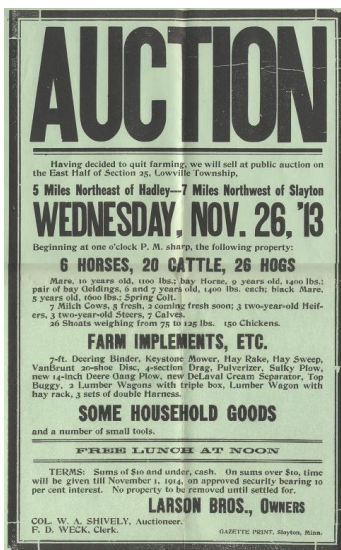


Eén maal, twee maal, verkocht!



Meneer mag ik uw bordje zien; nummer 407; OK volgend lot.

Was het maar zo comfortabel. Lekker eens per week met zijn allen in een zaaltje kruijen. Producten worden getoond door grijze mannen in blauwe stofjassen. Klanten bieden met emotie tegen elkaar op. En de hoogste bidder rekent nog contact af ook. Een feest voor alle verkopers.

Hoe creëert u nu zo'n gewild product? Even het R&D programma op kookwas en daarna glad strijken, et voilà?

Het gaat hier om begeerde producten, die zich onderscheiden. In design (Apple), prijs (Hema), functionaliteit en bedieningsgemak (Nespresso), gemak en keuze (Ikea), klasse (Louis Vuitton), zuinigheid (Toyota Prius) enz. Uiteindelijk concurreert iedereen met iedereen en slaat het kopiëren toe. De blauwe stofjassen krijgen het niet aangeslept en de biedingen worden lager en lager.

In de laatste helft van de vorige eeuw waren de spoorwegen in Amerika bijna failliet. O.a. door een focus op hun product; 'het aanbieden van reizen per trein'. Hadden zij gekeken naar hun klanten en de behoeften; diverse vormen van transport van A naar B, dan zag het landschap er nu anders uit. Op dit moment zijn er in de US 87.000 vliegbewegingen per dag en is de automarkt stevig gegroeid.

Van product focus naar klant focus begint bij de vraag: "What Business Are We In?" [Theodore Levitt]. Neem bijvoorbeeld de papierstroom in organisaties. Printerfabrikanten hadden een focus op nog snellere, goedkopere, in kleur, met nietje etc. Nu kijkt men naar hoe kunnen we onze klant helpen met de in- en uitgaande papierstromen. En straks wellicht: hoe kunnen we excelleren in informatiestromen?

De begeerte, in tegenstelling tot de behoefte, is duidelijk te zien in het veilinghuis. Nu eens kijken hoe we de verandering van de ondernemingsstatements van; (wij produceren.....;wij leveren.....) kunnen ombuigen naar; (U wilt....., U zocht.....;U....)?

Door Christian ter Maat MCC, MMC, CMC; Directeur [Carevolution](#); organisatie-, management- en communicatieadvies. Succes thema's bij opdrachtgevers van Carevolution: het terugdringen van bureaucratie ([cutting the red tape](#)), klantgerichtheid & klanttevredenheid; thema's vanuit twee perspectieven. [Ter Maat](#) publiceert ook op [Gek op Klanten](#) en op [Reply to All](#).

© Copyright 2008 Carevolution