



WORKSHOP

KIES JE DOELGROEP

**WIE ZIJN DE
WAARDEVOLSTE KLANTEN
VOOR JOUW BEDRIJF?**

GEGEVEN DOOR MENTOREN
FRANK DÜRING & ESTHER BRASPENNING

www.demarketingmentor.com
frank@demarketingmentor.com | esther@demarketingmentor.com
+32 472 43 65 13 | +32 473 38 08 28

WORKSHOP VAN DE MARKETING MENTOR

KIES JE DOELGROEP

DE WAARDEVOLSTE KLANTEN VOOR JOUW BEDRIJF

“Waarom hebben we deze workshop niet jaren eerder gedaan?”

Een ondernemer wil graag zo veel mogelijke loyale, tevreden klanten hebben. Dat is goed voor de winst. Wanneer je echter vraagt wie de doelgroep is, krijg je vaak te horen: iedereen.

Als ondernemer wil je geen omzet laten liggen. Natuurlijk verkoop je aan iedereen! Bovendien: kiezen is verliezen, toch?

Wanneer je voor iedereen bent, kun je alleen maar vertellen wie je bent en wat je doet. Net als al je concurrenten. Je onderscheidt je dan alleen maar met je prijs. Dat is tegenstrijdig aan wat je eigenlijk wil: waardevolle klanten en winst.

De meeste ondernemers weten donders goed welke klanten goed zijn voor hun bedrijf en welke minder, of zelfs schadelijk. Toch maken ze niet altijd de keuze voor waardevolle klanten.

Niet kiezen blijkt dan juist te leiden tot verlies: van tijd, energie en geld. Dat kan anders. Dat moet beter!

Kiezen is ...

We zien het vaak gebeuren dat ondernemers door hun aversie om te kiezen op 3 manieren verliezen:

- Ze investeren geld in klanten die (te) weinig opbrengen (geldvernietiging)
- Daardoor investeren ze minder in klanten die wél veel kunnen opbrengen (gemiste kans)
- En die "weinig opbrengst klanten" jagen soms zelfs waardevolle klanten weg (vernietiging potentie)

Marketing is kiezen

Om winst te maken als ondernemer, moet je focussen op de klanten die voor jou met de minste inspanning, lange termijn waarde opleveren.

De klanten die jouw diensten op waarde schatten en bereid zijn om daarvoor hun portemonnee open te trekken.

"Al die tijd zoveel geld en energie gestopt in klanten die mij niets opleveren. Van dat geld had ik je 20 keer kunnen betalen."

EEN PRAKTIJKVOORBEELD

Dit voorbeeld spreekt voor zich en kun je eenvoudig naar ieder bedrijf en elke markt vertalen.

Stel, je hebt een bistro. Je missie is mensen goed eten en een fijne ervaring geven. Je wilt tevreden klanten, die regelmatig terugkomen en betalen.

JE DOELGROEP? IEDEREEN!

Of toch iedereen binnen een straal van x kilometer. Hoe ver zijn mensen bereid om voor een lekkere lunch of diner te reizen? Dat heeft ook te maken met het aantal concurrerende (=vergelijkbare) bistro's in de omgeving.

Dus iedereen binnen een straal van x km is jouw doelgroep. Een klant is een klant. Eens?

ER IS VERSCHIL TUSSEN KLANTEN!

Wat als je bistro vol zit met mensen die alleen eten en alleen maar een voorgerecht en een glas water bestellen? Waardevol genoeg?

Alleenstaanden die elke avond bij jou komen eten kunnen behoorlijk interessant zijn. Mits ze een goed glas wijn bij een heel fijn gerecht bestellen en vervolgens nog een koffie met een digestief nuttigen. Die bovendien ook nog een goede fooi achterlaten.



Vraag je eens af hoe lang je die (waardevolle) klanten houdt, wanneer je hen naast een gezin met luidruchtige kinderen moet zetten? Wat heb jij ze te bieden om bij jou terug te komen?

En dat gezin? Waarom zouden die jou aanbevelen bij andere gezinnen? Misschien had je naast je haute cuisine ook wel een goed kindermenu samengesteld en een chef gevonden die beide weet te combineren. Een hele prestatie!

KUN JE WEL OVERAL GOED IN ZIJN?

Hoe ziet een bistro er dan uit die fijne keuken en kindermenu combineert? Wat betekent dat voor de keuze van porselein en glaswerk? Het design van je interieur en menukaart?

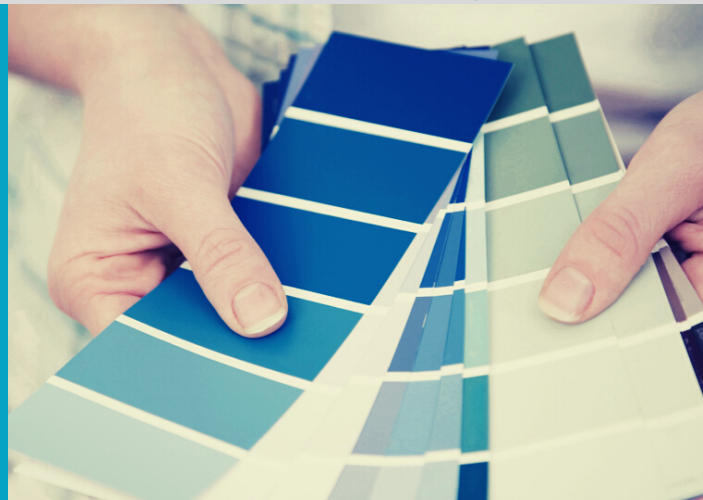
Het is een hele uitdaging om op lange termijn voor iedereen te zijn. Wensen, eisen en behoeften van je klanten conflicteren.

Vergeet het belangrijkste niet: waar ben jij als ondernemer écht goed in? Waar heb je plezier in? Wie zit nu juist daarop te wachten?

Jouw doelgroep kiezen

Deze praktische workshop levert jou het volgende op:

- Je krijgt inzicht in de specifieke gevolgen van het niet (en wel) kiezen van een doelgroep voor jou
- Je leert jouw meest waardevolle klanten kennen
- Je maakt kennis met verschillende leefwerelden en leert hoe je die kennis kunt inzetten
- Leer hoe je echt contact met jouw waardevolle klanten maakt
- Ontdek de consequenties van jouw doelgroepkeuze voor communicatie en marketing



Praktische informatie

Elke doelgroepworkshop maken we op maat met input van de deelnemer(s). Achteraf ontvang je een doelgroeprapport, waarmee je als bedrijf direct aan de slag kunt.

Locatie en datum: in overleg

Duur: 4 uur

Prijs: € 799,-- excl. BTW

(incl. voorbereiding en rapport)

Bel of mail vandaag nog: +32 472 43 65 13 | frank@demarketingmentor.com

