

INHOUD

DIT IS GEEN ACADEMISCHE KLANTENBENADERING	9	
WAAROM DE KLANT CENTRAAL STELLEN?	17	5
1 ONDERSCHIED JE KLANTENTYPES	23	
Voorkeuren en drijfveren van klanten	23	
De vier gedragsstijlen en klantentypes	28	
Belangrijke nuances in de klantentypologie	34	
2 DE KLANTENSCAN	39	
Luister intensief naar je klanten	39	
Hoe stel je een klantenscan op?	53	
<i>Klantenwaarden</i>	56	
<i>Klantenverwachtingen</i>	64	
<i>Klantenemoties</i>	82	
Pas de klantenscan toe op de vier klantentypes	88	
Wat is het belang van de klantenscan?	92	
3 HET BEDRIJFSCHARTER	101	
Begin met je bedrijfswaarden	101	
Wat bepaalt het DNA van je bedrijf?	104	
<i>De tien geboden van klantgerichtheid</i>	106	
<i>Klantgerichte werkwoorden</i>	117	
<i>De goed-gevoel-bedrijfswaarden</i>	124	
Visualiseer je eigen bedrijfscharter	132	
4 COACH OP BASIS VAN HET BEDRIJFSCHARTER	135	
Gelukkige werknemers als startpunt	135	
Laat je personeel groeien	141	
Betrek de vier gedragsstijlen	147	

5	HOUD DE KLANT TEVREDEN	153
	Onderzoek de klanttevredenheid	153
	Verschil tussen BtB en BtC	158
	Hoe meet je de tevredenheid het best?	159
	BLIJF DE KLANT VERRASSEN	181
	EINDNOTEN	183