

<p><b>Renforcez vos relations clientèle</b> <i>Internet, les réseaux sociaux et les chats vous rapprochent de votre client. Votre service est-il prêt pour cela ?</i></p> <p>Les Smartphones, Internet et les réseaux sociaux modifient profondément le comportement d'achat et la position du client. Il est déjà loin le temps où les clients étaient fidèles à un seul fournisseur d'énergie.</p> <p>De plus, ne cherchons-nous pas tous le forfait GSM le plus avantageux ? Les clients d'aujourd'hui veulent recevoir une réponse rapide et correcte de la part des fournisseurs.</p> <p>C'est pour cette raison qu'il est extrêmement important de bien gérer vos relations avec vos clients. Leur fournir une simple assistance téléphonique ne suffit pas. Les réseaux sociaux, les chats et Whatsapp gagnent du terrain tous les jours. Et cela demande d'adopter une nouvelle approche.</p> <p>Auparavant, vous répondiez à la question du client par téléphone. Mais aujourd'hui, le client ne cherche plus uniquement un fournisseur. Il cherche également un conseiller.</p> <p>Voilà pourquoi il est important que vous compreniez les besoins de votre client, que vous entreteniez efficacement vos relations avec lui et surtout que vous agissiez de manière proactive.</p>	<p><b>Allemaal digitaal: zó bindt u uw klanten aan uw bedrijf</b> <i>Internet, sociale media en chatboxen maken u en uw klant tot digitale burens. De hamvraag: is uw dienstverlening er klaar voor?</i></p> <p>Smartphones, internet en sociale netwerken schudden het <b>aankoopgedrag</b> van de klant grondig dooreen. Ze veranderen ook zijn positie. Zo ligt de tijd dat een klant trouw zwoer aan één energieleverancier, ver achter ons. En speuren we niet allemaal naar het meest voordelige gsm-tarief?</p> <p>De consument van vandaag verwacht bovendien snelle en correcte antwoorden van zijn leveranciers. Het is dus enorm belangrijk om de <b>relaties met uw klanten in bloedvorm</b> te houden.</p> <p><b>Telefoon op het achterplan</b> Een eenvoudige telefonische dienstverlening? Daarmee redt u het niet meer. Want sociale netwerken, chats en Whatsapp veroveren dag na dag terrein. En dat schreeuwt om een nieuwe aanpak: de klant neemt geen vrede meer met een <b>leverancier. Hij wil een raadgever.</b></p> <p>Daarom moet u waken over zijn noden. Uw relatie met hem koesteren en benutten. En vooral: actie ondernemen vóór uw klant erom vraagt.</p>	<p><b>Voed de relatie met uw klanten: online!</b> <i>Buit ú alle voordelen van internet al ten volle uit? Want het bulkt er van de mogelijkheden om uw klanten te benaderen: kijk maar naar sociale media en chatsystemen. Alleen: hoe springt u daarmee om?</i></p> <p><b>De relatie met uw klant</b> transformeerde de afgelopen jaren ingrijpend. De consument van vandaag koopt anders door de komst van smartphones, internet en sociale media. Hij blijft bijvoorbeeld minder vaak jarenlang trouw aan één leverancier. Logisch, want zelf gaat u toch ook op zoek naar de goedkoopste formule?</p> <p><b>Speel uw onlinekaarten uit</b> De hedendaagse consument verwacht van zijn leveranciers vliegenvlug correcte antwoorden op zijn vragen. Daarom is het van vitaal belang dat u de band met hem stevig aanhaalt en regelmatig smeert. En dat niet alleen aan de telefoon. Sociale netwerken, chats en WhatsApp: ze winnen elke dag aan terrein. En vragen – ja, smeken – om een aangepaste aanpak.</p> <p>Want vandaag wil een klant van u, naast uw diensten, ook advies krijgen. Leef u daarom in zijn noden in en onderhoud jullie relatie proactief, to-the-point en met de regelmaat van een klok.</p> <p><small>Opmerking: "Ik zou het voorbeeld van energieleverancier of gsm-operator. vermijden. Lijkt mij beperkend naar het doelpubliek toe."</small></p>	<p><b>Klantendienst 2.0</b> <b>Zó bindt u de consument aan u</b> <i>Internet, sociale media, apps, ... De consument zet ze gretig in. Maar komt u daar ook al in beeld? Doen! Want alleen dan houdt u uw (potentiële) klanten bij u.</i></p> <p><b>Begroet uw klant online</b> Internet is de consument zijn beste vriend. Zoekt die het voordeligste gsm-tarief? De interessantste energieleverancier? Dan wil hij het <b>antwoord online</b> vinden – en nog snel ook.</p> <p>Een slimme organisatie speelt daarop in. Met een overzichtelijke site vol info. En via sociale media en chatmogelijkheden zoals WhatsApp.</p> <p>De tijd dat u alleen een telefoon-permanentie aanbiedt, ligt dus ver achter ons. Omarm de mobiele wereld: daar staan klanten dicht bij u dan ooit tevoren. <b>Verwelkom hen, adviseer hen en ... hou hen.</b></p> <p>Prospects en klanten aan uw online-lippen gekluisterd houden? Ontdek welke tools u daarvoor inzet.</p>	<p><b>Versterk de relaties met uw klanten</b> <i>Dichter bij uw klant dankzij internet, sociale media en chat: bent u er klaar voor?</i></p> <p>Smartphones, internet en sociale media veranderen de manier waarop uw klant leeft ... en koopt.</p> <p>Levenslange trouw aan één leverancier? Een lang vervlogen tijd. Uw klant gaat op jacht. Zoals hij dat doet voor de goedkoopste energietarieven en zijn gsm-abonnement.</p> <p>En hij zet alle middelen in. Hebt u een telefonische helpdesk? Mooi, maar lang niet genoeg. <b>Want sociale media, chat en WhatsApp</b> winnen elke dag terrein. Pak het daarom anders aan.</p> <p>Uw klant wil meer dan een leverancier. Hij zoekt iemand die hem helpt. Met raad en daad. Zorg ervoor dat u begrijpt wat uw klant nodig heeft. En vooral: wacht niet tot <i>hij</i> contact met u opneemt ...</p>	<p><b>Koester uw kritische klanten</b> Internet, sociale media en chat brengen je dicht bij uw klant. Zet uw organisatie al in op online?</p> <p>Surfen, chatten, liken, delen. In de 21ste eeuw spoelden heel wat nieuwe woorden aan land. Opvallend: het zijn stuk voor stuk werkwoorden. En dat is precies wat u moet doen als u klanten aan uw bedrijf wilt binden: werken.</p> <p><b>Zie ginds komt de smartphone...</b> Sinds de komst van de smartphone en sociale media heeft de consument de touwtjes in handen. Zijn volgende situaties herkenbaar?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• U wilt een nieuw gsm-abonnement nemen en vergelijkt snel de mogelijkheden online.</li> <li>• U wilt overschakelen naar een nieuwe energieleverancier. Een paar kliks later weet u welk pakket bij u past.</li> </ul> <p><b>Onbetaalbaar advies</b> Is de goedkoopste zijn dan de enige manier om klanten aan u te binden? Neen. U maakt het onderscheid door uw klantrelaties goed te onderhouden en op te treden als raadgever voor uw klant. Leer zijn noden begrijpen. Leg hem in de watten met gouden raad en oprecht advies. En vooral: handel proactief, niet alleen op het moment van de verkoop.</p> <p><b>Weesoveral.be</b> U wilt dat klanten trouw blijven aan uw organisatie en u transformeert uzelf tot adviseur. Maar dan moeten mensen wel de weg naar u vinden. Denk dus verder dan telefonische bereikbaarheid. Want uw klanten vertoeven tegenwoordig meer op Facebook, LinkedIn, chat, WhatsApp, ...</p> <p><b>Werken aan trouw</b> Samengevat: in het internettijdperk zijn klanten kritischer en blijven ze niet zomaar trouw aan een organisatie. Uw taak? De klantrelatie onderhouden door te adviseren en proactief te handelen. Zorg ervoor dat u te vinden bent op de onlinekanalen die uw klanten verkiezen. Bekoort u daar uw kritische klanten? Dan bent u op goede weg!</p>
<p style="text-align: center;">   <b>Schrijf.be</b><sup>®</sup>  copy &amp; content </p> <p style="text-align: center;">De kracht van een tekstbureau tegenover een freelancecopywriter? <i>Onze</i> klant kiest voor een grote opdracht eerst de insteek en schrijfstijl die hem het beste liggen. In dit geval uit teksten die vijf verschillende Schrijfbe'eren schreven vanuit dezelfde Franstalige brontekst.</p>					