

Customer & Markets Strategy
Achieving the 'customer edge'



Achieving the 'customer edge'

Klanten verwachten dat uw marketing, verkoop en service organisatie precies op hun wensen zijn afgestemd. Deloitte biedt u een fijnmazige aanpak voor uw klantgroei strategieën en voor het leveren van maatwerk in marketing en verkoop. Daarmee bespaart u kosten voor marketing, verkoop en service en biedt u uw klanten een authentieke merkbeleving.

De nieuwe klant

In de afgelopen tien jaar is de markt sterk veranderd door de komst van nieuwe economische machten, hypes die elkaar snel opvolgen, voortgaande globalisering en groeiende politieke instabiliteit. Technologie biedt klanten meer keuze en heeft het aankoopproces en de beleving van producten grondig veranderd. Door de toegenomen concurrentie is het moeilijker om nieuwe klanten te vinden en bestaande klanten te behouden. Bedrijven moeten zich meer dan ooit richten op het bouwen en onderhouden van klantrelaties.

Nieuwe technologie en productinnovaties

De opkomst van nieuwe technologieën en social media zorgt ervoor dat klanten meer contact hebben met organisaties dan voorheen. Zij verwachten dat ze kunnen communiceren met bedrijven via online en mobiele kanalen. Innovatieve producten worden direct gekopieerd en zelfs overtroffen. Organisaties zijn afhankelijk van reacties van klanten voor hun 'first mover advantage' en moeten zich niet alleen met hun product onderscheiden, maar ook met hun service. Al deze veranderingen hebben invloed op het opbouwen van klantcontact. Ondanks alle mogelijkheden om de aandacht van uw klant te vragen, is het moeilijker dan ooit om die te krijgen.

Wat wil de klant?

Nu de verwachtingen van klanten steeds hoger worden en de merkloyaliteit afneemt, is efficiënt en effectief klantbeheer van het grootste belang. Organisaties die dat onderkennen, hebben een belangrijke voorsprong op hun concurrenten. Zij hebben niet alleen meer klanten, maar ontwikkelen ook winstgevender relaties met hen.

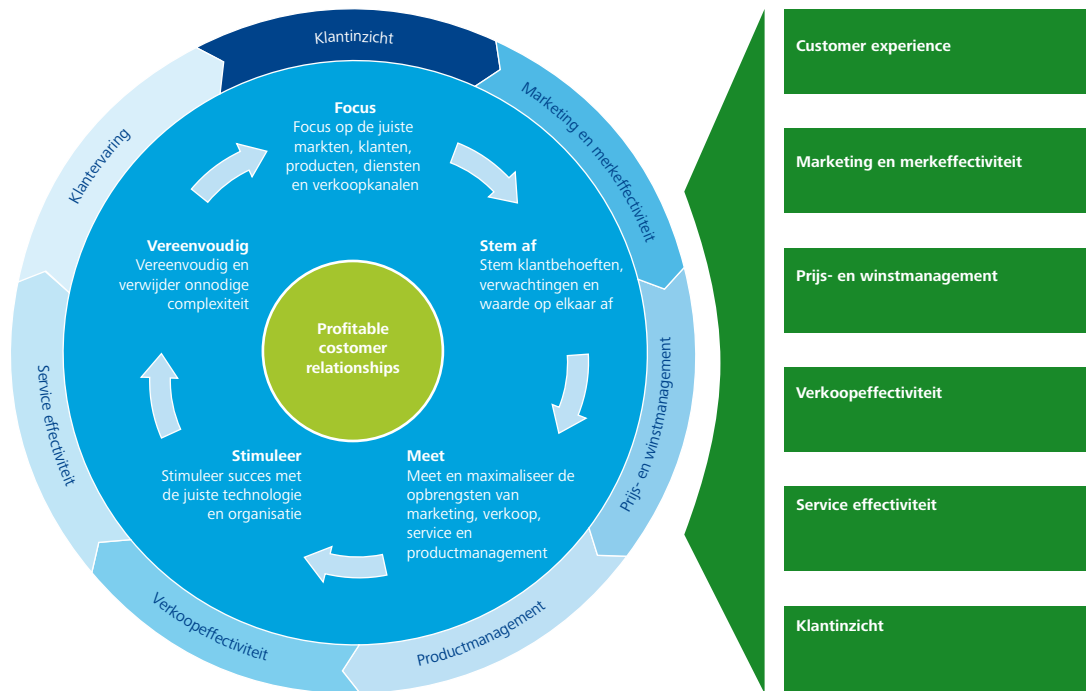
Er zijn drie factoren die deze voorsprong bepalen:

- **Kiezen voor een fijnmazige aanpak voor klantgroei** - Begrip van klantgedrag, verkoopkanalen, producten en diensten op detailniveau zorgt ervoor dat organisaties hun verkoop en service aan klanten zeer persoonlijk en helemaal naar wens van de klant kunnen inrichten.
- **Maatwerken leveren in distributie** - Besluiten over marketinginvesteringen, verkoop- en servicekanalen en gedifferentieerde servicekosten moeten samenhangen met de potentiële waarde van het product of de klantengroep waarop de organisatie zich richt.
- **Een authentieke beleving bieden** - De afstemming tussen processen, mensen en systemen in de hele organisatie moet optimaal zijn, zodat de klant de beleving ervaart die het merk belooft.

Pragmatische, gerichte ondersteuning

Deloitte biedt een pragmatische, internationaal gewaardeerde aanpak die bestaat uit de volgende elementen:

- **Customer experience** - Het realiseren van een onderscheidende klantervaring door kwalitatief hoogwaardige interacties. Dit vergroot de loyaliteit en de waarde van uw klant.
- **Marketing effectiviteit** - Het aanpakken van complexe marketingvraagstukken, waaronder vraagcreatie, keuze van verkoopkanalen, inzicht in klantsegmenten op detailniveau en proactief management van klantloyaliteit.
- **Prijsstrategie en -optimalisatie** - Het verbeteren van de winstgevendheid en groei door uw prijsstrategie te verbeteren en door implementatie van duurzame, blijvende margeverbeteringen.
- **Verkoop-effectiviteit** - Het zorgen voor groei en kostenefficiëntie op basis van nieuwe verkoopstrategieën, nieuwe inrichting van het verkoopproces en de verkooporganisatie en het motiveren van verkoopteams.



- **Effectiviteit van klantenservice** - Het leveren van optimale klantenservice door de merkbeleving te verbeteren die wordt ervaren via bestaande en nieuwe kanalen, de efficiëntie van de service te verbeteren en de service portfolio te rationaliseren.
- **Klantinzicht** - Het verkrijgen van inzicht in het klantengedrag en klantbehoeften op basis van een goede klantanalyse.

Resultaten

Deloitte Customer & Markets Strategy ondersteunt klanten wereldwijd met een succesvolle aanpak van marketing, verkoop en service. We hebben bijvoorbeeld voor een van hen de klantloyaliteit met meer dan 10% verbeterd door middel van gerichte loyaliteitsprogramma's en het ontwerpen van een klantgerichte organisatie. We hebben hun marges met 3% verbeterd dankzij prijsoptimalisatieprogramma's. Ook hebben we conversieratio's verbeterd, verkoopteams effectiever gemaakt, de verkoopkosten met meer dan 15% gereduceerd en de bedrijfskosten

met 25% of meer verlaagd door betere service en door service portfolio rationalisatie.

Waarom Deloitte?

Deloitte:

- werkt samen met de grootste wereldwijde marketing-, verkoop- en serviceorganisaties en toonaangevende marktonderzoekbureaus;
- biedt een diepgaand en feitelijk inzicht in uw klantenbestand op basis van geavanceerde data analyses;
- adviseert snel en grondig;
- ondersteunt u bij het invoeren van veranderingen in uw organisatie en bij het stimuleren van duurzame kwalitatieve groei.

“Remember, no customer cares how much you know, until they know how much you care.”

Contact

Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen:

088 288 2888

strategyoperations@deloitte.nl

www.deloitte.nl/markets-strategy

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see www.deloitte.com/about for a detailed description of the legal structure of Deloitte Touche Tohmatsu Limited and its member firms.

Deloitte provides audit, tax, consulting, and financial advisory services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries, Deloitte brings world-class capabilities and high-quality service to clients, delivering the insights they need to address their most complex business challenges. Deloitte's approximately 182,000 professionals are committed to becoming the standard of excellence.

This publication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the "Deloitte Network") is, by means of this publication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this publication.