

De kracht van de klantrelatie

Als je zaken wilt doen in deze tijd, dan vraagt dat om een eigentijdse manier van verkopen. Cliënten verwachten steeds meer van een schoonheidsspecialist en daarbij is jouw onderscheidende kracht essentieel. Dan gaat het volgens klantgerichtheidsexpert Daniëlle de Jonge niet zozeer alleen om de effecten van jouw producten of behandelingen, maar vooral om aandacht: **“Echte aandacht. Van mens tot mens. Human2Human is nu dé oplossing!”**

En van de belangrijkste tips die Daniëlle tijdens een Webinar voor Belgische schoonheidsspecialisten gaf, is dat je van je cliënten ambassadeurs maakt. Dat is wat Nadine Ruijgrok van Ambiance Beauty uit Delft herkent: “De meeste cliënten zijn echt fan van ons bedrijf. Ze genieten van de aandacht én van de verbetering van hun huid. Daarover praten zij met vriendinnen, op verjaardagen en op het schoolplein. Dat maakt dat wij blijven groeien en het ook nu heel druk hebben.”

OFFLINE EN ONLINE

Als Daniëlle het over de huidige klantenrelaties heeft, benoemt zij drie kernpunten: cliënten vinden, hebben en houden. Hoe trek je ze aan, hoe bouw je relaties op en hoe geef je echte aandacht. En hoe doe je dat als je geen live contact hebt? “Je geeft iemand een vertrouwd gevoel door de manier waarop je diegene online aanspreekt en door wat er over jou te vinden is.

Als je een doelgroep hebt, richt je daar dan op zonder anderen buiten te sluiten. Stel dat je op je site een arrangement aanbiedt voor drukke moeders. Als je dat goed omschrijft, kan iemand met een drukke baan zich daarin ook herkennen. Zorg er wel voor dat de online en offline beleving gelijk is. Als jij omschrijft dat je met een kopje thee start en daarvan een foto erbij plaatst, serveer dan voorafgaand aan de behandeling in je instituut ook een theetje. Het kan best zijn dat zo'n introductie je tijd kost. Maar zelfs al kan je daardoor per dag een klant minder behandelen, dan nog levert het je uiteindelijk meer op. Je hebt de tijd om dan gerichte vragen te stellen, je zult waarschijnlijk meer verkopen en daarnaast verlies je geen cliënten als je ter compensatie je tarief naar boven bijstelt. Want mensen willen graag die ervaring van rust hebben; daar komen ze voor.” Daniëlle vertelt dat het leuk is dat als je online een beleving kunt scheppen, dit al een herinnering creëert die er zelfs nog niet is.

BUITENGEWONE SERVICE

Online aanwezigheid wordt steeds belangrijker, zo benadrukt Daniëlle: “Het is voor je vindbaarheid cruciaal dat je regelmatig posts plaatst op onder meer Facebook en Instagram. En ook dat je regelmatig je site aanpast. Blijf juist nu zichtbaar, want velen zoeken online en

“Onze cliënten zijn fans en ambassadeurs geworden”

spreken nu minder mensen. Zorg daarnaast dat bestaande cliënten je in beeld houden door ze (na) te bellen en inspirerende nieuwsbrieven te sturen.” Ze vertelt dat om je instituut te laten groeien, buitengewone service van belang is: “Vriendelijkheid om enthousiast van te worden. Geef je cliënt het gevoel dat jij exact snapt wat de behoefte is en sluit daar feilloos op aan met jouw behandeling en producten. Klanten verwachten vandaag de dag heel veel: onvergetelijke ervaringen, bevlogenheid en innovatieve oplossingen voor hun huidprobleem. En de grootste onderscheidende factor is het geven van aandacht. Echte aandacht. Stuur eens een handgeschreven kaart voor een verjaardag. En doe wat anders dan anderen. Geef dus géén cadeautje met Kerst, maar wel bijvoorbeeld op de langste of de kortste dag. Doordat jij door jouw interesse in jouw cliënten veel van hen weet, kun je ook ludieke acties doen, zoals een kluijfe voor de hond. Dat wordt onthouden. En doorverteld.”

Voor meer info: www.danielledejonge.nl.

LEZERS-
AANBIEDING
VERLOTING
BOEK



Daniëlle de Jonge is expert in klantenrelaties en werkt als spreker en trainer. Zij geeft lezingen en seminars, onder meer in de beautybranche. Ze is daarnaast bestsellerauteur van onder andere 'Human2Human, de nieuwe klantenrelatie' waarin zij onderwerpen als klantgerichtheid, acquisitie, verkoopgesprekken, netwerken en relatiebeheer bespreekt. Daniëlle stelt een exemplaar van dit inspirerende boek beschikbaar voor de meest creatieve Human2human-actie waarmee een abonnee van ESTHÉ een cliënt blij maakte.

Wil je meedoen, stuur dan jouw (re)actie naar actie@estheonline.nl.



Het is de ervaring van Nadine Ruijgrok van Ambiance Beauty uit Delft dat de Human2human 'methode' naadloos aansluit op het werk van schoonheidsspecialisten:

“Van nature zijn wij in staat een band op te bouwen.” Zelf is zij heel gepassioneerd als het gaat om haar beroep: “Je wilt je cliënt de beste ervaring én de best mogelijke behandeling geven. Doordat we zo goed naar onze cliënten luisteren en er zoveel tijd mee doorbrengen, weten wij als geen ander wat er nodig is. Niet alleen voor de huid, maar ook qua lifestyle. Doordat wij verwachtingen overtreffen, willen onze cliënten niet naar een ander. Het zijn fans en ambassadeurs geworden.” Als dank geeft zij kleine cadeautjes voor het aanbrengen van een nieuwe cliënt. Zo gaf ze een lipstick cadeau aan een klant, toen deze er een wilde kopen. Als dank voor het doorsturen van een vriendin. Nadine heeft een zeer goed lopend instituut. Misschien dat zij daardoor zoveel

herkent van de tips van Daniëlle: “Toch kan ik nog veel van haar leren. Zoals netwerken. Ik vind het best lastig om op mensen af te stappen die ik niet ken. Als smoes geef ik aan dat ik het heel druk heb, maar zoals in het boek staat: een uurtje per week moet je daar toch wel tijd voor kunnen maken. Als ik die gesprekken goed voorbereid en in mijn agenda inplan, dan gaat dit binnenkort wél lukken. Want tijdens de coronatijd kon ik wel, zelfs dagelijks, cliënten bellen. Dat werd overigens enorm gewaardeerd en we konden door alle persoonlijke aandacht de verkoop op gang houden en blijven adviseren.” Samen met haar team - er werken nog drie mensen in haar instituut - bracht ze de bestelde producten rond. Zelfs haar man assisteerde daar 's avonds nog bij. Ook toen Nadine, samen met Lorraine Vesterink, een online event organiseerde: “Daarop is zo enthousiast gereageerd. De vouchers voor dit Skin & Healthcare event vlogen de deur uit en de bijbehorende goodybags hebben we vlak

ervoor bij iedereen thuis afgeleverd. Zonder de coronatijd had ik deze geweldige communicatietool vermoedelijk niet uitgeprobeerd. Een blijvertje.” Nadine merkte dat mensen - “waarschijnlijk door het online vergaderen” - minder tevreden zijn met hun uiterlijk dat zij continu op het scherm zien: “Ik heb nog nooit zoveel wenkbrauwen geverfd.” Daarbij krijgt iedere nieuwe cliënt een gratis huidscan: “Een voordeel is dat je zo je vakkennis heel makkelijk kunt delen.” Die gaat ze ook laten zien als zij binnenkort met een actie start om de doelgroep van 40+ te bedienen: “Zij kunnen op een bepaald programma van zes of twaalf weken intekenen. Zo'n stappenplan werkt heel goed. We geven niet alleen huidadviezen en behandelingen, maar ook lifestyle tips zoals over gezonde voeding. Daar is de consument heel erg naar op zoek en hiermee kunnen wij daarop inspelen. Zo kunnen wij met onze cliënten heel close in contact blijven en ook persoonlijke échte aandacht geven.” Voor meer info: www.ambiancebeauty.nl.

“Cliënten vinden, hebben en houden: hoe doe je dat als je geen live contact hebt?”