

# Opbouwen van klantrelatie belangrijker dan ooit



Elke maand stellen we je graag voor aan een 'next generationmarketeer'. Een Young Professional werkzaam in een uitdagende marketingorganisatie en deelnemer aan het NIMA Career Booster Programma. Deze maand: Pieter van der Krol, marketeer SNS.

Beroepsdeformatie. Het klinkt als een enge ziekte. Ik lijd eraan. Als ik uit eten ga, iets online bestel, een advertentie zie of commercial bekijk, ga ik in mijn hoofd de 4 C's af. Op welke klantbehoefte speelt men in? Wat zijn de kosten voor de klant? Hoe wordt het de klant makkelijk gemaakt? Hoe communiceert men met de klant? Vaak heb ik de neiging om het bedrijf ongevraagd advies te geven. Soms doe ik dat. Ik denk dat veel marketeers dit herkennen. Een marketeer ben je tenslotte 24 uur per dag, 7 dagen in de week. Wat mij opvalt is dat vooral de kleine lokale bedrijven het vaak van nature goed doen. Deze bedrijven zijn vaak gemeend persoonlijk en klantgericht. Ze kennen hun klant en zijn behoefte. Onbewust werken ze aan een klantrelatie. Over het algemeen geldt: hoe groter het bedrijf, hoe onpersoonlijker ze zijn. Toch zijn er gelukkig grote bedrijven – de Coolblue's van deze wereld - die uitblinken in persoonlijk en klantgericht zijn. Ook bij SNS doen wij er alles aan om de verwachtingen van onze klanten te overtreffen. Onze klanten verwachten goede producten, begrijpelijke voorwaarden en klantvriendelijke processen. Maar een persoonlijk kaartje na een leuk telefoongesprek, een medewerker die jouw situatie kent en proactief advies geeft, of een persoonlijk appje als je hypotheek rond is – daar verras je een klant mee. Dat maakt het verschil. De klant is koning is een bekend cliché, maar niet minder waar. Als je goed naar je klanten luistert, komen de succesvolle proposities vanzelf. Ook bij SNS zijn we continu met onze klanten in gesprek. Via de community, de klantenraad, via onderzoek en klantfeedback weten we wat er bij onze klanten speelt. En daaruit zijn al een aantal succesvolle proposities ontstaan zoals Rente op je betaalrekening, de Aankoopverzekering en recent nog SNS Combinatievoordeel. Bij SNS staan niet onze producten, maar de relatie met onze klant centraal. Ik denk dat veel bedrijven deze omslag nog moeten maken. Het maakt het marketingvak leuker en klanten blij. En in deze tijd is het belangrijker dan ooit!

**HET NIMA CAREER BOOSTER PROGRAMMA IS EEN PERSOONLIJK ONTWIKKELINGSPROGRAMMA. GEDURENDE TWEE JAAR WORD JE INTENSIEF BEGELEID DOOR EEN PERSOONLIJKE MARKETINGMENTOR UIT HET UITGEBREIDE NIMA NETWERK BIJ WIE JE MET AL JE MARKETING- EN LOOPBAANVRAGEN TERECHTKUNT.**