

cool blue Bekijk hele assortiment Zoeken naar... English Aanmelden

Miele WWR 760 WPS PowerWash 2.0 & TwinDos 1.499,-

A+++ 1.499,- Morgen bezorgd

Kies je service

<input type="checkbox"/> Aansluiten en op de gewenste plek neerzetten	19,95
<input type="checkbox"/> Aansluiten op trekschakelaar en op de gewenste plek neerzetten	49,95
<input type="checkbox"/> Tussenstuk plaatsen (tussenstuk inbegrepen)	69,95

Gratis bezorging tot de drempel van je woning  
Woon je in een appartementencomplex en heb je geen lift? Dan bezorgen we tot en met de 4e verdieping tot jouw voordeur.

Oude product meenemen  
We nemen je oude apparaat graag voor je mee, als hij klaar staat bij je voordeur.

*Mijn wasmachine is kapot. En er ligt een hele berg was. Ik wil zo snel mogelijk een nieuwe!*

*Hoe moet ik een wasmachine goed installeren? Ik ben wel handig, maar heb geen zin in gedoe.*

*Hoe krijg ik dat ding hier? Dat past nooit in mijn auto!*

*En waar laat ik dat oude bakbeest?*

## WAT HEB JIJ JE KLANT EIGENLIJK TE BIEDEN?

Je hebt een bedrijf en je wilt je klanten overtuigen van de waarde van jouw dienst of product. We noemen dat ook wel de waardepropositie. Dus welke **waarde** kan jullie product of dienst bieden aan je klanten?

- Hoe werkt het als je klant met jou in zee gaat? Leg jullie proces uit.
- Wat levert het je klant op als hij jouw dienst of product afneemt? Benoem die voordelen.

Want als je iets waardevols krijgt, dan wil je daarvoor betalen. Maar zeker als je een dienst verkoopt is dat best lastig te omschrijven. Hoe vertel je dat dan? Om te beginnen moet je in het hoofd van je klant kruipen. Wat denkt hij, wat voelt hij, welke zorgen heeft hij en hoe kun jij die verlichten?

Het blijft belangrijk om af en toe na te gaan of die boodschap nog steeds relevant is en of alles nog klopt. Check daarbij al je kanalen. Want je wilt wel in blijven spelen op de (veranderende) behoeftes van je klant. Nieuwe omstandigheden (corona!), het weer (sneeuw, ijs!) of andere bijzondere gebeurtenissen kunnen ook van invloed zijn op hoe je jouw dienstverlening of product aanbiedt.

Kijk naar het voorbeeld van de wasmachine-advertentie. Daar geeft de aanbieder gewoon antwoorden op een paar belangrijke vragen die de koper heeft. Zonder in de vraag-antwoord-modus te vervallen trouwens.

Cafés die vanaf maart 2020 elk weekend een online pubquiz organiseerden en daarbij mooie bierpakketten verkochten stonden direct 1-0 voor op de concurrentie. Misschien niet qua omzet, wél voor de klantenbinding. Snel in kunnen spelen op nieuwe situaties kan dan ook cruciaal zijn.

### Stel jezelf daarom vier belangrijke vragen:

- Waarom is jouw dienst of product interessant? Zorg voor emotie, herkenning.
- Wat ga je ervaren, leren, krijgen? Focus op het resultaat, wat kan je klant ermee?

Kortom: ken je klant!