



In iedere uitgave van Bloemist licht Double Quality Counseling (de uitvoerder van 'Mijn Tent wordt Top') een onderwerp uit de masterclass toe. Dit keer: de doelgroep.

# Mijn doelgroep biedt kansen!

Tijdens één van de avonden in het kader van 'Mijn Tent wordt Top', vertelde een bloemist dat hij het vervelend vond om klanten te moeten teleurstellen. Hij zou het liefst voor iedere klant een passend assortiment in zijn winkel hebben staan. Want, klanten moet je niet teleurstellen...

Stel je eens voor dat je iedere consument op zijn wenken kunt bedienen? Zou dat niet geweldig zijn? Of, beter zou dat niet gevaarlijk zijn? In het ontwikkelingsprogramma 'Mijn Tent wordt Top' zijn de uitspraken helder; 'Hoe kom

ik van mijn voorraad potterie af?' en ook 'Ik gooi veel te veel weg, die derving moet naar beneden!' Veel ondernemers zullen deze uitspraken herkennen, maar de vraag is wat kun je eraan doen? Klanten niet teleurstellen betekent omzet maken. En omzet betekent geld in het laatje. Wie wil dat nu niet zou je zeggen. Toch zijn er meer factoren die zorgen dat je aan het eind van de maand geld hebt verdient. Want van je omzet moeten je kosten af. Hoe heb je ingekocht? En voor wie? Zorg dus dat je met minimale kosten, maximaal rendement realiseert. Dat betekent keuzes maken!

Iedereen begrijpt dat bij een willekeurig benzinestation langs een snelweg, de brandstof 'kerosine' niet in het assortiment zit. Er komen daar namelijk geen vliegtuigen langs die deze brandstof nodig hebben. De pomphouder heeft nagedacht over wie zijn klant is en stemt zijn assortiment erop af. Wie is jouw klant? Waar heeft die behoefte aan? En waaraan niet? Er is maar één oplossing.

Ken je klant! Of beter nog, ken de groep waar je klant deel van uitmaakt, jouw doelgroep! Wat is een doelgroep eigenlijk?

## 'Wie is jouw klant? Waar heeft die behoefte aan? Ken je klant!'

Een doelgroep is een groep personen of bedrijven die op elkaar lijken. Bijvoorbeeld doordat ze dezelfde soort wensen hebben, of in een bepaalde prijsklasse een product zoeken. Het kan ook zijn dat ze zich voelen aangetrokken tot jouw manier van werken of jouw stijl. De vraag is dus of jij weet wat de klant zo aanspreekt in jouw bedrijf. In de marketing noemen we dat positionering. Je zou erachter kunnen komen door het rechtstreeks aan je klant te vragen (of middels een enquête).

Zodra je weet wat jouw klant belangrijk vindt en waarom hij maar steeds terugkomt in de winkel, dan kan je er alles aan doen, dat hij zich prettig voelt en blijft voelen in de winkel. Hoe geweldig is het, wanneer je dan ook zorgt dat hij de producten tegenkomt die hij zoekt. Stel nu eens dat iedereen in de winkel zo communiceert dat de doelgroep zich herkent? Dat je de acties in de winkel aansprekend presenteert aan jouw klant... Er zijn zoveel mogelijkheden!

Nu is de vraag of jij duidelijk voor ogen hebt wie de doelgroep is waar jij je op richt? Een te brede doelgroep heeft tot gevolg dat bepaalde artikelen gewoon langer blijven staan. Wil je dat niet, dan is focus het toverwoord.

Als je jouw doelgroep in beeld hebt gebracht en laat merken dat je ze begrijpt, dan ga je daar 100% op inspelen (d.m.v. assortiment, communicatie, promoties, etc.). Je zult gaan merken dat de klant dan gaat doen wat jij wilt! Een klant vindt het geweldig om in een voor hem prettige

omgeving te zijn, producten tegen te komen die hem aanspreken, verkoopmedewerkers te zien die snappen wat hij wil en ook nog eens praten op een manier die hem aanstaat. Top zeg, ik ben klant en word gewaardeerd! Het bestaat!

Groot is de kans dat hij in zo'n situatie meer geld gaat uitgeven dan hij vooraf van plan was...

### VBW-ondernemerscoaching

Wil jij ondersteuning bij het bepalen van een doelgroep en deze vervolgens optimaal bedienen? VBW biedt in samenwerking met Double Quality Counseling de mogelijkheid tot persoonlijke coaching in jouw onderneming. Er zijn voor VBW-leden diverse aantrekkelijke voorwaarden.

### Meer weten?

Kijk op [www.vbw.nu/coaching](http://www.vbw.nu/coaching).