLANTEN

Een **klant** is degene die tegen betaling gebruikmaakt van diensten, of goederen koopt van een leverancier. De klant kan een persoon/consument zijn, maar ook een bedrijf.

In de advocatuur, zorgsector en sociale sector worden klanten altijd cliënten genoemd. Hotels en restaurants hebben geen klanten maar gasten. Een ziekenhuis of een andere medische instelling behandelt patiënten. In de bouw en zakelijke dienstverlening heet de klant een opdrachtgever.

Interne en externe klanten

Er zijn interne en externe klanten.

Interne klanten

Een **interne klant** is bijvoorbeeld een collega, een leidinggevende of een andere afdeling die informatie van jou wil, of die wil dat jij iets oplevert. Ook een interne klant verwacht dat jij je afspraken nakomt en je dienstverlenend opstelt.



Collega's zijn ook klanten.

Externe klanten

Externe klanten zijn niet alleen betalende klanten, maar bijvoorbeeld ook contactpersonen van andere bedrijven of instellingen, zakenrelaties, aandeelhouders, leveranciers of belangengroepen. Bij al deze klanten ben je er op gericht de relatie goed te houden. Externe klanten verwachten van jou een professionele, servicegerichte houding.

Soorten klanten

Klanten kunnen worden onderscheiden in:

- vaste klanten
- potentiële klanten
- (nog) onbekende klanten.

Vaste klanten

Een **vaste klant** heeft al eerder een product of dienst bij jouw bedrijf afgenomen. De klant was daarover tevreden en daarom komt hij terug.

Potentiële klanten

Potentiële klanten maken voor het eerst kennis met een winkel of organisatie. Zij moeten overtuigd worden van de producten en diensten die worden aangeboden. In het gunstigste geval gaan ook deze klanten tot de groep vaste klanten behoren. Een potentiële klant noem je een prospect of een lead.

Onbekende klanten

Onbekende klanten hebben nog nooit van het bedrijf gehoord of zijn er nog nooit geweest. Zodra de klant toenadering zoekt tot het bedrijf, wordt deze een potentiële klant. Als een verkoper actief klanten gaat werven, noem je dat acquisitie.

OPDRACHT 1 Klanten

Klanten zijn overal.

a. Wat is een klant?

b. Wat is het verschil tussen een interne en een externe klant?

c. Welke drie soorten klanten zijn er?

OPDRACHT 2 **Ontvangst als klant**

- a. Omschrijf drie eigen ervaringen waarbij jij de klant was. (Denk bijvoorbeeld aan een aankoop in een winkel, een bezoek aan het ziekenhuis of de tandarts of contact met een klantenservice.)

- b. Waardoor voelde jij je welkom?

- c. Welke elementen irriteerden jou of wat ging fout?

THEORIEBRON KLANTCONTACT

Klantcontact is elk moment van contact tussen een organisatie en een klant. Iedere medewerker binnen een organisatie heeft klantcontact. Van de receptionist tot de directeur. Dit wil niet zeggen dat iedereen direct contact heeft met externe klanten, maar wel met interne klanten. Contacten met potentiële klanten of zelfs oud-klanten vallen ook onder klantcontact.

Klantcontact is voor veel organisaties de enige manier om zich te kunnen onderscheiden van hun concurrenten. Het contact met klanten moet daarom een uiting zijn van wat de organisatie wil uitstralen. Elke medewerker moet zo **representatief** mogelijk overkomen. Hij gedraagt zich zo dat mensen een goede indruk van hem en de organisatie krijgen. Daarbij is de eerste indruk belangrijk. Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat mensen zich al in de eerste seconden een beeld van iemand vormen. En 55% van het beeld dat mensen zich vormen, wordt bepaald door non-verbale aspecten, zoals kleding en lichaamsverzorging.



Met klantcontact kan een organisatie zich onderscheiden van de concurrent.

Goed klantcontact

Goed klantcontact is vooral datgene wat zowel de klant als de organisatie daarvan verwacht. Het kan zowel kwalitatief als kwantitatief gemeten worden:

Kwalitatief

Dit zijn de aspecten die voor de klant de kwaliteit van het klantcontact bepalen. Bijvoorbeeld de manier waarop de klant te woord wordt gestaan of de juistheid en volledigheid van het antwoord dat de klant krijgt. Belangrijk hierbij is: inventariseer de behoeften en wensen van je klant en probeer hier zo veel mogelijk aan te voldoen.

Kwantitatief

Deze aspecten zijn het meest tastbaar en meetbaar. Bijvoorbeeld de levertijd, de wachttijd en het percentage van het klantcontact dat in één keer is afgehandeld. Zoek dus van tevoren uit welke aspecten klanten belangrijk vinden en probeer het klantcontact daarop af te stemmen.

OPDRACHT 3 Klantcontact

Iedere medewerker binnen een organisatie heeft klantcontact.

- a. Wat is klantcontact?

- b. Wat is goed klantcontact?

OPDRACHT 4 Representatief

Bij klantcontact is het belangrijk om representatief te zijn.

- a. Wanneer ben je representatief?

- b. Waarom is de eerste indruk belangrijk?

OPDRACHT 5 Inleven in een ander

Bij het hebben van klantcontact is het belangrijk dat je je kunt inleven in een ander.

- a. Vul de tabel in. Geef met een kruisje aan waar je goed of niet goed in bent. Leg je antwoord uit.

			WANT ...
Ik laat merken dat ik het gedrag van de ander begrijp.			
Ik kan me inleven in de gevoelens en wensen van anderen.			
Ik blijf luisteren naar de ander, ook als diegene boos of langdradig is of als ik het druk heb.			

		 WANT ...	
Ik laat de ander uitspreken.			
Ik kan begrip tonen wanneer een ander geïrriteerd of boos is.			
Ik zeg het als ik iets leuk of vervelend vind aan iemand.			
Ik kan de ander vertellen hoe ik mij voel.			
Ik kan de ander laten merken dat ik iets begrijp.			

- b. Voel jij aan wat anderen willen? Leg je antwoord uit.

- c. Vraag thuis of zij vinden dat jij je goed kunt inleven in een ander.

- d. Komen de antwoorden op vraag b en vraag c overeen?

OPDRACHT 6 Eigen ervaring

Ook bij dienstverlenende instanties (bank, ziekenhuis, politie, openbaar vervoer, restaurant) is sprake van klantcontact. Wat is jouw eigen ervaring als klant van een dienstverlenende instantie?

- a. Bedenk voor jezelf een positieve ervaring en een negatieve ervaring die je onlangs hebt gehad met een dienstverlenende instantie.

- b.** Werk samen met drie medestudenten.
Welke positieve en negatieve ervaringen hebben zij? Kies één positieve ervaring en één negatieve ervaring om mee verder te gaan.
- c.** Bespreek samen: Waarom is de ene ervaring positief en de andere ervaring negatief?
- d.** Schrijf voor beide ervaringen op welke aspecten daaraan hebben bijgedragen.
Gebruik de Checklist klantgerichtheid.

Checklist klantgerichtheid:

- Tastbare zaken, zoals de bereikbaarheid van het gebouw en de faciliteiten.
- Betrouwbaarheid: wordt wat beloofd of verwacht waargemaakt?
- Klantgerichtheid: werd direct service geboden en was sprake van een dienstverlenende houding?
- Kennis: wisten ze je inhoudelijk te helpen?
- Beleefdheid, vriendelijkheid, welwillendheid.
- Geloofwaardigheid: kwam het geloofwaardig of juist gemaakt over?
- Begrip voor de klant: daadwerkelijk een inspanning leveren om de wensen of verwachtingen van de klant te kennen.

[illegible]

- e. Bekijk de aspecten. Welke hadden te maken met het voortraject? Welke met de dienstverlening? En welke met het natraject? Maak een verdeling.



- f. Maak een Prezi over de belangrijkste bevindingen. Maak onderscheid in het voortraject, de dienstverlening en het natraject. Presenteer kort aan je medestudenten.