

De marketing-machine paradigma



Bureau **M+i**
Jacob Marisstraat 16hs
1058 HZ Amsterdam
020-6177339
michiel@DeKlantenfabriek.nl WWW.DeKlantenfabriek.nl

Copy Rights

© Michiel van Mens
All rights reserved - No part of this training
may be reproduced, in any form or by any
means, without permission in writing
from Michiel van Mens

Jacob Marisstraat 16hs
1058 HZ Amsterdam
020-6177339
Michiel@DeKlantenfabriek.nl

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Michiel van Mens

Auteur van:

1. The Real World in Real time
2. Klantenkaarten en klant-Programma's
3. Klanttevredenheid en loyaliteit
4. Het managen van Klanteninteractie
5. Operationele Marketing



WWW.DeKlantenfabriek.nl

uitgangspunt

- Het enige doel van CRM is om meer geld te verdienen
- Geld verdien je aan klanten
- Beantwoord daarom eerst de vraag:
 - Wat is een klant?
 - Wat is een klantrelatie?
 - En hoe kan ik aan die klantrelatie geld verdienen

WWW.DeKlantenfabriek.nl

marktbewerking: 3 klanttypen

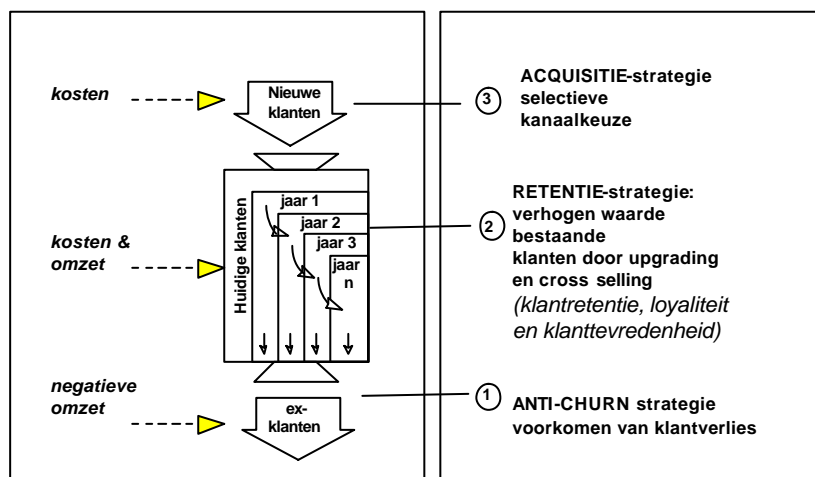
- Wat is een klant?



- In deze benadering maken we gebruik van drie klanttypen:
 - Nieuwe klanten
 - Bestaande klanten
 - Ex-klanten

WWW.DeKlantenfabriek.nl

marktbewerking: 3 klanttypen



WWW.DeKlantenfabriek.nl

De klantrelatie

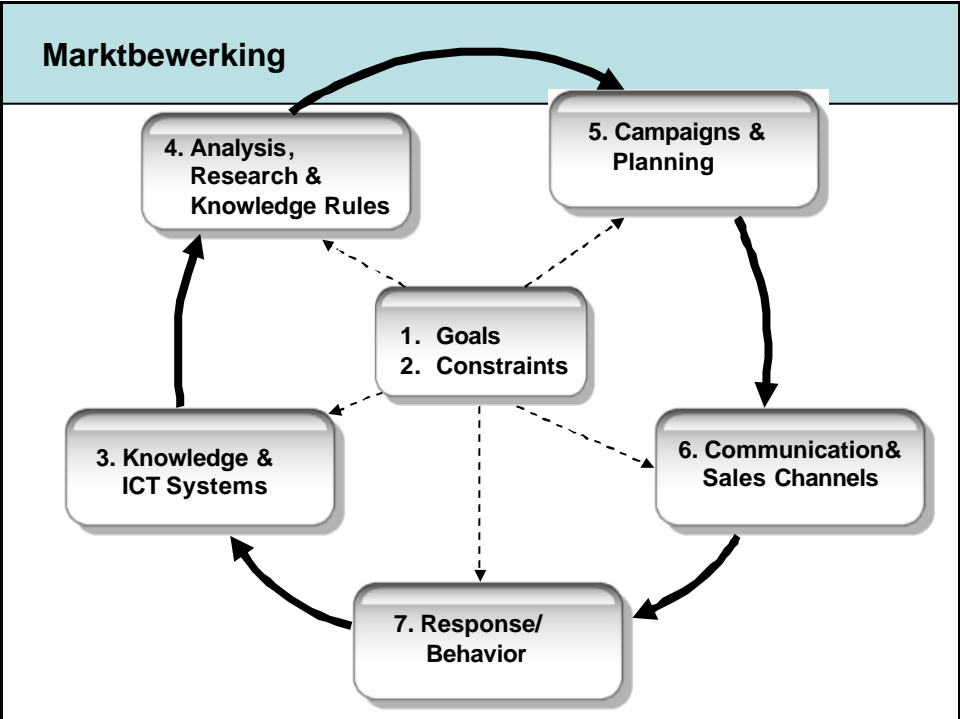
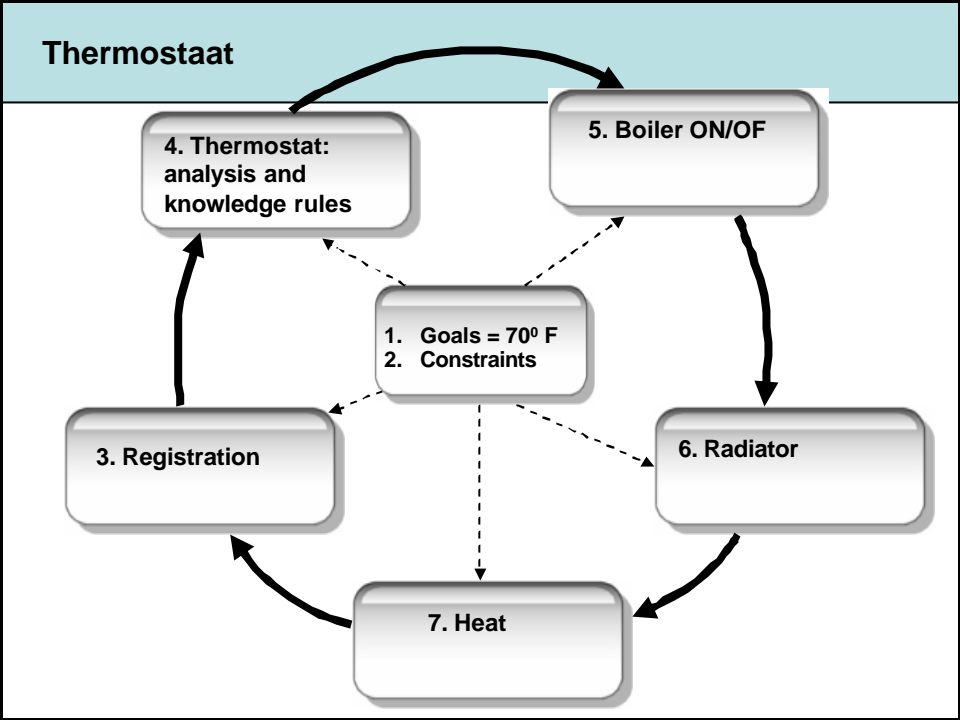
- Een klantrelatie is een opeenvolging van klantcontacten.
- Marktbewerking is het optimaliseren van deze klantcontacten, gegeven:
 - De kosten en de opbrengsten van
 - Nieuwe klanten
 - Bestaande klanten
 - Ex-klanten (voorkomen van)

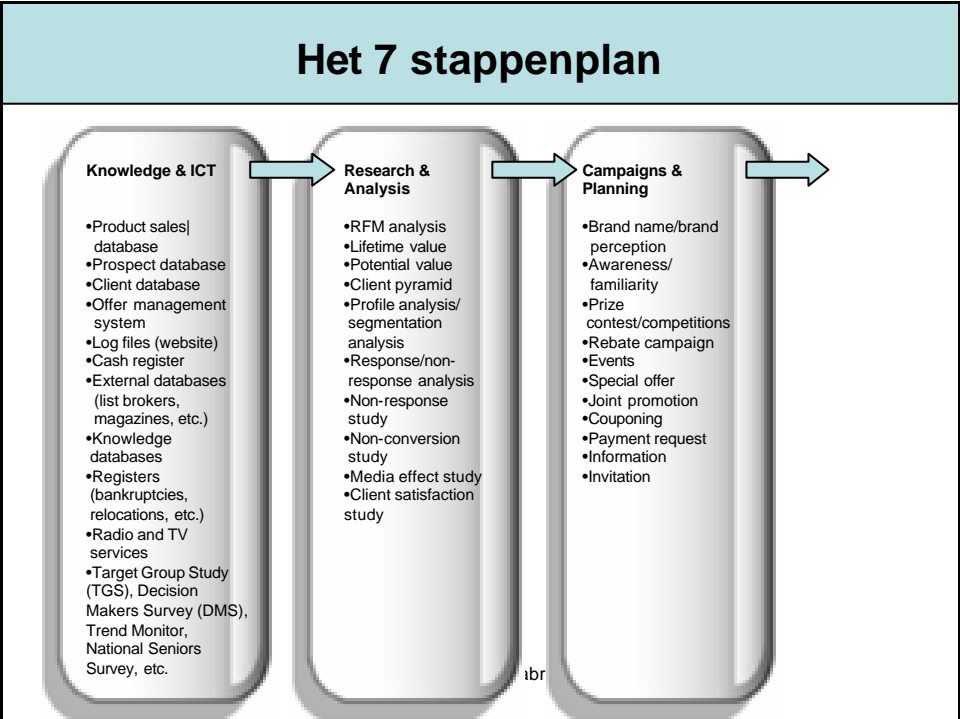
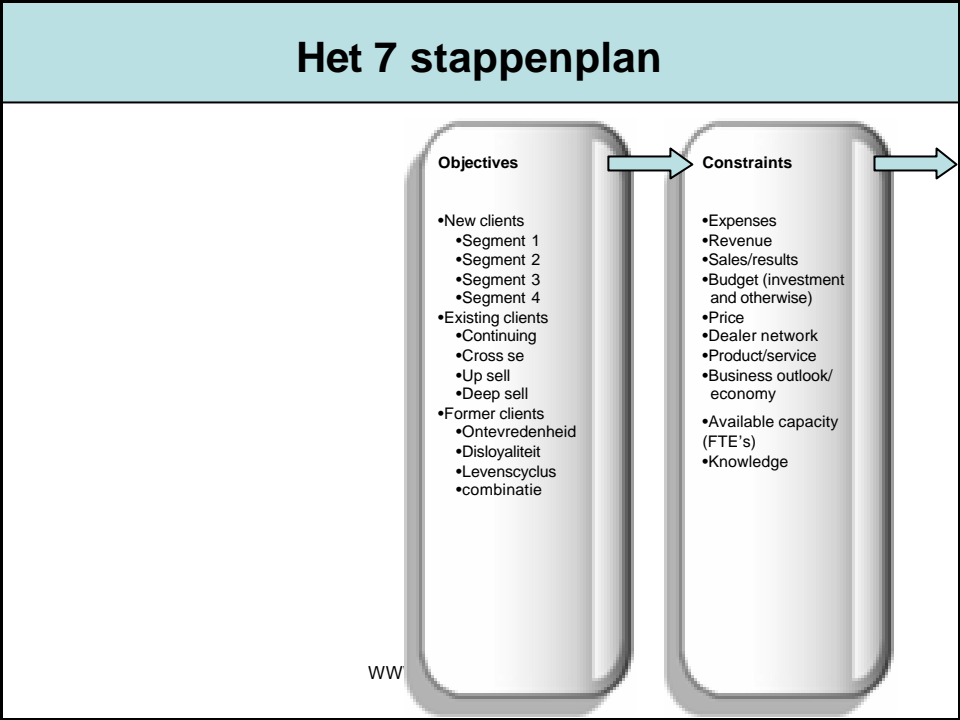
WWW.DeKlantenfabriek.nl

The marketing-machine paradigm

- **Fabrieksproces/lopende band is het beste voorbeeld van een proces en het systematisch verbeteren**
- **Organiseer het commerciële proces alsof het een lopende band (fabrieksproces) is.**

WWW.DeKlantenfabriek.nl





Het 7 stappenplan

Communication & Sales Channels

- Trade shows and exhibitions
- In-store/point-of-sale
- Product/packaging
- Television
- Radio
- Advertisement (newspapers, magazines)
- Door-to-door
- Newsletter, catalog
- Letter (personalized and otherwise)
- Sociopolitical groups
- Telemarketing
- Internet
- Events
- Representative/intermediary



Response

- Reached/not reached
- Structured response
- Non-structured response
- Non-mail
- Returned mail
- Request for information
- Store traffic
- Image/awareness
- (Registered) conversion/non-conversion
- Purchase (repeat and otherwise)

ek.nl

Let's start

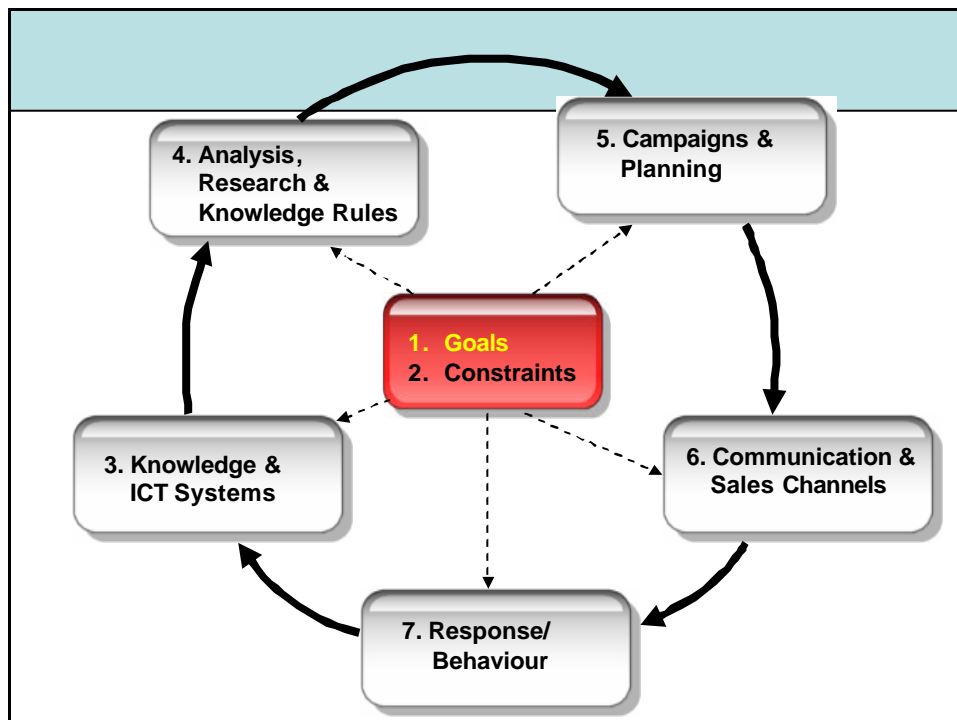
- 7 opdrachten
 - Doelstelling
 - Randvoorwaarden
 - Kennis over klanten
 - Analyse, onderzoek en rapportage
 - Acties en planning
 - Communicatie en verkoopkanalen
 - Respons/gedrag

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 1: doelstelling

- Bepaal huidige volume/situatie voor elk van de drie klanttypen en definieer kwantitatieve doelstellingen voor komend budgetjaar
 - Nieuwe klanten
 - Bestaande klanten
 - Ex-klanten/anti-churn

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Ex-klienten

- Onderkennen 4 oorzaken van klantverlies
 - Klantontevredenheid
 - Disloyaliteit
 - Levenscyclus/product life cycle
 - Combinatie van bovenstaande factoren
- 4 oorzaken van klantverlies = 4 subdoelstellingen

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Bestaande klanten

- Vier verkoopkansen voor bestaande klanten
 - Continueren
 - Cross
 - Up sell
 - Deep sell
- Formuleer vier (kwantitatieve, omzet-) doelstellingen richting bestaande klanten

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Nieuwe klanten

- Segmentatie van de markt
 - Segment 1
 - Segment 2
 - Segment 3
 - Segment 4
- Op basis van onderzoek/database analyse/logisch inzicht
- Formuleer vier (kwantitatieve, omzet-) doelstellingen per segment

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 1: doelstelling

	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	aantal	omzet	aantal	omzet
Nieuwe klanten		€		€
Bestaande klanten		€		€
Ex klanten		€		€

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 2a: Randvoorwaarden

- Maak een volledige inventarisatie van alle mogelijke kostencomponenten:
 - Out-of pocket
 - Interne kosten (tijd, capaciteit)
 - Welke van deze kosten kan je direct toerekenen aan de klant, en welke niet?
- Maak een volledige inventarisatie van alle mogelijke omzetcomponenten (verdien capaciteit)
 - Welke van deze kan je direct toerekenen aan de klant en welke niet
- Gegeven je doelstellingen en winstdoelstelling van, wat mag maximaal je budget voor marktwerking zijn

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 2: randvoorwaarden

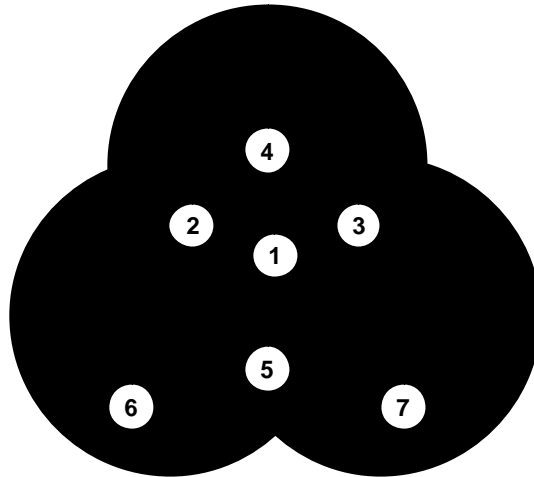
	Kostencomponenten		Omzetcomponenten
	Out of Pocket	Interne kosten	
Nieuwe klanten			
Bestaande klanten			
Ex klanten			

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 3 a: kennis van de klant

- Geef een limitatieve opsomming van beschikbare informatie die je doorgaans gebruikt over:
 - Ex-klanten
 - Bestaande klanten
 - Nieuwe klanten
- Waar kan je deze informatie doorgaans vinden?
 - Interne systemen (databases/bronnen)
 - Externe systemen (databases/bronnen)
 - Etc.
- Geef een limitatieve opsomming van gewenste kennis over de drie klanttypen die jij zou willen weten om tot een effectievere marktwerking te komen?
 - Waar kan je die gegevens vinden of hoe zou je er aan kunnen komen?



WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 3 b: kennis van de klant

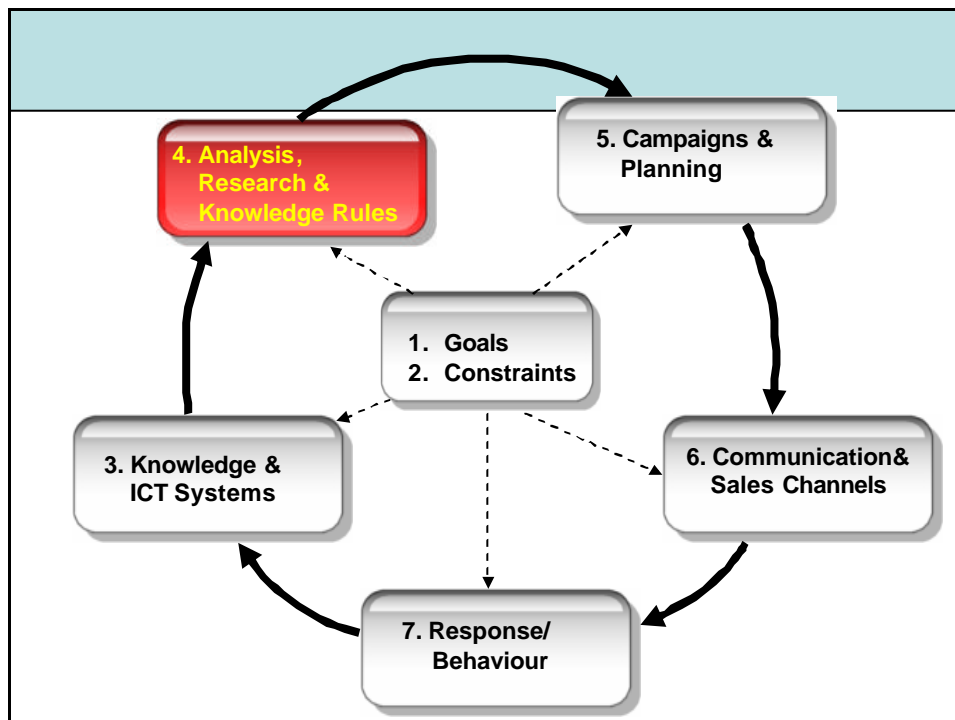
- Geef een opsomming van acties die je kunt ondernemen om de gewenste kennis over de drie klantgroepen te verkrijgen?
- Kun je als groep een uitspraak doen over de kosten die je moet maken om deze kennis te verkrijgen?
- Kun je als groep een uitspraak doen of de investering opweegt tegen de verwachte opbrengsten?

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 3: kennis van de klant

	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	beschikbare Kennis (systematisch/ Niet systematisch?)	waar te vinden?	beschikbare Kennis (systematisch/ Niet systematisch?)	waar te vinden Of hoe te verkrijgen?
Nieuwe klanten				
Bestaande klanten				
Ex klanten				

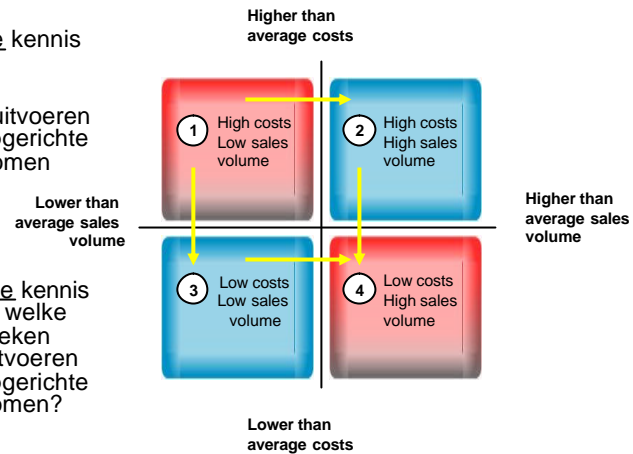
WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 4a: business intelligence

Gegeven de beschikbare kennis over de 3 klanttypen

- Welke analyses en onderzoeken kan je uitvoeren om tot een doelgroepgerichte marktwerking te komen richting:
 - Ex-klanten
 - Bestaande klanten
 - Nieuwe klanten
- Gegeven de gewenste kennis over de 3 klanttypen, welke analyses en onderzoeken zou je dan kunnen uitvoeren om tot een doelgroepgerichte marktwerking te komen?



WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 4a: business intelligence

- Welke onderzoeken kun je uitvoeren om de marktwerking te optimaliseren richting de drie klanttypen:
 - Naamsbekendheidonderzoek
 - Non-respons onderzoek
 - Media-effect onderzoek
 - Non-conversie onderzoek
 - klanttevredenheidonderzoek

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 4 b: business intelligence

- Geef een opsomming van initiatieven die je kunt ondernemen om de gewenste analyses en onderzoeken over de drie klantgroepen te verkrijgen?
- Kun je als groep een uitspraak doen over de kosten om deze kennis te verkrijgen?
- Kun je als groep een uitspraak doen of de investering opweegt tegen de verwachte opbrengsten?

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 4: business intelligence

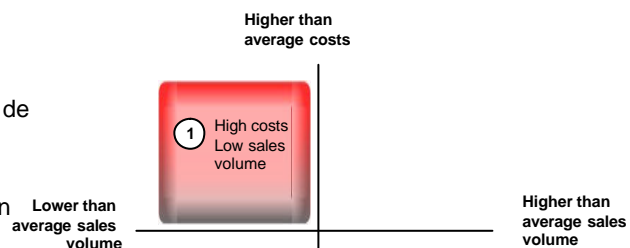
	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	Huidige analyse & Onderzoeken t.b.v. marktwerking	resultaat?	Gewenste analyse & onderzoeken t.b.v. marktwerking	resultaat?
Nieuwe klanten				
Bestaande klanten				
Ex klanten				

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 5: acties & planning

- Gegeven de beschikbare en gewenste kennis van de 3 klanttypen (stap 3)
- Gegeven de beschikbare en gewenste analyses en onderzoeken (stap 4)
- Welke marketing acties kun je uitvoeren richting
 - Ex-klanten
 - Bestaande klanten
 - Nieuwe klanten
- Kun je als groep een uitspraak doen of de investering opweegt tegen de verwachte opbrengsten?



WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 5: marketing acties

	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	Acties richting	Frequentie?	Acties richting	Frequentie?
Nieuwe klanten				
Bestaande klanten				
Ex klanten				

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 6: communicatie en verkoopkanalen

- Gegeven de beschikbare en gewenste kennis van de 3 klanttypen (stap 3)
- Gegeven de beschikbare en gewenste analyses en onderzoeken (stap 4)
- Gegeven de beschikbare en gewenste marketingacties (stap 5)
- Welke communicatie en verkoopkanalen kan je gebruiken richting
 - Ex-klanten
 - Bestaande klanten
 - Nieuwe klanten

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 6: communicatie en verkoopkanalen

- Geef een opsomming van initiatieven die je kunt ondernemen om de gewenste communicatie en verkoopkanalen richting
 - Nieuwe klanten
 - Bestaande klanten
 - Ex-klanten
- Kun je als groep een uitspraak doen over de additionele kosten?
- Kun je als groep een uitspraak doen of de investering opweegt tegen de verwachte opbrengsten?

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 6: kanalen

	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	Kanalen richting	Kosten per klantcontact	Kanalen richting	Kosten per klantcontact
Nieuwe klanten				
Bestaande klanten				
Ex klanten				

WWW.DeKlantenfabriek.nl



Stap 7a: respons & conversie

- Gegeven de beschikbare en gewenste kennis van de 3 klanttypen (stap 3)
- Gegeven de beschikbare en gewenste analyses en onderzoeken (stap 4)
- Gegeven de beschikbare en gewenste marketingacties (stap 5)
- Gegeven de beschikbare en gewenste communicatie en verkoopkanalen (stap 6)
- Kun je een limitatieve opsomming geven van alle mogelijk vormen van respons (gedrag/reacties van klanten)
 - Ex-klanten
 - Bestaande klanten
 - Nieuwe klanten

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 7b: gedrag/respons

- In de opdracht 7a heb je als groep een limitatieve opsomming gegeven van alle mogelijke vormen van respons/reacties
 - Geef in deze opdracht aan welke van deze respons je systematisch kunt opslaan in een database (kleur blauw) en welke niet (kleur rood)
 - Geef per responsmogelijkheid aan hoe de opvolging verloopt.

WWW.DeKlantenfabriek.nl

Stap 7: respons/conversie

	Huidige situatie		Gewenste situatie	
	Soorten respons	Waar Geregistreerd?	Soorten respons	Waar Geregistreerd?
Nieuwe klanten				
Bestaande klanten				
Ex klanten				

WWW.DeKlantenfabriek.nl

7-stappenplan

- Ga terug naar opdracht 1
 - Heb jij je beoogde doelstellingen gehaald
 - Ben je nog binnen budget
 - Welke gegevens kun je registreren in een database
 - Welke analyses kun je op de nieuwe klantgegevens uitvoeren
 - Welke vervolg acties kun/moet je op basis van deze gegevens initiëren
 - Via welke communicatie en verkoopkanalen
 - Wat is nu de verwachte respons
- Ga terug naar opdracht 1
 - Et cetera

WWW.DeKlantenfabriek.nl