

UIT LIEFDE VOOR DE KLANT

MAAK AL JE MEDEWERKERS
KLANTBEWUST



ELS DHAENZE

LANNOO
CAMPUS

INHOUD

INTRODUCTIE	7
GEBRUIKSAANWIJZING	9
DEEL 1 – ANDERS KLANT ZIJN	11
1 BELEVINGEN EN VERWACHTINGEN	14
2 GEVEN OM TE KRIJGEN	25
Geef respect	26
Geef je eigen mening	32
Geef aan wat je wilt weten en stel vragen	36
Geef aan wat je verwacht, maar wees realistisch	40
Geef aan wat niet goed gaat	45
Geef complimenten	51
DEEL 2 – KLANTGERICHT DENKEN EN HANDELEN	55
3 IN TRANSITIE NAAR EEN KLANTBEWUSTE ORGANISATIE	59
4 KLANTEN BEGRIPPEN	65
Wie is je klant	65
Behoeftes, verwachtingen en ervaringen van klanten	70
Klanten horen, zien en voelen	76
Klantenfeedbackloop	80
5 KLANTDENKEN	85
Iedereen heeft impact op de klant	85
Klantenreis	90
Klanten-effort versus klanttevredenheid	93
Klantgerichte doelen	99
6 KLANTHANDELEN	103
Naar klanten luisteren, én ze begrijpen	105
Gemak voor de klant	107
Klantgerichte oplossingen	108
Positieve, duidelijke, klantgerichte taal	110



6

UIT LIEFDE VOOR DE KLANT

	<i>Klantgerichte personalisatie</i>	113
	<i>Verwachtingen van klanten beïnvloeden</i>	114
7	AAN DE SLAG ALS KLANTBEWUSTE ORGANISATIE	119
	<i>Enkele klantgerichte tools</i>	120
	<i>Intern klantgericht communicatieplan</i>	124
	RECENSIES & QUOTES OVER DIT BOEK	129
	LITERATUURLIJST	131
	DE MEEST INTERESSANTE STATISTIEKEN EN ONDERZOEKEN	
	ROND BELEVINGEN VAN KLANTEN	133
	ONDERZOEKBRONNEN	135

