



Kyboko

EMPOWERING BUSINESS
DEVELOPMENT

Updated version

Klantenbinding anno 2020

Een praktische handleiding

Deze presentatie ...



Een overzicht van het

Wat

Waarom

Hoe

Van klantenbinding



Met handvatten om dit in uw eigen praktijk te implementeren.



Wat is dat, klantenbinding?

En wat is het anders dan 'relatiemanagement'



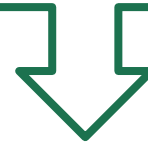
Klantenbinding

Het behouden en uitbouwen van *bestaande relaties*

Door:

- Focus op de zaak
opdrachten perfect uitvoeren
- Ad hoc
af en toe seminar, lunch, voetbal, theater
- Focus op de relatie

gericht en gedifferentieerd investeren in waardevolle relaties,
met behulp van activiteiten waar de cliënt gelukkig van wordt



Relatiemanagement



Waarom klantenbinding?

Is er nut en noodzaak?

"Acquisitie is toch veel belangrijker...?"

Waarom binden van cliënten?



Defensief

Vasthouden bestaande omzet

- Huidige omzet geeft kantoor bestaansrecht
- Voorkomen dat concurrenten een voet tussen de deur krijgen



Offensief

Genereren van nieuwe omzet

- Er is **onbenut potentieel** (een latente behoefte) bij de cliënt Zie volgende sheets
- Rendement bij bestaande cliënten is 5 x hoger dan bij nieuwe cliënten



Referenties

Ambassadeurs creëren & benutten

- Zeer tevreden cliënten vertellen daarover aan 8 anderen in hun netwerk



Onbenut door cliënt:

- Hij denkt niet (automatisch) aan uw kantoor
- Is onvoldoende op de hoogte van uw deskundigheid
- Wordt op juiste moment door de concurrent benaderd

Onbenut door uw kantoor:

- Onvoldoende profilering naar huidige cliënten
- Onvoldoende op de hoogte van de ontwikkelingen/actualiteit bij de cliënt
- Onvoldoende aandacht voor cliënt buiten 'de zaak' om
- Onvoldoende aandacht voor / actie op *cross selling*

Open deur: de wereld verandert



Druk op tarieven & omzet

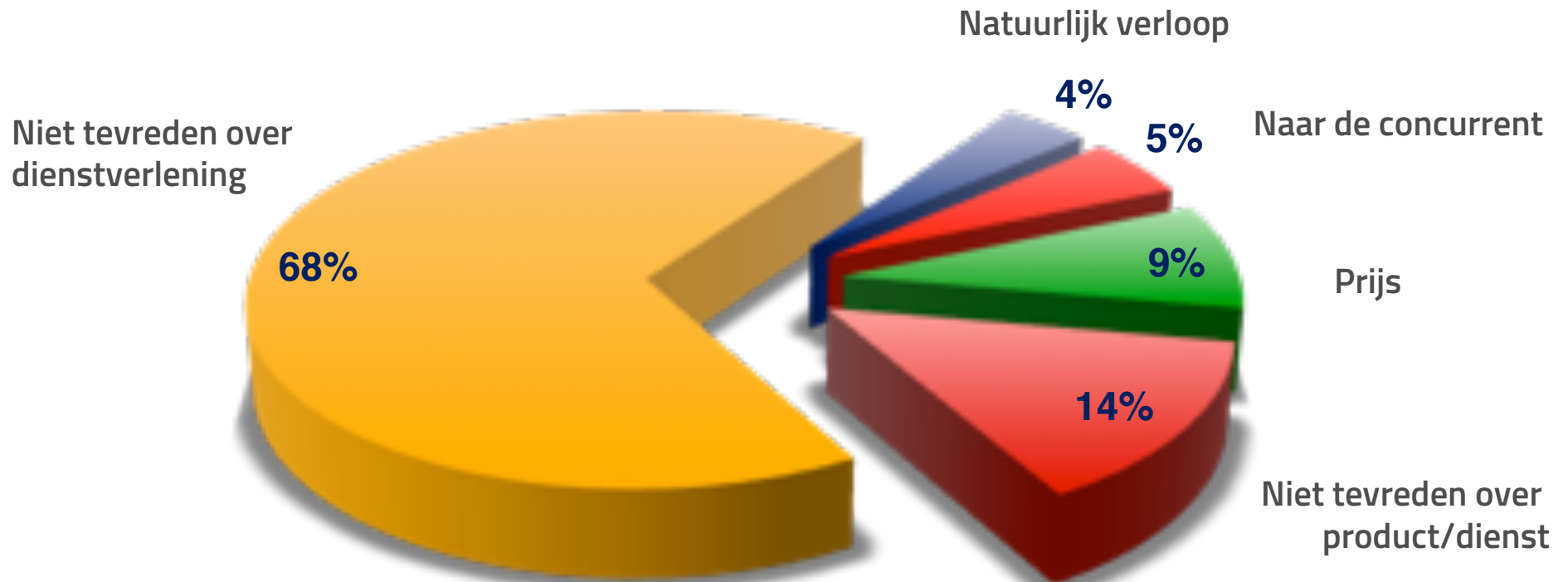


Concurrentie groeit



Shoppende cliënten

Waarom klanten bij u weg gaan



Uw dienstverlening naar klanten is DE cruciale factor voor klanttevredenheid

Wat willen klanten van u?



A A A I I

- | | |
|--------------------|---|
| Aandacht | voor de klant als mens (niet als dossier) |
| Afspraken | maken & nakomen |
| Accuratesse | in werk & uitvoering |
| Inzicht | en kennis van klant's markt & bedrijf |
| Initiatief | om klant pro-actief te informeren / te adviseren |



Voordelen van klantenbinding



Voor u
Ën voor uw cliënt

Bestaande klanten zijn winstgevender



Rendement op nieuwe omzet
afkomstig van



Bron: Harvard Business Review (July 1990)

Bestaande klanten zijn winstgevender



DOOR:

- Minder acquisitiekosten
- Beter begrip van wensen/behoefte
- Gebruik van bestaande kennis
- Efficiëntere samenwerking



Bron: Harvard Business Review (July 1990)



Voor uw kantoor

- Beter contact met cliënt
- Beter inzicht in wat er speelt
- Beter rendement per cliënt
- Verlaging van kans op vertrekken
- Stabiele omzetontwikkeling
- Lagere kosten
- Betere bescherming tegen concurrent
- Handvatten voor acquisitie

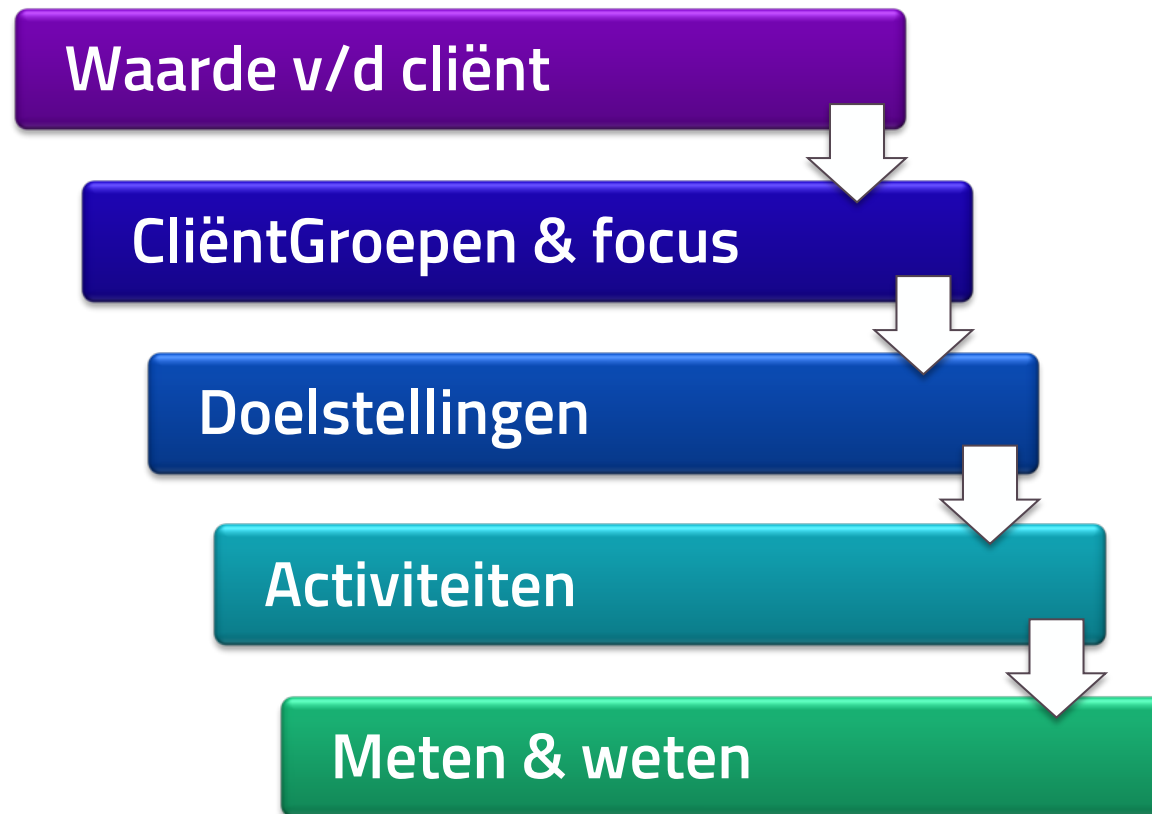
Voor uw cliënt

- Beter begrip wat kantoor wel/niet kan
- Beter inzicht in ontwikkelingen van kantoor
- Advocaat heeft beter begrip van mijn bedrijf en wat er speelt
- Advocaat kan daardoor beter inspelen op (latente) vragen
- Daardoor betere advisering/dienstverlening
- Daardoor lagere kosten



Organisatie & realisatie van klantenbinding

Van denken naar doen
Handen & voeten geven



Bepaal de waarde van uw cliënten



Financiële waarde

- Omzet
- Winst in €
- Winstgevendheid in %
- Share of Wallet

Waarde bepalen mbv

- Financiële kantooradministratie
- Klanteninformatie-systeem
- Eigen inzichten advocaten
- Gesprekken met cliënt



Netwerk waarde

- Referenten verwijzen naar uw door
- Ambassadeurs promoten uw kantoor



Reputatie waarde (versterkt imago van uw kantoor)

- Reputatie van de cliënt
- Media-aandacht voor specifieke dossiers



Cliënt's omzet bij kantoor

Cliënt's totale besteding aan juridisch advies



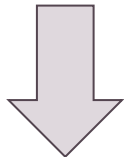
Oftewel, zijn we de huisadvocaat of niet?

Hoe hoger share of wallet hoe hoger winstgevendheid



1) Bepaal de huidige waarde

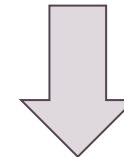
- Omzet & winst van afgelopen 1-3 jaar
- Share of Wallet
- Aantal verwijzingen incl. dossiers, omzet en winst
- Positieve media-aandacht voor cliënt en dossiers



Huidige waarde	
<i>hoog</i>	<i>laag</i>

2) Bepaal de potentiële waarde

- Potentiële omzetgroei in komende 1-2 jaren
- Omvang & relevantie van cliënt's netwerk?
Welwillend om ons te introduceren?
- Media-gevoeligheid van cliënt en haar dossiers



Potentiële waarde	<i>groot</i>
	<i>klein</i>

Verdeling in 4 klantengroepen



Huidige waarde

		Huidige waarde	
		Hoog	Laag
Potentiële waarde	Groot		
	Klein		

Klantengroepen



Huidige waarde

Potentiële waarde

Groot

Hoog

Zeer waardevolle cliënten



Laag

Groei-diamanten



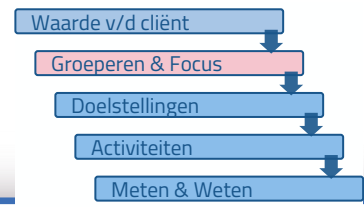
Klein

Hoeksteen van kantooromzet



Achterblijvers

Verskil in **focus** per klantengroep



Huidige waarde

		Huidige waarde	
		Hoog	Laag
Potentiële waarde	Groot	Investeren 	Ontwikkelen
	Klein	Behouden 	Loslaten

Mogelijke doelstellingen per klantgroep



- Omzetbehoud/groei
- Behoud van cliënten
- Uitbreiding contactpersonen van beide kanten
- Ambassadeurs creëren
- Cross-selling van andere diensten
- Afhankelijkheid verkleinen
- Afzet nieuwe diensten
- Tariefstelling aanpassen
- Productontwikkeling

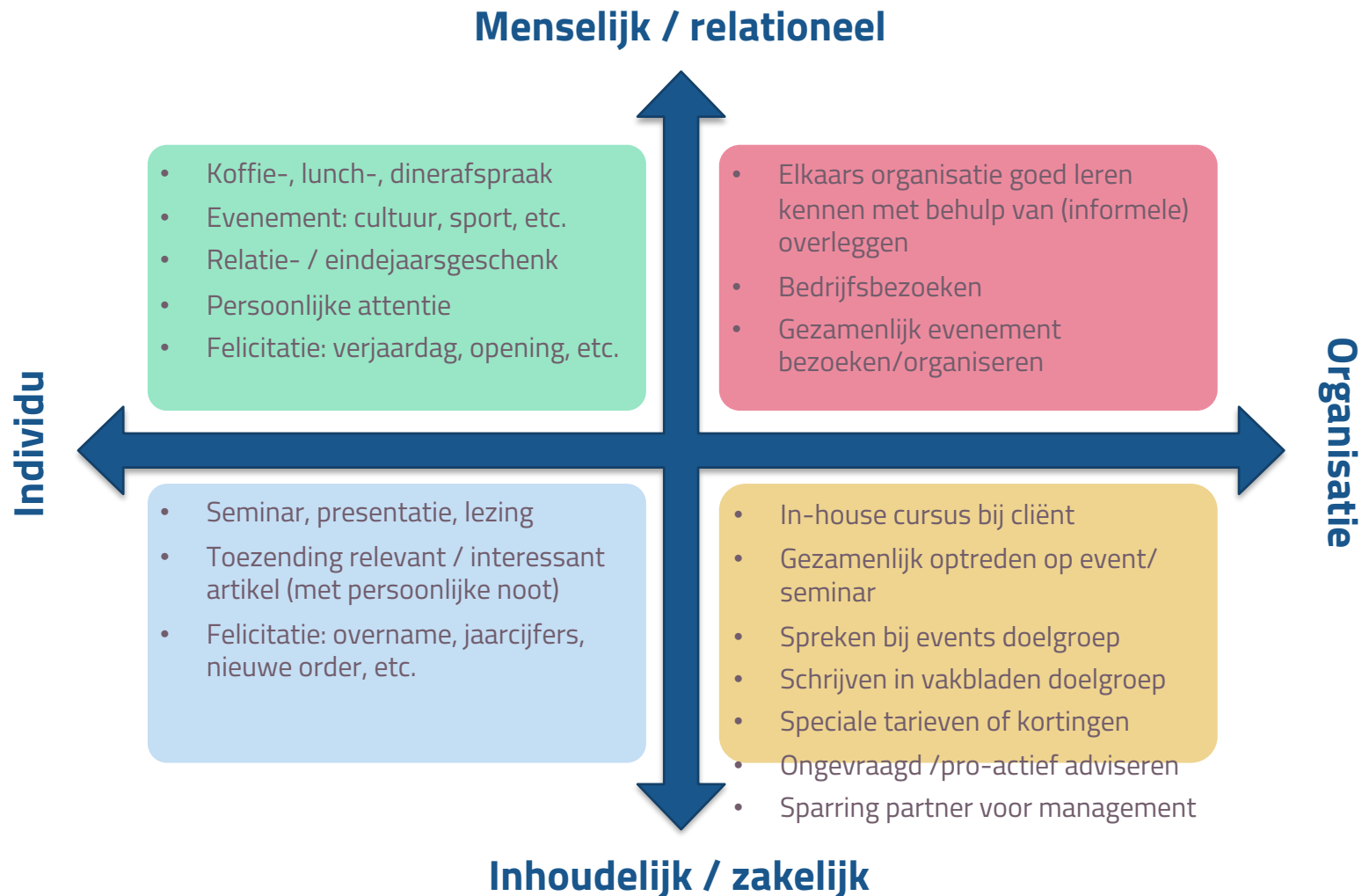
**Kies niet meer dan 2
doelen per klantgroep**



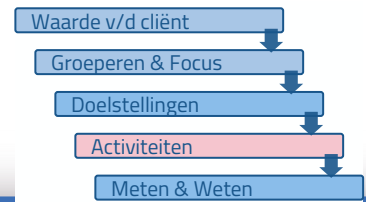
Voorbeelden doelstellingen per categorie



	Zeer waardevol Investeren	Groei-diamanten Ontwikkelen	Hoeksteen van kantooromzet Behouden	Achterblijvers loslaten
Omzet dit jaar	<i>[gem + 10%]</i>			<i>stabiel</i>
Behoud van cliënten	<i>[geen verloop]</i>			<i>Verloop max. 30%</i>
Uitbreiding contactpersonen	<i>ja, t.w. ...</i>	<i>ja, t.w. ...</i>		
Ambassadeurs creëren	<i>ja</i>	<i>ja</i>		
Cross-selling	<i>ja, d.m.v.</i>	<i>ja, d.m.v.</i>		



Selectie van activiteiten



- **Door de bril van de cliënt**

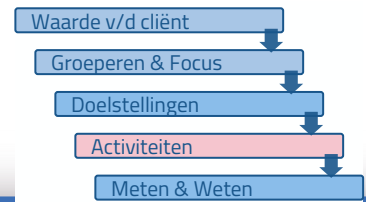
- Passend
- Persoonlijk
- Verrassend
- Relevant

- **Planmatige aanpak**

- Regelmatig
- Gevarieerd
- Follow-up & follow up



Relatiemanagement is Maatwerk



Denk specifiek:

- Gericht op cliënt / organisatie / doelgroep
- 1 op 1, wie bij cliënt is in focus?

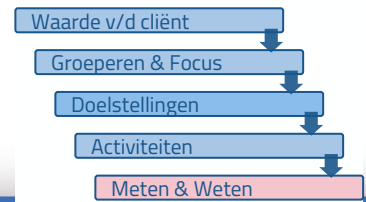
Gebruik uw kennis van de cliënt:

- **branche & business**
 - Veranderingen, actualiteiten
 - Wat speelt er? Grootste zorgen?
 - Verleden, heden, toekomst
- **privé**
 - Sport (voetbal vs golf), cultuur (klassiek vs populair)
 - Uitnodigen voor Michelinster of eetcafé
 - Hobby's, interesses (auto's, strips, zangkoor, etc.)



Ken uw cliënt!

Wat is het resultaat



Kwalitatief (subjectief)

- Bekendheid
- Aanwezigheid
- Waardering

Kwantitatief (aantallen & €€)

- Referenties
- Verwijzingen
- Introducties
- Meerwerk
- Omzetgroei

Resultaat te meten mbv

- Financiële kantooradministratie
- Klanteninformatie-systeem
- Eigen inzichten advocaten
- Gesprekken met cliënt

Samenvatting: klantenbinding is ...



... het resultaat van de succesvolle combinatie van:

- **Kennis van de cliënt**
- **Actieve interesse in cliënt**
- **Planmatig & doelgerichte aanpak**
- **Gedifferentieerde benadering**
 - Passend bij cliënt en zijn waarde voor kantoor
- **Follow-up, follow-up, follow-up**



Vragen, assistentie, of brainstormen?



Dirk Heuff
oprichter & eigenaar



www.kyboko.nl



dirk@kyboko.nl



06 – 105 371 58



[@kyboko](https://twitter.com/kyboko)



[Dirk Heuff](https://www.linkedin.com/in/DirkHeuff)



[DirkHeuff](https://www.slideshare.net/DirkHeuff)



Kyboko is een netwerkbureau dat organisaties assisteert bij het duurzaam verbeteren van hun commerciële denken & doen (planning & uitvoering).

Dit leidt tot hogere klantgerichtheid, betere klantrelaties en daarmee verbetering van omzet en marge.

Kernthema's

- Klantkennis & klantgerichtheid
- Efficiency in acquisitie & klantenbinding
- Meten = weten = leren = verbeteren

Klanten kiezen Kyboko omdat we

- een praktische integratie realiseren tussen denken & doen, hersens & handen,
- focus leggen op realisatie en resultaat,
- management en medewerkers zó motiveren dat ze echt 'uit hun stoel komen' en hun plannen in praktijk brengen,
- een inspirerende gesprekspartner zijn voor zowel boardroom als werkvloer.