

**Interactieve in-company workshop
onder deskundige leiding van drs. Jos Burgers RM**

Relatiebeheer als Groeistrategie Van klanten via relaties naar ambassadeurs

Uw huidige klanten zijn het belangrijkste kapitaalgoed van uw onderneming. Zowel industriële ondernemingen, handelsbedrijven als dienstverlenende organisaties onderkennen steeds vaker de noodzaak om klanten om te vormen tot relaties en verder te ontwikkelen. De vraag is alleen hoe en waar te beginnen?

De workshop Relatiebeheer als Groeistrategie biedt de deelnemers een systematische en stapsgewijze aanpak om meer te verdienen aan de bestaande klantenkring. Deze workshop is gebaseerd op de laatste inzichten in het vak en de ervaringen die Jos Burgers heeft opgedaan in zijn marketingadviespraktijk. Geen wetenschappelijke verhalen, maar praktische en doeltreffende adviezen om direct mee aan de slag te gaan.

De workshop bevat veel voorbeelden en laat u zien hoe u kunt groeien door in uw marketingstrategie uit te gaan van uw bestaande klanten. Als u er in slaagt om het klantaandeel bij uw grote klanten te verhogen, stijgen uw omzet en marktaandeel automatisch. U leert onder andere wie uw meest interessante klanten zijn, hoe u die groep volkomen tevreden houdt en aldus aan u bindt.

Tijdens de workshop komen onderwerpen aan de orde als:

- Wat is nodig om de kansen op nieuwe klanten te verhogen?
- Hoe vergroot u het vertrouwen van prospects in uw onderneming?
- Hoe maakt u van uw bestaande klanten ambassadeurs voor uw bedrijf?
- Waarom is het noodzakelijk om onderscheid te maken tussen klanten?
- Tevreden klanten zijn nog geen trouwe klanten
- Klachten als kansen.

Deze workshop is gebaseerd op de bestseller 'Relatiebeheer als Groeistrategie', geschreven door Jos Burgers. Dit boek is toe aan de zevende druk en stond geruime tijd in de Top-10 Nederlandstalige managementliteratuur.

Programma workshop ‘Relatiebeheer als Groeistrategie’

Onderwerpen:	Mogelijke interactie d.m.v. opdrachten:
<p>Blok 1. Van klant naar relatie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verwachtingen managen ▪ wat betekent partnership precies? ▪ relatiebeheer is veel meer dan feestjes organiseren of wijn geven ▪ over satisfiers en dissatisfiers 	<p>Technische kwaliteit leveren is onvoldoende voor het bouwen aan relaties. Waarom heeft u de klanten die u nu heeft? (formuleer ‘satisfiers’)</p>
<p>Blok 2. Acquisitie via een goed relatiebeheer</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ hoe krijg je vertrouwen van klanten? ▪ het belang van mond-tot-mond reclame ▪ verschil tussen klantvriendelijkheid en klantgerichtheid ▪ op zoek naar toegevoegde waarde 	<p>Hoe komen we aan nieuwe klanten? Wat registreren we nu? Analyse met 10 klanten.</p>
<p>Blok 3. Op zoek naar waardevolle relaties</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ nieuwe klanten benaderen ▪ do’s en dont’s van netwerken ▪ van marktaandeel naar klantaandeel ▪ het evenwichtsprincipe: eerst geven ▪ de relatie tussen tevredenheid en trouw 	<p>Wat is ons prospectprofiel? Vaststellen aan de hand van huidige klanten en bepalen ‘wensklanten’.</p>
<p>Blok 4. Relaties verstevigen is investeren</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ hoeveel bent u bereid te investeren? ▪ wat levert die investering op? ▪ sommige klanten kunt u beter niet hebben 	<p>Niet elke klant is die investering waard. In wie niet investeren?</p>
<p>Blok 5. Kiezen is noodzakelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ de gemiddelde klant bestaat niet ▪ welke criteria zijn belangrijk? ▪ maatwerk leveren 	<p>Hoe te kiezen? Bepalen van criteria?</p>
<p>Blok 6. Niet elke klant is even belangrijk</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ omgaan met klachten ▪ klantgerichtheid is iets van de gehele organisatie ▪ opbouw van een relatiebeheerplan 	<p>Hoe te differentiëren? Opstellen van een eigen relatiebeheersplan. Ingrediënten van het plan.</p>

Uw praktijktrainer:

drs. Jos Burgers RM (1951) studeerde Bedrijfseconomie aan de Universiteit van Tilburg met als specialisatie marketing management. Na tien jaar werkzaam te zijn geweest in verkoop- en marketingfuncties in het bedrijfsleven, was hij ruim tien jaar docent marketing aan Fontys Hogescholen te Eindhoven. Hij verzorgde tevens post-HBO cursussen marketing management en opleidingen Nima B en C. Thans treedt hij als gastdocent o.a. op voor Universiteit Nyenrode, Ondernemerscentrum De Baak en de Universiteit van Amsterdam.

Jos Burgers is door het Nima benoemd tot Register Marketeer en is auteur van marketingbestsellers als 'Relatiebeheer als Groeistrategie' en 'Een hogere prijs is pure winst'. Sedert tien jaar begeleidt hij als zelfstandig marketingadviseur bedrijven en instellingen van uiteenlopende aard en omvang op het gebied van marketing en strategie.

Omvang en opbouw workshop

In totaal 2 dagdelen, naar keuze ochtend+middag of middag+avond.
De workshop is in hoge mate inspirerend, motiverend en interactief.

Referenties

Reacties van eerdere deelnemers aan workshops van Jos Burgers:

'Zeer goed. Goede onderwerpen, goede docent. Enthousiaste spreker die publiek weet te boeien. Interessante onderwerpen en zeer relevante info.'

C. van den Hurk, projectmanager telebankieren, Rabobank Nederland

'Helder uiteengezet. Levendige stijl. Aantal leuke kapstokjes meegekregen. Dynamische heldere presentatie.'

S. Wardak, manager kantoor, Michael Page International

'Prima, beeldend verteller, rijk aan voorbeelden'.

K. Jonker, accountmanager, Woningnet

Aantal deelnemers

In overleg

Kosten totaal

Zie website onder kopje 'Wat kost?'

Deze prijs is inclusief

- reiskosten,
- een voorbespreking met de opdrachtgever
- specifieke voorbereiding.

Meer weten?

Bel of mail voor meer informatie Burgers Marketing b.v.
tel. 013- 513 14 45 / burgers@burgersmarketing.nl