

MOND-TOT-MONDRECLAME

MAAK VAN JE KLANTEN
AMBASSADEURS

JOUW MARKETING MEDEWERKER

Mond-tot-mondreclame is je belangrijkste marketingkanaal	3
Lever kei goeie resultaten	3
Stimuleer mond-tot-mondreclame	4
Zo kom je te weten wie tevreden klant is	4
Noteer het in je CRM	4
Automatische e-mailing	5
Goede voorbeeld e-mails van bedrijven	7
Stimuleer mond-tot-mondreclame bij tevreden klanten	8
Wat met ontevreden klanten?	8
User generated content	9
Drie tips om user generated content te stimuleren	10
Influencers	11
Nog meer mensen bereiken	12

[Liever online lezen? Klik hier om de online gids te bekijken.](#)

MOND-TOT-MONDRECLAME IS JE BELANGRIJKSTE MARKETINGKANAAL

Mond-tot-mondreclame is **veruit de belangrijkste** manier waarop bedrijven nieuwe klanten aantrekken. Zo blijkt uit ons onderzoek bij bouwbedrijven en installateurs. **Dat is goed nieuws, want het kost je niks** en het betekent dat je bedrijf een goed imago heeft. Benut jij mond-tot-mondreclame al maximaal?

Wie wil er nu niet dat je klanten stoefen over hoe tevreden ze zijn van jou. **Er bestaan geen betere verkopers** dan tevreden klanten die hun ervaring delen. Zo leren nieuwe klanten je kennen en bovendien zullen zij je ook sneller vertrouwen.

LEVER KEI GOEIE RESULTATEN

Essentieel om mond-tot-mondreclame te krijgen, is dat je **steeds goed werk levert** en je afspraken nakomt. **Zorg dat mensen op je kunnen vertrouwen.**

Extra troef is dat je een prettige indruk nalaat. Dat zit in kleine dingen. Bijvoorbeeld een chauffagist die zijn eigen emmer en vodden meeneemt. Of een schilder die haar radio stilletjes zet op de werf en zo de bewoners en burens rust gunt.

STIMULEER MOND-TOT-MONDRECLAME

Deze 'reclame' leeft een beetje in de achtergrond, toch kan je het zelf extra stimuleren. Mond-tot-mondreclame is namelijk meer dan vrienden en familie die met elkaar praten. **Onderschat de kracht niet** van een **online review** of iemand die op **social media** een post of story deelt van zijn gerenoveerde woning.

Zo maak je van tevreden klanten ambassadeurs:

ZO KOM JE TE WETEN WIE TEVREDEN KLANT IS

Je wil vooral positieve reviews natuurlijk. Dus zorg dat je de beoordeling vraagt bij enthousiaste klanten en gebruik dit moment om een probleem bij een ontevreden klant op te lossen.

NOTEER HET IN JE CRM

Noteer in je CRM welke klant na plaatsing of levering al uitdrukt heel tevreden te zijn. Train jezelf en het hele team om de signalen van **een tevreden klant te herkennen** én hen om een review te vragen of een nota te maken in de klantenfiche.

CRM staat voor customer relationship management en er wordt meestal een klantenportaal mee bedoeld waarmee je gemakkelijk al je klanten kan opvolgen. Bijvoorbeeld Wise Agent of Hubspot.

AUTOMATISCHE E-MAILING

Stuur enkele dagen na de oplevering of een keer per maand een mailing ter opvolging. Die zal per bedrijf en communicatiestijl anders zijn natuurlijk. Als framework zien die er zo uit:

Dag [voornaam], nog eens bedankt voor je bestelling. Heb je al genoten van je [product]?

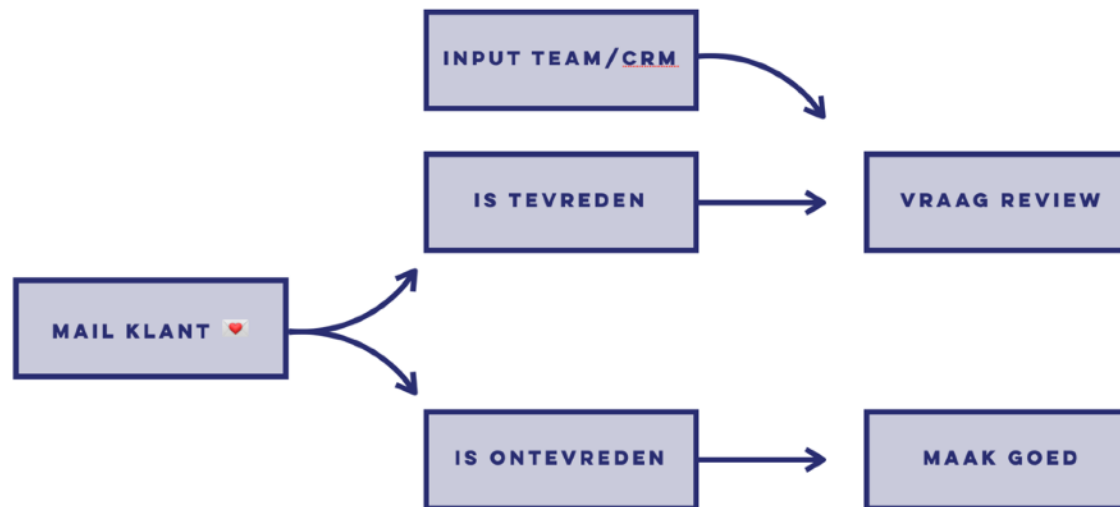
Ja hoor, ik ben heel tevreden

Er is iets waar ik ontevreden over ben

Groeten,

[contactpersoon]

Die twee zijn aanklikbare links en het antwoord wordt getracked in je CRM.



Voorbeeld van een geautomatiseerde e-mailingflow

14% MEER OMZET MET MAILINGS

Dankzij **sterke, consistente e-mailings** zorgden we voor bijna 1/6 meer omzet voor een groothandelaar in de bouw- en retailsector.

De sleutel tot succes was om de product- en marktkennis van de klant en onze ervaring met digitale marketing te combineren.

Resultaat:

- 14,38 % extra omzet
- Positieve ROI (return on investment)

[Lees hier alle details in deze case.](#)

GOEDE VOORBEELD E-MAILS VAN BEDRIJVEN

Hoe vind je dat we het hebben gedaan?

- 
- 
- 
- 
- 

Jouw ervaring is belangrijk voor ons! Je review wordt - ongeacht of deze positief of negatief is - direct op Trustpilot geplaatst en draagt bij aan de koopbeslissing van andere consumenten.

Met vriendelijke groet,

Let op: Deze email is automatisch verzonden. Daarom is het mogelijk dat je deze e-mail hebt ontvangen, voordat je het product hebt ontvangen.

WAS ALLES NAAR WENS?

We zijn altijd op zoek naar verbeterpunten en daarvoor hebben we jouw feedback nodig. Beoordeel je ervaring hieronder.



Wat vond je van je afspraak?

We horen graag wat jij vond van je bezoek aan [en deel je review via Facebook](#). Laat het zeker weten, We hechten enorm veel belang aan jouw feedback!

Dankjewel!

Dit is een automatische mail, gelieve [info@](#) eventuele vragen

te mailen met



Klik [hier](#) om je e-mailvoorkeuren aan te geven

STIMULEER MOND-TOT-MONDRECLAME BIJ TEVREDEN KLANTEN

Mensen die op de eerste link klikken, komen meteen op een landingspagina waar je hen bedankt en vraagt of ze een review willen nalaten. **Maak het makkelijk** en voorzie hier een directe link naar je Google My Business (of andere pagina waarop je de reviews wil verzamelen). Voorbeeldtekst:

Super om te horen. Je helpt ons enorm door je positieve ervaring te delen op Google. Geef je ons ook een 5-sterren rating?

Klik hier om naar onze bedrijfspagina te gaan en je beoordeling te geven.

PS Lees hier onze onderhoudstips voor jarenlang plezier van je [product].

Je Google My Business nog niet geclaimd? [Lees hier hoe je jouw bedrijf toevoegt.](#)

TIP Gebruik je handtekening. Zet ook in je e-mailhandtekening van alle mails die je zelf stuurt “*Met een 5-sterren beoordeling help je ons enorm!*”

WAT MET ONTEVREDEN KLANTEN?

Met mensen die ontevreden zijn en op de tweede link klikken, kan je **het contact terug oppikken**. Want waarschijnlijk zijn ze gefrustreerd en gaan ze ervan uit dat je hen niet wil of kan helpen. **Hier ligt een enorme kans.**

Los het probleem op en je zal zien dat die mensen super blij zijn en sommigen zelfs alsnog vanzelf ambassadeur worden. Voorbeeldtekst:

Ai jammer om horen. We nemen nog deze week contact met je op om dit uit te klaren.

Omschrijf bondig het probleem [formulier met tekstveld, de optie om bijlages bij te voegen, telefoon en e-mail]

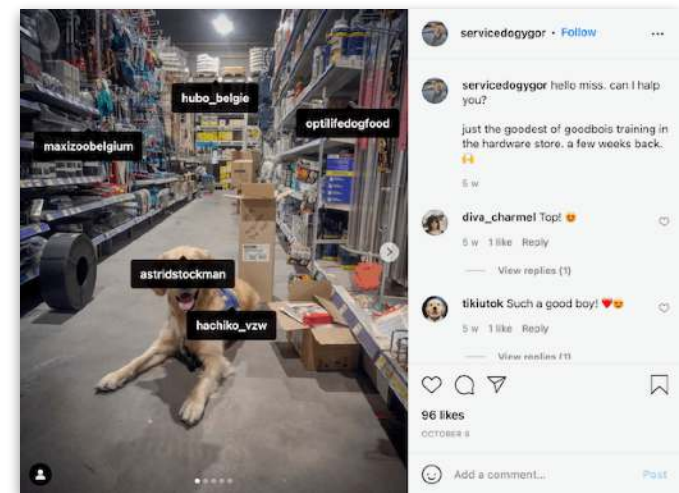
Contacteer iedereen zo snel mogelijk, ook mensen die enkel klikten en geen verdere info doorgaven.

USER GENERATED CONTENT

User generated content – dat zijn posts die je klanten zelf maken en niet van jou als merk – zijn een sterke vorm van online mond-tot -mondreclame.

Een heel leuk en speciaal voorbeeld is [Ikea Hackers](#). Op die blog plaatsen mensen hoe ze producten van Ikea aanpassen of omvormen tot iets helemaal anders.

En het kan ook eenvoudiger. Bijvoorbeeld iemand post in een story op Instagram dat ze dolblij zijn met hun nieuwe zwembad en taggen jouw pagina. Gegarandeerd dat mensen die deze post zien en een zwembad zoeken inspiratie komen opdoen op je pagina. En jij kan de story zelf ook delen, dat schept credibiliteit.



Voorbeelden van user generated content op Instagram

DRIE TIPS OM USER GENERATED CONTENT TE STIMULEREN

1. Vraag ernaar. Bijvoorbeeld persoonlijk bij de oplevering of met een geautomatiseerde e-mailing achteraf
2. Toon de beste user generated content in een maandelijks mailing. Zo inspireer je mensen om hun foto of video te delen
3. Reageer op alle posts, like en deel. Hou van je klanten en toon dat je van hen houdt!

INFLUENCERS

Je eigen klanten zijn de beste ambassadeurs. Maar ze bereiken natuurlijk geen duizenden volgers. Wil je een **grote groep mensen bereiken** zonder klassieke advertenties, ga dan een relevante samenwerking aan met influencers. Ze zijn de smaakmaker voor je potentiële klanten. Het kernwoord voor succes is relevantie.



Voorbeelden van influencer posts op Instagram

NOG MEER MENSEN BEREIKEN

Met mond-tot-mondreclame bereik je via je bestaande klanten nieuwe mensen. Maar dit heeft natuurlijk zijn beperkingen. **Wil je nog sneller meer klanten aantrekken?** Zet dan in op advertenties. Met SEA (Google advertenties) bereik je mensen die actief zoeken.

Met social media advertenties toon je heel visueel je product of dienst van zijn beste kant. Zoals deze tegelhandelaar waarvoor we op Pinterest een bereik verwezenlijkten gelijk aan 28 keer het Sportpaleis.

Overdonderd door de technische instellingen of hulp nodig van experts? Wij helpen je met het maximaliseren van je mond-tot-mondreclame. Contacteer ons en wij maken van je klanten ambassadeurs.

De bevindingen zijn gebaseerd op ons kwalitatief onderzoek in het najaar van 2021. Hieruit bleek duidelijk dat mond-tot-mondreclame leeft bij bouw- en installatiebedrijven. In het volgende marktonderzoek gaan we veel meer data verzamelen. Wil je dat ontvangen? [Schrijf je dan hier in op de e-mailing](#) (je kiest zelf welke mails je ontvangt).

“Met hun transparante werking en goede communicatie blijf je steeds op de hoogte van de goede resultaten in begrijpbare taal.

Aangename manier van werken met goede resultaten, je kan het niet beter krijgen!

EVY ARRAZOLA, BINNENDIENST J&S DAKPLATEN

JE MARKETING UITBESTEDEN? WE STAAN VOOR JE KLAAR

Contacteer ons met je concrete vraag of voor een vrijblijvend gesprek.

Frederik

Frederik Defyn

0474 956 371

frederik@jouwmarketingmedewerker.be

jouwmarketingmedewerker.be

