



Professor Betteke van Ruler:

*“Veel kleinere  
bedrijven laten  
hun mooiste  
kansen liggen.”*

Professor Betteke van Ruler heeft vele duizenden communicatiespecialisten opgeleid. En ook al is ze inmiddels als hoogleraar gestopt, nog steeds komt ze met vernieuwende inzichten in communicatie. Zoals het Strategisch Communicatie Frame, een nieuw communicatiemodel, en Reflectieve Communicatie Scrum waarbij communicatiedoelen in teamverband worden gerealiseerd.

*Professor Van Ruler:* “Veel kleine en middelgrote bedrijven laten geweldige kansen liggen. Ze hebben één enorm voordeel ten opzichte van hun grotere concurrenten: ze kennen hun klanten als geen ander, ze weten wat ze willen en kopen en ze weten wat er speelt in de markt. Als er iets gebeurt dat negatief invloed heeft op hun omzet, dan voelen ze meteen de pijn. Dat is een enorm voordeel omdat ze al deze factoren in kunnen zetten om er beter van te worden.”

enorm veel mogelijkheden voor. Iedereen merkt zelf wel wat goed is en wat niet. Soms kom je in bedrijven die je eigenlijk meteen naar een webshop jagen. Zo kwam ik bij een lingeriezaak voor een paar panty's. Die hadden ze niet in mijn maat. En wat kreeg ik te horen: *'Die hebben we niet, maar we kunnen ze wel over drie weken hebben. U moet dan alleen wel minstens 3 stuks bestellen'*. Nou, die koop ik daar dan niet, want ik heb nu één, misschien twee stuks nodig.

## “PERSOONLIJK CONTACT IS HET NIEUWE GOUD IN COMMUNICATIE EN DUS IN ZAKENDOEN.”

### KLANT CENTRAAL STELLEN

*Van Ruler:* “De klant echt centraal stellen levert enorm veel op. Elke consument kan kiezen uit een enorm aanbod. Veel producten en diensten zijn op veel plaatsen verkrijgbaar. Het aanbod is vaak transparant en er kan gekozen worden tussen kopen in een echte winkel of online. En wie krijgt de business? Degene die de klant echt centraal stelt en waar de klant zich thuis voelt, maakt de meeste kans.

“Waar het om gaat is de stijl van het huis. Een mooie huisstijl is prima, maar het gaat niet zozeer om uiterlijkheden. Het gaat veel meer om wat je voelt en ervaart. Juist hier heb je voordelen als kleiner bedrijf omdat je nog echt een persoonlijke band kunt hebben met je klanten.

“Maar zorg dat je die band ook volledig benut. Zorg dat je blijft binden, zodat je klant eigenlijk geen reden heeft om ergens anders te gaan kijken – laat staan shoppen.

“Wat je moet doen is continu de dialoog blijven aangaan met je klanten. Daar zijn

“Als zo'n zaak nu zou zeggen: *'Goh, wat jammer, die maat hebben we niet in voorraad, maar we kunnen u nu misschien helpen met een ander merk en zorgen ervoor dat we ze de volgende keer wel in huis hebben'*, dan hebben ze een klant voor lang en koop ik de volgende keer wellicht meteen drie stuks omdat het toch handig is om ze in huis te hebben.”

### GEBRUIK JE KENNIS

*Professor Van Ruler:* “Gebruik daarom alles wat je weet van je klanten. Dan kun je ook veel sturing geven aan je omzet. Zo kan diezelfde lingeriezaak mij regelmatig mailen met relevante informatie. Zoals *'Speciaal voor de iets oudere vrouw hebben we nu een te gekke collectie badpakken in huis'*. Of: *'We hebben nu een speciale actie voor de panty's die u altijd koopt'*.

“Veel bedrijven communiceren niet zo, maar praten tegen mensen die ze kennen alsof het een algemene advertentie is waarin ze alleen stilstaan bij wat ze hebben in plaats van wat ze kunnen verkopen. Denk gewoon heel pragmatisch over wat je aan wie wanneer kunt verkopen.

“Neem een aannemer. Stel die aannemer heeft bij x klanten 10 jaar geleden de keuken verbouwd en hij heeft het over drie maanden wat stiller. Wat is er gemakkelijker dan deze klanten te benaderen met een duidelijk aanbod. Zoals: *'U hebt met ons 10 jaar geleden uw keuken verbouwd. In tien jaar is er veel veranderd op keukengebied. Wij willen graag eens met u praten over hoe we uw keuken weer een facelift kunnen geven'*. Het zou gek zijn als daar geen werk uit komt. En heb je met een van de klanten toen een probleem gehad, dan kun je erbij zeggen: *'We weten nog dat alles toen niet helemaal vlekkeloos is verlopen. Daarom kunt u dit keer rekenen op mijn persoonlijke begeleiding en een korting op de materialen'*. Dat schept een band. Dat maakt je sterk. En... dat maakt je succesvol.”

*Van Ruler:* “Ook een groenteboer kan zijn relatie versterken en voorkomen dat groente bij de supermarkt wordt gekocht. Denk aan het mailen van weekrecepten, het sturen van berichten dat de raapstelen weer binnen zijn, de promotie van kant-en-klare salades met weinig calorieën etc. Iedereen, werkelijk iedereen, kan persoonlijker communiceren met resultaat.”

### BIG DATA

*Professor Van Ruler:* “Als mkb zou ik geen dag wachten om van alle aanwezige kennis gebruik te maken om persoonlijker te communiceren en te binden. Nu heeft het mkb die voorsprong nog, maar niet voor niets zijn alle grotere bedrijven druk bezig om alle denkbare gegevens te verzamelen. Met maar één doel: vanuit die big data precies dat te pakken wat hen in staat stelt zo persoonlijk mogelijk te communiceren en het aanbod helemaal af te stemmen op de individuele ontvanger. Zij geven daar vermogens aan uit, terwijl het mkb al die gegevens gewoon binnen handbereik heeft.

“Het is erg belangrijk om vanuit de relatie te denken die je hebt met je doelgroep. Consumenten worden steeds kritischer en zijn niet meer geïnteresseerd in algemeenheden. Voor hen hoeft alle communicatie er niet super gelikt uit te zien, maar ze willen wel respect en relevante berichten. Dan maakt het ook niet uit als ze wat vaker iets van je horen.”

### NIEUWE NORM

*Professor Van Ruler:* “De hele wereld om ons heen wordt steeds informeler. De social media zoals Facebook, Twitter en YouTube hebben daar in belangrijke mate aan bijgedragen. Je ziet ook dat daardoor soms persoonlijk contact ook voor iedereen zichtbaar is. Denk aan klachten die op Twitter worden geplaatst. Iedereen ziet ze, maar vaak ook de reacties. Een foute reactie is dan even erg als geen reactie. Mensen verwachten dat je snel reageert met een oplossing. Je hoeft niet voor elke klacht door het stof te gaan, maar je moet wel adequaat reageren. Heeft de klant gelijk, laat het weten en los het meteen op. Heeft hij geen gelijk, vertel dat ook, maar kom toch met een voorstel om wat onvrede weg te nemen.

“Webcare is dan ook erg belangrijk. En het gekke is dat mensen het van grote bedrijven eisen, maar ook van kleine bedrijven verwachten. Het snel en persoonlijk inspelen op problemen is de nieuwe norm. Je ziet zelfs dat

de overheid alles persoonlijker maakt en een stuk informeler begint te communiceren.

“Ik hoorde pas dat een groot bedrijf binnen de Raad van Bestuur een Chief Listening Officer had aangesteld. Iemand die luistert naar wat klanten zeggen, analyseert wat er over het bedrijf wordt geschreven en ervoor zorgt dat overal snel en adequaat op wordt gereageerd. Hij kan aan de hand van wat er wordt gezegd ook interne processen aanpassen. Alleen al het feit dat er zelfs een aparte functie op niveau voor wordt gecreëerd zegt al genoeg over het belang.”

### HET NIEUWE GOUD

*Van Ruler:* “Persoonlijk contact is het nieuwe goud in communicatie en dus in zakendoen. Daarbij moet je je wel realiseren dat dit niet in de aanhef zit van een mailing, maar in de boodschap. Zorg dat die altijd afgestemd is op de doelgroep en wees consistent en eerlijk in alles wat je doet en zegt.

“Denk na over wat jouw stijl van het huis is. Hoe persoonlijk je bent, hoe actief en vooral ook hoe proactief je bent. Hoe je het maximale haalt uit alle kennis die je hebt. Behandel je klanten met respect. Als je iets niet weet: zeg het. Als je iets niet hebt: ga het zoeken. Als je klanten respect geeft, krijg je ook respect terug. En de hoogste vorm van respect is loyaliteit. En wie wil er nu geen loyale klanten?”

*Professor Van Ruler:* “Wat we ons goed moeten realiseren is dat er veel nieuwe ontwikkelingen zijn. Maar weet dat alleen online niet alles is. Ook offline blijft interessant. Het is anyline dat nodig is om een goede relatie op te zetten en te onderhouden. Face to face, print, digitaal... het is de combinatie van alles dat het verschil maakt. Maar wel consequent als het gaat om het uitstralen van de stijl van het huis.”

[www.bettekevanruler.nl](http://www.bettekevanruler.nl)

