



MOND-TOT-MOND RECLAME IS DE BESTE MARKETING DIE ER BESTAAT

Rob de Groot / mei 2019
rob@raaker.nl / www.raaker.nl



Wij geloven dat jij zelf kunt bepalen wanneer en hoe jouw klanten over jou praten. En dat elk contact daarom raker dan raak moet zijn.

Mond-tot-mondreclame is de beste marketing die er bestaat. Elke ondernemer en elk onderzoek zal dat bevestigen.

Dan weet je dus waar jouw sleutel ligt naar het realiseren van jouw ambities: bij je bestaande klanten...

In dit e-book delen we het gedachtegoed van Raaker en geven we je concrete tips om direct werk te maken van meer mond-tot-mondreclame.





NIEUWE KLANTEN WERVEN KOST 5 TOT 25 KEER MEER DAN BEHOUD VAN BESTAANDE KLANTEN

Bron: Harvard Business Review, Fred Reichheld - The Value of Keeping the Right Customers (2014)





**ALS JE 5% VAN JE
KLANTEN WEET TE
VERLEIDEN TOT
HERHALINGSAANKOPEN,
STIJGT JE
BEDRIJFSRESULTAAT
MET 25-95%**

Bron: Harvard Business Review, Fred Reichheld - The Value of Keeping the Right Customers (2014)





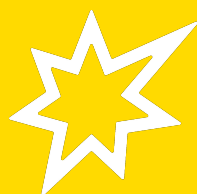
**LATEN WE EENS KIJKEN
HOE JE EEN STERKE
MOND-TOT-MOND
MARKETINGSTRATEGIE
VOOR JOUW BEDRIJF
KUNT CREËREN**



RAAKER



7 BASISPRINCIPES VOOR EFFECTIEVE MOND-TOT-MOND MARKETING



RAAKER



1

LUISTER NAAR JE KLANTEN

Hoe vaak vraag jij aan je klanten of ze tevreden zijn? Wat beter kan? Of ze tips voor je hebben?

Klanten weten niet wat ze willen, hoor je dan vaak. Echt wel. Dat weten ze heel goed. Kunst is alleen om de juiste vragen te stellen. Doe je dat, dan leg je de (latente) behoefte al snel bloot.

Ga dus met je klanten in gesprek. Neem je beslissingen niet op aannames, maar geef je klanten een vaste plek aan de 'directietafel'.

Want uiteindelijk is er maar één de baas: jouw klant.





2

NEEM ALLE MOGELIJKE **FRICTIES** WEG

Jouw klanten willen aandacht van jou. Ze willen door jou worden verrast. Het laatste wat ze willen ... is gedoe.

Te veel bedrijven hebben hun focus op het verkopen van hun product of dienst liggen. Terwijl ze zich eigenlijk zouden moeten afvragen: hoe kunnen we het 'probleem' van een klant oplossen?

Ga na welk gedoe klanten ervaren op elk moment dat ze contact hebben met je bedrijf, product of dienst. En neem die fricties weg. Dat is positief. Dat is verrassend. En dat zorgt dat ze over je gaan praten.



3

SPEEL IN OP VERANDERENDE BEHOEFTE

Verandering is de enige constante. Cliché, maar oh zo waar!

Klanten veranderen. Hun gedrag verandert ook. Als je dat gedrag analyseert, signaleer je tijdig kansen, werk je effectiever en kun je zelfs toekomstig gedrag van klanten voorspellen. Dat is wat je wilt, toch?

Niet alleen je klanten veranderen. Alles verandert. Continu. En alles heeft een invloed op jouw organisatie. Kunst is dus om je business model continu te spiegelen aan die veranderende wereld. Ben je nog actueel? Twijfel je: vraag het je klanten!



4

ZORG VOOR EEN **GLIMLACH** OP CRUCIALE MOMENTEN

Wanneer ben jij voor het laatst positief verrast door een bedrijf, product of dienst? En wat deed dat met je?

Mensen willen worden verrast. Wat zijn nu de momenten dat je jouw klanten blij kunt maken; dat je even een glimlach op hun gezicht kunt toveren? Als dat je lukt, voelt marketing niet meer als marketing.

En nee, dat zit hem heus niet in grote dingen. Dat zit hem juist in de details. Maar je weet wat ze zeggen: het zijn de details die vaak het verschil maken ...



5

DOE DINGEN WAAROVER WORDT **GEPRAAT**

Vraag jij je ook wel eens af waarom zo veel bedrijven op een zelfde manier communiceren? Waarom ze zo saai zijn ...? Dat komt omdat ze niet uniek zijn in wat ze doen. En omdat ze niet op zoek zijn gegaan naar wat hen wél onderscheidt: waarom ze doen wat ze doen! Inderdaad: hun why.

Juist die 'why' geeft enorm veel inspiratie om te zorgen dat mensen over je praten. Zorg daarom dat je why overal terug komt: in je marketing, je processen, je communicatie, je klantbeleving en in het gedrag van je medewerkers.

Brainstorm daarvoor met je team, test ideeën bij een aantal klanten en zorg dat je echt onderscheidend te werk gaat en mensen een goede reden geeft om over je te praten.



6

RAAK MENSEN MET MERKWAARDIGE ERVARINGEN

Merkwaardig heeft twee betekenissen. Merkweldig als iets wat opvalt. En merkwaardig als iets wat past bij de waarden van je bedrijf.

Als mensen een negatieve ervaring hebben met je bedrijf, product of dienst delen ze dat gemiddeld met 9 tot 15 anderen. Het kost gemiddeld 12 positieve ervaringen om het effect daarvan teniet te doen.

Jouw uitdaging dus is om een 'raaker' te hebben op ieder moment dat jouw klant contact met je heeft. Weet jij die 'merkweldige' ervaring te leveren, dan zal die altijd bijblijven.



RAAKER



7

VERANKER **KLANTGERICHTHEID** **IN JE BEDRIJFSCULTUUR**

Als je medewerkers niet van je bedrijf, product of dienst houden, gaan je klanten dat ook niet doen. Wil je dat klanten fan je worden, dan zul je dus ook van je medewerkers fans moeten maken.

Hoe je dat doet? Zorg dat iedereen eerst denkt in oplossingen en pas dan in omzet. Deel verantwoordelijkheid. Vier successen. Deel feedback. Leer van elkaar.

En misschien wel de belangrijkste tip die we je kunnen geven: wordt zelf eens klant bij je bedrijf en ervaar hoe dat is.





78%
vertrouwt
aanbevelingen
van familie,
vrienden en
collega's

36%
vertrouwt
advertenties in
zoekresultaten

60%
vertrouwt
reviews en
beoordelingen

24%
vertrouwt
advertenties
op mobiele
apparaten

Bron: Nielsen Global Trust in Advertising Survey, Q1 2015, Europe





MEER
AANBEVELINGEN?
MAAK VAN JE
KLANTEN FANS





FANS EN AMBASSADEURS:

LOPEN MINDER WEG

BLIJVEN LANGER KLANT

GENEREREN MEER OMZET

DRAGEN NIEUWE KLANTEN AAN

PRATEN MEER OVER JE MERK



RAAKER



2 REGELS VOOR MEER FANS

1. **DOE ALTIJD MEER** DAN
EEN KLANT VERWACHT
2. **BELOOF MINDER.**
DAT MAAKT HET EENVOUDIGER
OM MEER TE DOEN





PROFITEER VAN DIT AANBOD!

Doe altijd meer dan dat je belooft, zeggen we op de vorige pagina. Dat moeten we zelf natuurlijk ook waar maken. Daarom dit aanbod:

Stuur een mail naar wijwillenraken@raaker.nl en wij geven je 5 weken lang een opdracht waarmee je zelf direct aan de slag kunt met je mond-tot-mondmarketing.

De opdracht voor deze week vind je op de volgende pagina!





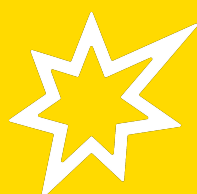
OPDRACHT

MAAK EEN ANALYSE VAN JOUW TOP 100 KLANTEN

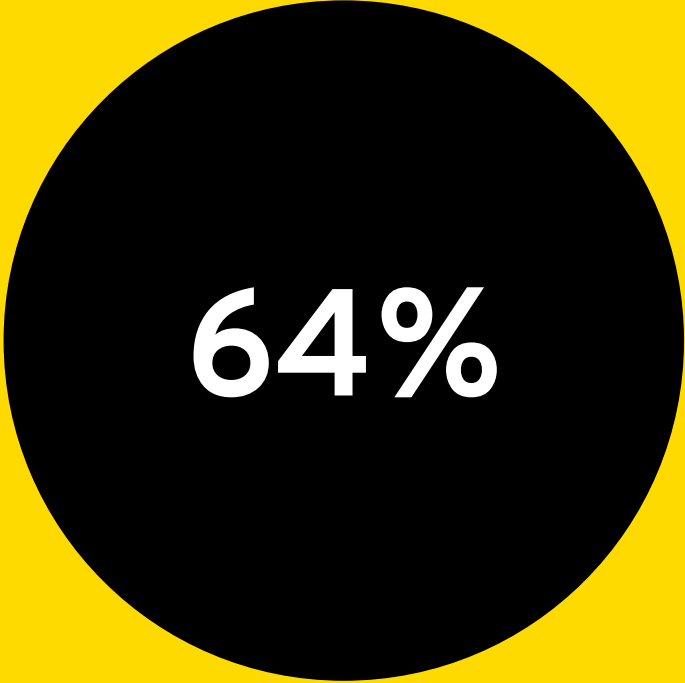
Ga eens voor iedere klant na hoe die bij jou terecht is gekomen. Via je netwerk? Gevonden via Google? Een formulier ingevuld op de website? Via mond-tot-mondreclame?

Maak vervolgens van de klanten die je via mond-tot-mondreclame hebt gekregen inzichtelijk via welke personen (ambassadeurs) de aanbevelingen zijn gedaan. Denk na over of en hoe je deze ambassadeurs wilt verrassen, hoe je ervoor kunt zorgen dat ze dit blijven doen en hoe je het aantal ambassadeurs kunt vergroten!

Het percentage klanten dat je via mond-tot-mondreclame hebt gekregen geeft uitstekend inzicht in het belang van aanbevelingen voor jouw bedrijf. Daarnaast kun je hier direct je marketinginspanningen op afstemmen.



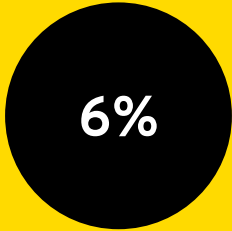
RAAKER



64%

**VOOR 64% VAN
ALLE MARKETEERS
IS MOND-TOT-MOND
HET MEEST EFFECTIEF**

**SLECHTS 6% VAN ALLE
MARKETEERS IS IN STAAT
OM MOND-TOT-MOND
EFFECTIEF IN TE ZETTEN**



6%

Bron: WOMMA / AMA (2013)



RAAKER

Wij zijn Raaker

Wij onderzoeken, meten, weten, activeren, inspireren, borgen, presenteren en delen. Alles moet raak zijn. Elk moment. Elk contact. En liefst: raker dan raak. Vandaar Raaker. Met meer dan tien jaar ervaring in de marketing. En met één specialisme: mond-tot-mond-marketing.

Wat wij doen

Wij hebben van mond-tot-mondmarketing ons specialisme gemaakt. Heel simpel: Wij helpen jou om marketing te bedrijven die niet als marketing voelt! Om te zorgen dat mensen vol overtuiging over jou gaan praten. Dat doen we met je hele team, omdat wij vinden dat marketing te belangrijk is om alleen aan marketeers over te laten.

Onze aanpak

Onze aanpak is trapsgewijs. Wij onderzoeken klantgedrag door het gesprek aan te gaan. Wij verzamelen data op de beslissende momenten in die klantreis. En wij zetten die data om in acties, zowel intern als extern. Die acties hebben meer doelen: zorgen dat klanten blijven, dat ze meer uitgeven dan ze al deden, dat de mond-tot-mondreclame meetbaar toeneemt en dat nieuwe klanten of medewerkers zich aandienen.





Kom. Hoog tijd om mensen te gaan raken en jouw business een boost te geven. De eerste stap kan al direct raak zijn: een afspraak met Raaker. Vrijblijvend. Bij jou of bij ons. In een uur vertellen we je wat mond-tot-mond marketing voor jou kan doen. Bel of mail nu nog.

Raaker

Loopkantstraat 7D

5405 NB Uden

0486-436155

info@raaker.nl

www.raaker.nl

facebook.com/raaker.nl / linkedin.com/company/raaker / instagram.com/raaker.nl

~~COPYRIGHT © 2019~~ DEEL, KOPIEER EN GEBRUIK ZOVEEL ALS JE WILT.

