



EEN KLANT ALS AMBASSADEUR

Namens de NVAB mag ik deze column schrijven. Precies in een periode waarin er veel aandacht voor hoorzorg is. Niet alleen in de media, maar ook in een gesprek bij het ministerie van VWS en de StAr-bestuursvergadering. Hierbij werd voor mij wederom – soms pijnlijk – duidelijk hoe belangrijk klanttevredenheid is. Daarom is NVAB een grote voorstander van transparantie in de hoorzorg. Een eerlijk advies aan de klant is namelijk het sleutelwoord. Want daarmee krijg je uiteindelijk in onze optiek een tevreden klant.

Een tevreden klant is alleen niet automatisch een loyale klant. Een loyale klant kiest er namelijk bewust voor om weer terug te gaan naar jouw winkel. Hoe wordt een tevreden klant nu loyaal, ofwel een ambassadeur? In retail is dit misschien wel de grootste uitdaging. Mijns inziens hebben wij als audiciens geluk. Laat me dit uitleggen aan de hand van een voorbeeld.

Stel, ik koop een mooie jas waar ik al enige tijd mijn zinnen op heb gezet. Na aanschaffen ben ik tevreden over het product. En met goed advies ook blij met de winkel. Mijzelf kennende draag ik de jas jaren met plezier en wil ik na verloop van tijd een nieuwe. Op dat moment kan ik terug gaan naar dezelfde winkel, omdat ik tevreden was. Maar waarschijnlijk ga ik een rondje winkelen en maakt het mij niet veel uit waar ik de jas koop. Kort en goed: ik ben geen loyale klant.

Het kan ook anders lopen. Een maand na aankoop is de rits kapot. Als ik terugga naar de winkel, kunnen er twee dingen gebeuren. De winkel wil mij niet tegemoet komen omdat de jas gedragen is. In dat geval ben ik een ontevreden klant en zal ik daarna niet zo snel nog iets in deze winkel kopen. Het kan ook zijn dat het euvel wordt gerepareerd. Of misschien worden mijn verwachtingen zelfs wel overtroffen door het ruilen tegen een nieuwe jas. Dan is de kans groot dat ik een ambassadeur word van deze winkel.

Natuurlijk is dit product niet te vergelijken met een hoortoestel. Het gaat ook niet om de klacht, maar om het principe. Als wij in ons vak de klant eerlijk en transparant adviseren, is de eerste stap gezet. Wij hebben daarnaast het voordeel dat er een grote kans bestaat dat de klant ieder jaar terug komt voor service. Wij leveren tenslotte niet alleen een product, maar ook jarenlang nazorg. Elke keer dat de klant onze deur binnenloopt, is weer een kans om hem of haar een ambassadeur te laten worden. Immers, we hebben de mogelijkheid om iemand weer beter te laten horen. Ik heb in de praktijk vaak genoeg gezien hoe dankbaar klanten kunnen zijn met dat stukje nazorg. Een kleine moeite, een groot plezier én een ambassadeur erbij. Wat hebben we toch een prachtig vak! ◀

Angelique de Wit