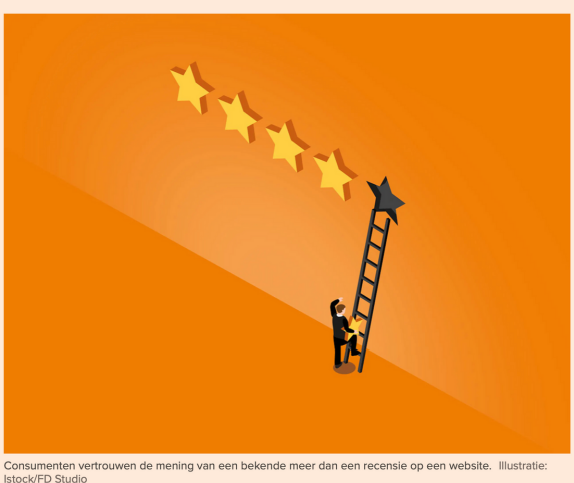
Werk & geld • 11 mrt 11:00

De beste reclame? Tevreden klanten

Jolan Douwes

Mond-tot-mondreclame is meer waard dan een vijfsterrenrecensie, zeker nu niemand meer weet of die echt is of nep. Een klantexpert, een videomarketingstrateeg en de eigenaar van een bouwkundig bureau vertellen hoe je jezelf als ondernemer op de kaart zet.



Consumenten vertrouwen de mening van een bekende meer dan een recensie op een website. Illustratie: Istock/FD Studio

Advertentie

Laatste nieuws

09:00
Budgetteren: elk weekend pizza bestellen of op vakantie?

08:37
Israëlische troepen vallen opnieuw Al-Shifa-ziekenhuis binnen

08:13
Diverse wereldleiders hekelen ruime verkiezingswinst Poetin

07:15
Live: Beurs start positief aan nieuwe handelsweek

06:00
Plasticrecyclers kloppen aan bij kabinet om banen te redden

Lees al het laatste nieuws

'Als het niet klikt met een klant, zeg dan maar dat we het te druk hebben.' Die hint heeft de telefonist van bouwkundig bureau Premiumkeur, in Amsterdam, meegekregen van de eigenaar.

Fred Tokkie mijdt zeurpieten. 'Bij sommige mensen weet je meteen dat je ze nooit tevreden kunt stellen. Op elk antwoord reageren ze met "Ja, maar", en voor je het weet ben je twintig minuten verder.'

Zijn bureau krijgt wekelijks zo'n 150 telefoontjes en tachtig schriftelijke verzoeken voor bouwkundige inspecties.

'Ook van particuliere huiseigenaren die over de straat rollen met aannemers, schilders, dakdekkers en stukadoors. Ze hebben vaak averij opgelopen met lieden die het niet zo nauw nemen met kwaliteit. Met onze inspecties en adviezen zijn wij een beetje de rijdende rechter.'

De inspecties zijn niet goedkoop; zo kost een lekdetectie €499. Maar er staan ruim driehonderd positieve recensies op de site. De klanten noemen de medewerkers bij hun voornaam en ze prijzen hun onafhankelijke en vakkundige werk.

Tokkie en zijn team zouden niet misstaan in het pas verschenen boek *Superfijne klanten*, van Jos Burgers, verschenen bij uitgeverij Van Duuren Management. 'Veel complimenten krijgen en nog betaald worden ook. Dat gun ik iedere ondernemer', schrijft de expert op het gebied van klantbeleving.

Steengoed in je vak

Burgers vertelt dat hij ondernemers in dit boek niet uitlegt hoe ze aan klanten komen. Het gaat over de kracht van mond-tot-mondreclame op zakelijke bijeenkomsten, maar ook op schoolpleinen en familiefeestjes.

Voorwaarde is wel dat je steengoed bent in je vak en/of in de omgang met klanten. Anders lukt het nooit om ambassadeurs van hen te maken.

Hoe zit het dan met bedrijven die door personeelstekorten niet de service kunnen bieden die hun gunfactor vergroot?

Burgers: 'Dan moet je je afvragen wat je fout doet. Waar steek je niet genoeg tijd of geld in? Is dat de begeleiding van je personeel? Ik sprak een installatiebedrijf met een wachtlijst voor monteurs die er willen werken. Dat bedrijf raadt klanten ook niet aan een pannetje neer te zetten als het lekt. Het komt dezelfde avond nog naar je toe.'

Het levert aanbevelingen op die volgens de auteur meer waard zijn dan vijfsterrenrecensies. Hij noemt het onderzoek *Trust in Advertising,* van het Amerikaanse bureau Nielsen, uit 2021.

Daaruit bleek dat 88% van de consumenten wereldwijd meer vertrouwen heeft in een aanbeveling van vrienden en familie dan van andere kanalen.

Hoeveel neprecensies Amazon, Google en TripAdvisor ook verwijderen, niemand kan garanderen dat klopt wat er wel op hun websites staat (zie 'Neprecensies onderschept', p. 78).

Neprecensies onderschept

'Op een steenworp afstand van de Grote Markt', staat in een hyperenthousiaste recensie over een hotel in het Poolse Krakau.

De tekst op TripAdvisor is verzonnen. Volgens het Transparency Report 2023 heeft de site het jaar daarvoor ruim 1,3 miljoen neprecensies verwijderd. Bij 72% lukte dat voordat ze werden gepubliceerd.

TripAdvisor vermoedt dat een groot deel van de misleidende aanbevelingen wordt gemaakt met tekstgenerator ChatGPT.

Voor ruim 24.500 recensies is betaald. Bijna de helft van alle verzinzels komt uit India, Rusland, de VS, Turkije, Italië en Vietnam.

Hoe onderscheid je echt van nep? In de Britse krant The Guardian vertelt ene Andrew uit Oklahoma, die recensies uit zijn duim zuigt: 'Als een recensent drie alinea's lang over één product uitweidt, kun je ervan uitgaan dat er niet voor is betaald. Ik schrijf zelf maar een paar regels.'

Verkering

Volgens Burgers is het de kunst ervoor te zorgen dat anderen verkering met jou willen in plaats van omgekeerd. Dat lukt videomarketingstrateeg Noortje Janmaat. Ondernemers vragen vaak of zij met hen wil werken en soms zegt ze nee.

Met een visagist, een cameraman en een fotograaf neemt ze video's op voor ondernemers in het hogere segment. Ze werkt met onder anderen een vastgoedcoach, een leiderschapstrainer en een relatiebemiddelaar.

Aan zo'n videostrategie hangt een prijskaartje van €25.000, maar klanten laten op haar website weten dat ze dat bedrag snel terugverdienen. 'We nemen bijvoorbeeld testimonials van hun klanten op', vertelt Janmaat.

1,3

In 2022 heeft TripAdvisor volgens het Transparency Report 2023 ruim 1,3 miljoen neprecensies verwijderd.

Bronnen: Tripadvisor, Transparency Report 2023, The Guardian, 22-4-2023 en 15-7-2023

'Die hebben meer overtuigingskracht dan een commercial.' Per jaar heeft ze naast haar vaste klanten maar een paar nieuwe nodig. En wat die prijs betreft: met de videoprojecten is ze soms wel een halfjaar bezig.

Janmaat is zo'n ondernemer die alleen maar werkt met superfijne klanten. Met een aantal gaat ze ook vriendschappelijk om. 'Die band ontstaat doordat we samen een spannend proces doormaken. Als je jezelf zichtbaar maakt, maak je je ook kwetsbaar.

Laatst ben ik met een ondernemer haar klant in Spanje gaan interviewen. Dan eet je samen een hapje en je maakt er een werkvakantie van.'

Onlangs vond ze iemand tijdens de kennismaking te drammerig. Ze besloot niet verder met hem te gaan, hoe hij haar ook probeerde te overtuigen.

Geen verkering dus, al maakt de videostrateeg wel een kanttekening bij Burgers' theorie: 'Gevraagd worden is natuurlijk veel prettiger dan leuren om klanten, maar deze positie heb ik wel moeten opbouwen. Toen ik net begon was ik blij met elke opdracht.'

> **'Gevraagd worden is natuurlijk veel prettiger dan leuren om klanten, maar deze positie moest ik wel opbouwen'**

Regenbui

Een aanbeveling is delicaat, want klanten steken er hun nek mee uit. Zo heeft de auteur van dit artikel weleens een B&B in Jakarta aangeraden die zij authentiek vond, maar haar collega niet chic genoeg. 'Je moet wel weten wie je wat aanbeveelt', waarschuwt Burgers.

Ook belangrijk voor hem is hoe ondernemers met klachten omgaan. Als de klant moeilijk door een keuzemenu komt voordat die iemand aan de lijn krijgt om de klacht mee te bespreken, voelt die zich niet serieus genomen.

Dat zit bij Janmaat wel goed. Ze vertelt hoe ze een keer een mooie locatie had geregeld voor een opname. Alles liep naar wens, tot er een regenbui losbarstte. De opnamen werden minder spectaculair. Haar aanbod een nieuwe filmdag te plannen werd enorm gewaardeerd.

Ook bij het bureau van Tokkie staat 'ouderwetse service' voorop. 'Als iemand na onze inspectie nog een vraag heeft, komen we erop terug. Dat maakt dat klanten ons leuke jongens noemen.' En dat terwijl het vaak gaat om complexe bouwkundige problemen, waarbij de risico's op foute inschattingen en schadeclaims groot zijn.

Voor Burgers hét bewijs dat ook ondernemers die te maken hebben met ellende zich onvergetelijk kunnen maken. 'Ik durf gerust te stellen dat je in elk beroep superfijne klanten kunt krijgen.'

Terug naar de telefonist die zeurpieten mag afwimpelen. Burgers pleit ervoor dat ondernemers elegant afscheid durven te nemen van klanten die niet bij hen passen.

Tokkie hoeft niet lang na te denken wie hij de deur wijst. 'Als iemand wil dat wij een rapport zó opstellen dat hij het dispuut met zijn buurman gaat winnen, dan zeggen wij: doei!'

Dit artikel is gemaakt door de redactie van FD Persoonlijk. Lees al onze verhalen op fd.nl/persoonlijk.

Doe dit artikel cadeau

U kunt dit artikel cadeau doen aan iemand zonder FDMG-account.

Doe dit artikel cadeau