



**Maak  
ambassadeurs  
van uw klanten**

**Masterclasses Vooruit:  
Smarter Working en  
klantgerichtheid**

**Ready?**



**vodafone  
business**

## Vooruit digitaliseren: 5 tips voor betere leiderschap skills

Van de ene op de andere dag is uw contact met klanten veranderd. Misschien zijn ze er zelfs niet meer, opgeslokt door de maatregelen die tijdens de crisis van kracht werden. Hoe vindt u bestaande klanten terug? Hoe wint u nieuwe voor uw zaak? In deze whitepaper vindt u vijf tips om van klanten ambassadeurs te maken én een canvas dat helpt om klantcontact met behulp van digitalisering naar een hoger niveau te tillen.

De coronacrisis bewijst meer dan ooit dat u als ondernemer moet digitaliseren. Of u nu een winkel runt of een kantoor: uw klant is digitaal en verwacht hetzelfde van u. Het is niet de vraag hoe lang digitalisering standhoudt, maar hoe snel bepaalde innovaties de komende jaren worden geïmplementeerd. De coronacrisis heeft hierbij een katalyserend effect: ontwikkelingen die gaande zijn, worden versneld.

De wereld verandert en het gedrag van de klant verandert mee. Vodafone Business deed bij 1813 klanten in **10 markten wereldwijd** groot onderzoek naar de toekomstbestendigheid van bedrijven\*. Welke ondernemers zijn klaar voor de toekomst en wat doen zij anders dan de rest? Hoe zien 'Future Ready' bedrijven eruit en hoe gaan zij om met uitdagingen? Een overzicht van de vijf belangrijkste uitdagingen:

1. Bedrijven moeten zich snel aanpassen aan veranderende sociale attitudes en klantgedrag.
2. Bedrijven moeten hun veerkracht weer opbouwen en versterken in het licht van de COVID-19-pandemie.
3. Duurzaamheid wordt een standaard.
4. Data en de digitale economie creëren op hoog tempo nieuwe zakelijke uitdagingen.
5. Bedrijven moeten de manier veranderen waarop ze talentvolle mensen werven en behouden.

### Transparant aanbod voor elke klant

Hoe blijft u als ondernemer de klant in het oog houden terwijl u tegelijkertijd een toekomstbestendige business bouwt? Dankzij internet is het aanbod voor de klant (van producten, maar ook diensten) transparanter dan ooit. De concurrentie online is enorm. Onderscheidend vermogen

wordt daardoor relevanter. En dat kan al op het gebied van kennis, service en prijs.

### Doelgroepen en behoeften

De digitalisering vraagt om het in kaart brengen van doelgroepen en hun uiteenlopende behoeften. Het gepersonaliseerd benaderen van de klant is belangrijker dan ooit. Iedereen wil iets anders en moet dus ook op een andere, eigen manier worden benaderd. Gericht en persoonlijk, sociale media bieden die mogelijkheden. Door slim data te verzamelen heb je meer kennis en dus meer tools om doelgroepen te onderscheiden.



\*Future Ready Rapport Vodafone Group 15 juli 2020

## Klantgerichtheid in crisistijd: vijf tips

Waarmee raakt u klanten als ze eenmaal digitaal in kaart zijn gebracht?

Dit zijn vijf tips voor succes.

### 1. Pas uw business aan op (snel) veranderend klantgedrag

Klanten verwachten meer dan gewoon goede producten en service. Ze verwachten van uw bedrijf ook ethisch gedrag en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als u niet aan die voorwaarden voldoet, zijn ze bereid om naar de concurrent te stappen. 'Future Ready' bedrijven herkennen en erkennen de snelgroeiende macht van klanten. Ze focussen op hun 'brand purpose' dankzij ethisch ondernemen en het investeren in de lokale gemeenschap.

### 2. Ga na: wat wil uw klant?

Veel ondernemers denken vanuit de diensten die ze als dienstverlener kunnen aanbieden. Het is belangrijk om te denken vanuit de behoefte van klanten, om ze te verrassen met dat waar ze werkelijk naar op zoek zijn. Hoe u dat weet? Neem contact met ze op. Niet meteen om ze iets te verkopen, maar vraag hoe het gaat, wat er goed gaat en wat niet. Waar ze naartoe willen en wat daarvoor nodig is.

### 3. Leer uw klant kennen aan de hand van data en Smarter Working tools

Standaard e-mails met als aanhef 'Geachte heer/mevrouw' zijn niet meer van deze tijd. De klant verwacht dat u haar kent, wat haar wensen zijn en wat ze eerder bij u heeft gekocht. Daartoe ligt slimme technologie voor het grijpen. Future Ready bedrijven begrijpen de kracht van technologie om hun zakelijke uitdagingen op te lossen. Denk aan slimme CRM-systemen en zoekmachines die in kaart brengen waar klanten naar zoeken en waarom.

### 4. Geef geen korting

Het lijkt een goede oplossing, want u heeft de omzet nodig. Maar pas op, u ziet wellicht een paar belangrijke nadelen over het hoofd. Is het werkelijk nodig? Het is een hard gelag, maar in moeilijke tijden blijven er minder concurrenten over. Is het dan nodig om met de prijzen te gaan stunten? Begint u eenmaal met korting en gaat het na drie of zes maanden weer beter met het bedrijf? Dan komt u niet meer van de korting af. Klanten accepteren

het niet als de prijzen ineens weer met tien of twintig procent worden verhoogd. Als u toch korting wilt geven, verhoog dan eerst de offerte met vijf procent en bied, als het nodig is, later in de onderhandelingen aan om er wat vanaf te doen. Of bied een bepaalde dienst of service gratis aan. Het zorgt minstens voor een nog betere relatie met uw klant.

### 5. Bereik de klant via de hybride weg

Vergaderen via videobellen in bijvoorbeeld Teams, webinars door en met specialisten, vrijdagmiddagborrels en winkeliers die klanten via FaceTime door de winkel loodsen en producten laten zien. Wat bijna altijd fysiek gebeurde, vindt nu ook voor een groot deel digitaal plaats. Zelfs de sportwereld moet op zoek naar nieuwe vormen. Bijvoorbeeld met een seizoenkaart waarmee supporters bij zes wedstrijden aanwezig kunnen zijn en de andere twaalf thuis op de bank kijken. Hybride ondernemingsvormen bieden allerlei nieuwe kansen om bestaande en nieuwe klanten voor u te winnen.

## Welke lessen neemt u mee uit de crisis?

Veel van de aannames waarop uw bedrijf is gebouwd, zijn de laatste maanden doorbroken. Juist nu is het tijd om te kijken naar (verdere) digitalisering en nieuwe vormen van werken die helpen bepalen hoe u uit de crisis komt. Uit het eerdergenoemde Future Ready Rapport van Vodafone Business blijkt dat het begint bij een gedetailleerde strategie. Toekomstbestendige bedrijven hebben bredere zakelijke strategieën voor de toekomst. Gedocumenteerd, specifiek, onderbouwd en gemeten. Hieronder diverse vragen die u zichzelf kunt stellen bij het bepalen van de strategie.

### Aanpassingsvermogen

Hoe verhoudt uw bedrijf zich ten opzichte van concurrenten op het gebied van cultuur, leiderschap, klantenbinding? Kunt u gemakkelijk schakelen tussen fysiek en digitaal? Kunt u snel reageren op nieuwe trends of uitdagingen en bent u sneller op de markt dan uw concurrenten?

### Consumentengedrag

Wordt gedragsverandering van consumenten veroorzaakt door een betere gebruikerservaring of door tijdelijke overheidsinterventie of angst? Hoe kunnen structurele veranderingen die daaruit voortvloeien uw bedrijf beter positioneren ten opzichte van concurrenten?

### Toekomst van werk

Hoe zorgt u voor het welzijn van medewerkers door ziekte en stress, (baan)

onzekerheid en aangepaste arbeidsomstandigheden? Welke medewerkers willen voortaan flexibeler werken en op welke manier? Welke technologie is daarvoor nodig?

### Veiligheid

Hoe kunt u de digitalisering benutten om uw bedrijf te vernieuwen of het personeelsbestand te versterken? Hoe gaat u daarbij om met zorgen over data, beveiliging en privacy?

### Innovatie

Hoe kunt u het bedrijfsmodel, de producten of de diensten innoveren om nieuwe kansen te benutten? Hoe kunt u juist deze crisis gebruiken om interne obstakels of discussiepunten op het gebied van innovatie te doorbreken?

### Doelgericht en duurzaam

Hoe kunt u de crisis gebruiken om voor de lange termijn een gemeenschappelijk doel van medewerkers te behouden? Hoe kan de crisis een versneller zijn van duurzaamheid binnen het bedrijf en ecosysteem? Hoe kunt u afval en energieverbruik minimaliseren? Hoe kunt u digitale tools en communicatienetwerken inzetten om anders te werken met gebruik van minder bronnen, met de juiste data en het creëren van duurzamere diensten en businessmodellen?

## Klantcontact met hulp van slimme technologie: SolarToday heeft dat goed voor elkaar

Hoe zet u technologie in om slimmer te werken en optimaal contact met klanten te waarborgen? SolarToday wist de resultaten, ondanks de crisistijd, dit jaar te verhogen met 40 procent. SolarToday is een groothandel in duurzame energie met (franchise)vestigingen in heel Nederland. “Wij geloven dat duurzaamheid je helpt om de eigen regie te houden over je leven”, zegt oprichter Arjen Jagersma.

Er was tijdens de crisis nog steeds intensief contact met klanten, vertelt hij. “Maar dat gebeurde vooral telefonisch en via videobellen in Teams. Natuurlijk mis je het fysieke contact met je klant, even ergens langsgaan. Maar net als wij waren onze klanten ook digitaal aan het werk. Contact houden was daardoor niet moeilijk. Als alternatief voor een bezoek zijn we webinars gaan inzetten om onze klanten uit te leggen wat ze met onze producten kunnen bereiken.”

Ook collega's zochten elkaar vaak fysiek op, maar sinds de crisis is dat niet meer

vanzelfsprekend. Jagersma moest radicaal inzetten op thuiswerken. Advies van Jagersma: kijk niet alleen wat technisch mogelijk is, maar sluit ook aan op de behoeftes en routines van je medewerkers. Om toepassingen als videobellen en het online delen van bestanden mogelijk te maken, werd daarom gekozen voor Microsoft 365. “Veel medewerkers zijn gewend aan het werken in Outlook op een computer. Die wilden we ook aan hun trekken laten komen.”

“Over vijf jaar willen we een breder bedrijf zijn in duurzame energie.”

Om Microsoft Teams (videobellen) nog functioneler te maken, werd Vodafone Business ingeschakeld. De provider maakt het met 'Vodafone Calling in Microsoft 365'

mogelijk om bellen met vaste nummers in Microsoft Teams te integreren, waardoor je altijd en overal kunt bellen via de computer. En die technieken werden ook ingezet voor klanten. “Naast webinars werd binnen de organisatie informatie online en via intranet aangeboden en gedeeld via One Drive en Teams. Daarmee worden klanten optimaal bediend.”

De digitale communicatie bij SolarToday moet bijdragen aan het verwezenlijken van de ambities. “Over vijf jaar willen we een breder bedrijf zijn in duurzame energie. Breder als het gaat om de producten die we leveren en breder als het gaat als om de landen die we bedienen. Het aantal smart homes zal dan zijn gestegen en tegen die tijd moeten wij een integraal dienstenpakket kunnen leveren aan een klant.”



“Wij geloven dat duurzaamheid je helpt om de eigen regie te houden over je leven.”

## Aan de slag

Hoe zien uw uitdagingen rond klantcontact eruit? Vul het canvas in als brainstorm voor een oplossing. Het kost niet meer dan wat denkkraft en een paar minuten van uw tijd. Wellicht kunt u er collega's bij betrekken. Ter inspiratie vind u hieronder de uitgewerkte case van SolarToday.

## COMMUNICATIEBEHOEFTE SOLARTODAY

### 1. Waar stond u?

Tijdens de crisis viel fysiek overleg onder personeel en franchisenemers grotendeels weg. Klanten konden niet meer langskomen of worden bezocht.

### 2. Waar wilde u heen?

We wilden communicatie onder werknemers en franchisenemers verbeteren met één toepassing voor bellen, videobellen, chat en bestanden delen.

### 3. Wat hield u tegen?

Verskillende toepassingen sloten onvoldoende aan op de routines van het personeel, anderen waren te duur.

### 4. Welke oplossingen hebben u geholpen?

Microsoft 365 sluit aan op wensen personeel en biedt mogelijkheid om te videobellen, chatten en bestanden delen. Vodafone Business heeft er met Vodafone Calling voor Microsoft 365 voor gezorgd dat bellen goed, goedkoop en efficiënt is geïntegreerd in Microsoft Teams. Gevolg: het gebruik en de onderlinge connectie binnen de organisatie is verbeterd en we zijn beter bereikbaar voor klanten.

## I Optimaal digitaal in contact met uw klanten

Klanten digitaliseren en u moet mee. Hoe bereikt u uw klanten? Hoe zorgt u ervoor dat medewerkers beschikken over de gegevens waarmee nieuwe klanten worden gewonnen? De specialisten van Vodafone Business hebben verschillende oplossingen op het gebied van digitalisering bij klantgerichtheid.

Heeft uw onderneming hulp nodig met het kiezen van de beste oplossing om uw klanten vanaf morgen nog beter digitaal te kunnen bereiken? Wij helpen u graag vooruit. Plan een **(afspraak)** voor een videogesprek met een van onze adviseurs. Net zo persoonlijk, maar dan op afstand. En dit alles natuurlijk gratis en vrijblijvend. Zo legt u - met ons advies - snel weer de focus op uw onderneming. Vooruit, we gaan ervoor!

### COMMUNICATIEBEHOEFTE VAN UW BEDRIJF

#### 1. Waar staat u?

#### 2. Waar wilt u heen?

#### 3. Wat houdt u tegen?

#### 4. Welke oplossingen kunt u uw doel bereiken?



