

Klantgericht Verkopen, Denken en Doen!

Productbeschrijving 2016



Over H3ROES

H3ROES is een coöperatieve vereniging van professionals in klantgedrevenheid. H3ROES zijn specialisten, die vanuit hun unieke kennis en competenties samenwerken om klantgedrevenheid binnen organisaties te bevorderen. Ze onderscheiden zich door hun commitment om gezamenlijk altijd aantoonbare impact te realiseren door de kracht te benutten van H3: Hart, Hoofd en Handen.

De Leergang Klantgericht Verkopen, Denken en Doen is ontwikkeld door Gerard Struijf, die behalve als mede-oprichter van H3ROES, jarenlang actief is als klantgericht ondernemer, adviseur en coach binnen het nationale en internationale bedrijfsleven. In de pilotsessies heeft ook Hanno de Schipper geparticipeerd. Hanno is aangesloten bij H3ROES en beschikbaar om (mede) uitvoering te geven aan deze leergang.

Aanleiding

De meeste sectoren zijn in een volgende fase beland. Door de zich positief ontwikkelende economie, toenemende digitalisering, nieuwe samenwerkingsvormen, andere verdienmodellen en vooral hierdoor veranderende klantbehoeften is het tijd voor vernieuwing. En misschien wel de belangrijkste troef hierbij, de medewerkers, zijn ook toe aan nieuwe uitdagingen en verfrissing. Onder andere door beter met klanten samen te kunnen en mogen werken.

Doel

De Leergang Klantgericht Verkopen, Denken en Doen activeert managers en medewerkers binnen een organisatie tot zelfbewust klantgericht denken en doen. Door vooral zelf te ondervinden wat klantgerichtheid voor jou persoonlijk betekent, hoe je dat als team versterkt en doorontwikkelt tot een klantgerichtere organisatie, ontstaat er in een prettige ambiance meer klantbewustzijn en teamgevoel waarbij zowel de klanten, de medewerkers, als de organisatie er beter van worden.

Vorm

In 4 sessies doorlopen we de reis waarin je vanuit overtuiging en kracht jezelf als medewerker, het team en de organisatie als geheel continue doorontwikkelt in klantgerichtheid;

1. Wat is eigenlijk klantgericht en hoe word en blijf je klantgericht jezelf?
2. Waar loop je tegenaan in de praktijk en hoe kun je dat samen met je collega's oplossen? En wanneer houdt klantgerichtheid eigenlijk op?
3. Hoe ontwikkel je jouw organisatie vanuit de klant gedreven? Welke innovaties doen er toe, zijn kansrijk en kun je misschien morgen al gewoon inzetten?
4. En wat betekent dit voor mij in de dialoog met klanten? Van mens tot mens op zoek naar mogelijkheden om steeds het verschil te maken.

Resultaatgebieden

De Leergang Klantgericht Verkopen leidt tot een (nog) meer klantgerichte organisatie. Hetgeen bij zowel (nu nog) product- of techniekgedreven bedrijven als bij organisaties die uit schade en schande hebben geleerd resulteert in verbeteringen. Dit uit zich met name in;

- **Klanttevredenheid** > dit is meetbaar door regulier klanttevredenheidsonderzoek of komt tot uitdrukking in de NPS (Netto Promotor Score).
- **Medewerkerstevredenheid** > dit is meetbaar te maken binnen de persoonlijke beoordelingscyclus en eventueel aanvullend algemeen medewerkerstevredenheid onderzoek.
- **Klantwaarde** > klanten zullen vaker en meer zakendoen. De ordergrootte neemt toe en de omzet en winst over een langere periode wordt belangrijker dan het scoren van een incidentele order. Door klantgericht denken en doen worden extra verkoopmogelijkheden ontwikkeld en benut. Doordat klanten hierbij een waardevolle wederzijdse zakenrelatie ervaren, ontwikkel je van leverancier naar businesspartner.
- **Teamwork** > de medewerkers leren elkaar (nog) beter kennen en begrijpen. Ze worden verrast door de passie en overtuigingen van collega's en ervaren dat klantgericht ondernemen een echte teaminspanning is. De tevreden klant wordt een gemeenschappelijk doel waaraan iedereen kan bijdragen met +1 ervaringen.
- **Innovatiekracht** > de goede ideeën, zoals die vaak al bij de deelnemers in het hoofd zitten, komen expliciet naar voren en worden in de groep verrijkt en kansrijker gemaakt. Vervolgens worden ze beoordeeld en blijkt dat je soms al met heel weinig inspanningen tot krachtige innovaties kan komen. Zonder dat het de huidige processen of werkzaamheden verstoort.

Bovendien worden de inzichten en leerervaringen uit iedere sessie samengevat en gedeeld, waarmee de belangrijkste werkende principes voor een klantgerichtere bedrijfsvoering in beeld komen en als kader voor daadwerkelijk klantgericht verkopen, denken en doen worden ingezet.

Referenties

Jos Gast, commercieel directeur Zwaan Wormerveer: *“Commerciële vaardigheden bij de binnendienst worden steeds belangrijker. De functies van o.a. ordermanagement en calculatie veranderen. Dankzij deze training is de samenwerking verbeterd en coachen we elkaar nog meer op klantgericht werken. En dat zorgt direct voor een hogere klantwaardering”.*

Bert Klomp, algemeen directeur Klomp Amersfoort: *“Toen we vorig jaar ons oude bedrijf na 10 jaar weer oppakten, was iedereen zich er al heel erg bewust van dat klantgerichtheid de sleutel voor succes is. Wij zijn er voor onze klanten, zij niet voor ons. Door deze sessies doen we dat nog meer met z`n allen, we begrijpen elkaar beter en zijn in staat om vanuit een teamprestatie de klant steeds weer te verrassen, wat resulteert in opdrachten waar we iets aan mogen verdienen bij klanten waar we het verschil kunnen en mogen maken”.*

Pascal ter Beek, bedrijfsleider Klomp Amersfoort: *“Ik wist al dat we een sterk team waren en dat klanten zelden of nooit worden teleurgesteld. Soms zelfs tot we er bij neervallen. Door deze training ben ik me er nog meer bewust van dat een lange termijn zakenrelatie is gebaseerd op menselijke waarden en wederzijds respect en begrip. In de wetenschap dat je elkaar als business partner steeds weer nodig hebt”.*

De doelstellingen zijn tijdens eerdere sessies meer dan gehaald en de reacties van de deelnemers, zoals hieronder weergegeven (veelbe)lovend;



Tijdbesteding en budget

De Leergang Klantgericht Verkopen Denken en Doen is ontwikkeld en bedoeld voor teams tussen 8 en 12 deelnemers. De 4 bijeenkomsten beslaan 4 uur (1 dagdeel). Omdat iedere sessie voortbouwt op de vorige is per bijeenkomst 2 uur voorbereidingstijd en 2 uur uitwerking ingecalculeerd. De investering voor deze leergang behelst hiermee 8 dagdelen (ad € 600,-), in totaal € 4.800,- excl. BTW, reis- en verblijfkosten.

Subsidie voor Grafimedia bedrijven: deze leergang is ook in 2016 aangemerkt voor maximaal 40% subsidie vanuit het A&O fonds grafimedia welke wordt toegekend na het indienen van de eindfactuur vergezeld van, door de deelnemers afgetekende, presentielijsten.