

Een methode die vooruit kijkt

# EXPECTATIONS: DE VIERDE GENERATIE VAN KLANTTEVREDENHEIDS- ONDERZOEK

Om te overleven in de snel veranderende economische en technische omgeving moeten bedrijven wendbaar zijn om op nieuwe wensen van klanten in te kunnen spelen. Een standaard klanttevredenheidsonderzoek levert niet de benodigde informatie op, omdat de resultaten van het onderzoek altijd gaan over het verleden. Het product of de dienst is dan al geleverd. Wat wel helpt is een methode die vooruit kijkt, richting geeft aan uw organisatie en zorgt voor loyale klanten.

Bij de eerste generatie van klanttevredenheidsonderzoek vroeg de bakker simpelweg aan zijn klant wat hij van zijn brood vond. De tweede generatie van klanttevredenheidsonderzoek bestond uit een sterk gekwantificeerd tevredenheidsonderzoek, dat uiteindelijk gegevens over een 'gemiddelde'

klant opleverde. Toen duidelijk werd dat deze gemiddelde klant niet bestaat, ontstond een derde generatie van tevredenheidsonderzoek. Hierin werd met behulp van klantinterviews onderzoek gedaan naar de beleving van de klant tijdens het hele proces. Dit is een kostbaar onderzoek dat veel bereidwil-

ligheid en dus goodwill vraagt van de klant. Vervolgens moest vanuit de onderzoeksresultaten nog steeds de vertaalslag gemaakt worden naar de interne organisatie. Expectations Management® is de vierde generatie van klanttevredenheidsonderzoek. Het is gebaseerd op verwachtingen van

## AAN HET WOORD: BART KUIPERS, MARKETING MANAGER VAN WILO NEDERLAND BV, ZAANDAM

Wilo Nederland is een onderdeel van WIL0 SE: één van 's werelds toonaangevende fabrikanten van pompen en pompsystemen voor verwarming, koeling, airconditioning, watervoorziening en vuilwaterafvoer. De klanten zijn veelal groothandels.

### DIRECT SCHAKELEN MET RELATIES

'Als Marketing Manager bij Wilo denk ik bij Expectations aan het "bevragen" van Marketing en Sales Managers van klanten. Wat verwachten zij van onze marketingactiviteiten ter ondersteuning van hun eigen activiteiten in hun markt en bij specifieke doelgroepen? Met behulp van Expectations communiceren en schakelen we rechtstreeks met onze relaties. Natuurlijk kunnen Wilo's eigen Sales Managers me dat ook vertellen. Maar nu krijg ik het uit de eerste hand. Samen starten we een dialoog op met als doel een verbetering van de klantrelatie en een versterking van de eigen sales.'

### VOORKEURSLEVERANCIER

'Ten tweede denk ik aan het positief beïnvloeden van leveran-

ciersverklaringen. Dit kan door te werken aan de meest belangrijke en kritische punten waar Wilo door (groot) installateurs op beoordeeld wordt. Met behulp van Expectations kunnen we hier intern aan werken en zal de tussentijdse beoordeling positief uitvallen. We werken op deze manier aan een goede eindejaarsbeoordeling, wat zich uiteindelijk zal vertalen in een rol als voorkeursleverancier.'

### EXPECTATIONS IS EEN MIDDEL OM TE ONDERSCHIEDEN

'Door gebruik te maken van deze tool onderscheiden wij ons weer verder en op een andere manier ten opzichte van onze collega's in de markt.'

The Wilo logo is displayed in a bold, green, lowercase sans-serif font.



## Proactief managen naar loyale klanten

Expectations ondersteunt uw organisatie om klantverwachtingen waar te maken. Het is gebaseerd op de fundamenteën van klantloyaliteit:

- de kwaliteit van de relatie,
- de kwaliteit van het product.

Kick off

Verwachtingen  
opvragen  
van klant

Mike van Beek: 'Door de ontvangen verwachtingen volgens de Expectations methode intern goed te communiceren raakt iedereen betrokken bij de klant en ontstaat een klantgerichte cultuur.'

klanten. De Expectations methode maakt gebruik van een softwaretool waarbij op gestructureerde wijze klantverwachtingen opgevraagd en in kaart gebracht worden. Hiermee toont u oprechte interesse in uw klant en geeft u aan geïnteresseerd te zijn in de verwachtingen van de klant ten aanzien van uw relatie. De klant voelt zich gewaardeerd en betrokken en wil deze verwachtingen graag met u delen. Door deze verwachtingen intern volgens de Expectations methode te communiceren ontstaat er een klantgerichte cultuur en zet uw gehele organisatie zich in om deze verwachtingen ook waar te maken. Het geeft richting aan uw organisatie. Na enige tijd wordt uw klant gevraagd om u te beoordelen op basis van de door hem zelf uitgesproken verwachtingen. Daarmee heeft uw klant een eigen specifiek klanttevredenheidsonderzoek. De methode wordt volledig ondersteund door experts van Expectations.

### PROACTIEF MANAGEN NAAR LOYALE KLANTEN

**Directeur: 'We doen er alles aan om te zorgen dat onze klanten tevreden zijn over ons product. Toch maken enkele klanten de overstap naar een andere leverancier, terwijl ze in ons laatste klanttevredenheidsonderzoek nog aangaven tevreden te zijn. Hoe is dit mogelijk?'**

## ADO DEN HAAG EN EXPECTATIONS TRAPPEN AF!

ADO Den Haag en Atlas-Solutions (licentienemer van Expectations®) hebben elkaar gevonden op het gebied van Klantloyaliteit en Accountmanagement. ADO Den Haag geeft hiermee een duidelijk signaal af richting haar klanten en sponsoren. Een samenwerking vol verwachtingen!

Het zijn de klanten en sponsoren die een groot aandeel hebben in het succes van ADO Den Haag. ADO Den Haag heeft hier in het verleden al veel energie in gestoken en denkt met Atlas-Solutions tot een nóg klantgerichter beleid te komen. Het belang van klantloyaliteit is immers groter dan ooit.

ADO Den Haag en Kyocera Stadion Hospitality & Events spreken de ambitie uit om in 2016 de meest klantgerichte partner te zijn voor haar klanten en sponsoren en vinden Expectations® hiervoor een uitstekende methode.

Dinsdag 16 juni 2015 werd de kick-off gegeven van dit door ADO Den Haag geïnitieerde initiatief. Atlas-Solutions is hierin de professionele partner door middel van ondersteuning, coaching en een actieve participatie.



Onderzoek heeft aangetoond dat 65%-85% van de verloren klanten vlak voor hun vertrek tevreden tot zeer tevreden waren. Een tevreden klant is dus niet direct ook een loyale klant. Voor loyaliteit is meer nodig.

Klanten worden loyaal wanneer men niet alleen tevreden is over de kwaliteit van het product of dienst dat men ontvangen heeft, maar ook tevreden is over de relatie met de leverancier.

Expectations richt zicht op beide zaken. Door verwachtingen op te vragen bij klanten stelt het bedrijf zich kwetsbaar op en toont men oprechte interesse. De uitgesproken verwachtingen worden een onderwerp om met de klant te bespreken. Hiermee werkt u direct aan de relatie met uw klant.

**Accountmanager: 'Wanneer ik met een klant gesproken heb over zijn verwachtingen en wensen, kost het me heel veel moeite om dit intern in onze organisatie te laten landen. Hoe zorg ik dat mijn collega's begrijpen wat de klant van ons verwacht en dat ze zich maximaal inspinnen om deze verwachting waar te maken?'**

Door de ontvangen verwachtingen volgens de Expectations methode intern goed te communiceren raakt iedereen betrokken bij de klant en ontstaat een klantgerichte cultuur. De uitgesproken verwachtingen worden richtinggevend in het handelen van mensen, met als gevolg dat de verwachtingen ook worden waargemaakt.

## RESULTAATVERBETERING

Door het waarmaken van verwachtingen en het borgen van de verbeterpunten, werkt u met de Expectations methode aan het verbeteren van uw organisatie. Hierbij staan de verwachtingen van klanten steeds centraal.

Op basis van een eigen selectie nodigt u klanten uit om hun verwachtingen

## EXPECTATIONS LANCEERT DE NIEUWE EXPECTATIONS IMPROVE VERSIE

De Improve versie van Expectations onderscheidt zich van de Basic versie door de geïntegreerde Deming Circle. Het is het mogelijk om ook alle interne actiepunten vast te leggen met betrekking tot de ontvangen verwachtingen. Hiermee worden alle leidinggevendenden direct betrokken, kunnen ze de verwachtingen met hun team bespreken en de actiepunten in Expectations vastleggen. Op gezette tijden wordt de leidinggevende automatisch op de checks geattendeerd. Met behulp van de standaard rapportagetool heeft iedereen inzicht in de status van alle verwachtingen. Wanneer u contact opneemt met Expectations ontvangt u de Improve versie nog tegen de introductieprijs.

gen ten aanzien van uw product of dienst kenbaar te maken. Dit gebeurt middels een softwaretool die de 'look and feel' van uw bedrijf krijgt. Uit de hoge responspercentages blijkt, dat klanten het prettig vinden wanneer interesse getoond wordt in hun bedrijf. Zodra de verwachtingen door de klant bekend zijn gemaakt, kunnen ze worden verdeeld in categorieën.

**Kwaliteitsmanager: 'Regelmatig laten we een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren. Telkens stellen we achteraf vast dat er voor ons verbeterpunten zijn. Toch lukt het ons vaak niet om deze te vertalen naar interne actiepunten. Hoe kunnen we onze organisatie meer betrekken bij het formuleren en uitvoeren van verbeteracties?'**

Intern worden de verwachtingen besproken en worden de taken verdeeld om de verwachtingen waar te maken. Het gevolg is een klantgerichte organisatie: iedereen is erbij betrokken. Expectations verstrekt u door middel van de rapportage alle managementinformatie die nodig is om de vorderingen te beheersen.

Het geeft inzicht in de prestaties van uw organisatie en attendeert u op aanstaande beoordelingen. Alle informatie wordt verzameld op één dashboard.

Expectations onderscheidt zich op veel manieren van een klassiek onderzoek:

- Iedere klant beoordeelt op basis van eigen verwachtingen.
- Verwachtingen gaan over prestaties in de toekomst; ze geven ruimte aan de interne organisatie om waar te maken en bij te sturen.
- Focus op zowel de kwaliteit van uw product als op de kwaliteit van de klantrelatie.
- De organisatie is direct betrokken; de positieve aanpak ondersteunt een klantgerichte cultuur.
- Betrokkenheid van de klant blijkt uit de hoge responspercentages.

Voor meer informatie:  
Expectations Management BV  
Burg. Van Nispenstraat 8A  
7001 BS Doetinchem  
Tel.: (0314) 64 05 23  
Website: [www.expectations.nl](http://www.expectations.nl)



Alle informatie wordt verzameld op één overzichtelijk dashboard.

## EXTRA VERKOOP- EN IMPLEMENTATIEPARTNERS

Wegens succes komt Expectations Management graag in contact met nieuwe verkooppartners met een passie voor klanten. Partners werken als licentienemer geheel zelfstandig vanuit eigen competenties en netwerk. De expertise van Expectations staat ter beschikking van deze partners.