

Het ondernemersabc

Rendement binnenhalen zonder 't écht druk te hebben

■ Marketeer Jos Burgers geeft zijn publiek 'handige' tips in ondernemen.

© Foto's: De Noordoostpolder



Geef klanten aandacht, begrip en complimenten en je raakt ze nooit meer kwijt. Dat is de boodschap die marketeer Jos Burgers zijn publiek mee wil geven. Zijn onorthodoxe aanpak heeft effect. Niet meer 'druk, druk, druk', maar wel 'een leuk rendement'.

■ Jos Burgers



EMMELOORD - Burgers was dinsdagavond te gast tijdens de officiële openingsavond van het Butter Pieperfestival. De avond die in samenwerking met Bedrijven Actief Noordoostpolder (BAN) wordt georganiseerd en dus ook de ondernemers moet inspireren en vooral amuseren.

Minder voor meer

'Hoe krijgt u leuke klanten, leuk werk en ook nog een aardig rendement?', zo begint Burgers zijn conference. 'Het zou toch mooi zijn als u op de vraag: 'Hoe gaan de zaken?' kunt zeggen: 'O, geweldig rendement'. En op de vraag: 'Druk zeker?', 'Nou nee, niet echt!' Burgers is zelf het sprekend voorbeeld van zijn eigen

'steeds veranderende zienswijzen'. 'Ik schrijf boeken over ondernemen, u leest ze nooit, maar u koopt ze wel. Daarna vraagt u mij om ze te komen toelichten. Ik verdien er dus twee keer aan.' Zijn eerste boek was veel te dik. 'Dat was voornamelijk leuk voor mezelf, maar als ik er mee bij een ondernemer kwam dan zei hij: 'Moet ik dát lezen?' 'Nee, het is een naslagwerk.' 'O, gelukkig! Ik schrok al', waarop hij het terzijde schoof. Sindsdien schrijf ik alleen maar dunne boeken.'
Dunnere boeken, maar wel tegen hogere prijzen. Prijsverhoging is geen probleem zolang de ondernemer maar aan klantenbinding doet. Waardevolle klanten moet hij zien te behouden. 'Klanten die alleen op acties afkomen, daar heeft u het alleen maar druk mee.'

Klantenbinding

Verplaatsen in de klant is klantenbinding. 'Zeg dat u hem begrijpt, ook als de klant zegt dat hij naar een ander is gegaan omdat hij u te duur vindt.' Denken vanuit de klant is 'rijdenken'. 'Op een gegeven moment

kreeg je die privacystrepen bij banken. Daar stond in het begin op afgedrukt dat je áchter de streep moest wachten. Dat klopt vanachter de balie gezien, maar niet vanuit de rij. Verplaats u dus in de rij!'. Een verstandige ondernemer schrijft geen offertes. 'Ik ken bedrijven waar ze het druk hebben met offertes schrijven, maar het levert niets op. Als een klant bij u komt met een haastklus, zeg dan dat u het wel wilt doen,

langeriesetje laat ontwerpen op de gemiddelde Nederlander, dan raakt u weinig kwijt.'

Investeren

Een ondernemer moet wel wat adverteren, al is het alleen maar voor zichzelf. 'Geen hond die het leest, dus het doet verder niets. Het kost een paar centen, maar het is dan ook heel leuk voor uzelf en uw familie: 'Kijk hier staan we. Wat staan we er goed in, hè!'

Een ondernemer moet ook investeren in het uiterlijk van zijn bedrijf. 'Als het personeel, de busjes en de entree er niet uitzien, dan kunt u nog zo praten als brugman, maar dan houdt u uw klanten niet vast. U moet investeren in de buitenkant. Koop dus goede auto's.' Eenmaal gebonden klanten zijn de beste ambassadeurs. 'Dat zijn de beste accountmanagers. Als zij zeggen dat uw bedrijf goed is, dan is het zo. Daar kan niets tegen op.'

Ondernemersabc

De ondernemer moet niet langer denken vanuit verkopen, maar vanuit helpen. Burgers haalt het 'voorbeeld' aan van student Wim, die

■ De lakei deelt goodiebags uit van mediapartner NDC Mediagroep.



maar dat u geen tijd hebt om een offerte te schrijven. Als de klant daarmee instemt, zegt u: 'Nou vooruit dan, geen offerte.' De ondernemer moet zich ook niet richten op de gemiddelde Nederlander. 'De gemiddelde Nederlander is 1.43 meter, heeft één borst en 'one ball'. Daar lopen er niet veel van rond. Als u een

vier jaar lang Burgers' strategieën afdeed met: 'Dat zal wel, maar wij doen in hondenbrokken'. Tot hij zelf de beste aanpak had ontdekt, het ondernemersabc: 'Aandacht, begrip en complimenten, dat is alles wat de klant nodig heeft. En de hondenbrokken doe we er alleen nog maar bij.'

♦ Margé Hof