

Klantenpanel

“De klant als beste adviseur!” Een klantenpanel is een platform dat de organisatie de mogelijkheid geeft om in gesprek met hun klanten te gaan. Een plek waar klanten gevraagd en ongevraagd advies geven en daarvoor een betere dienstverlening, productinnovaties of scherper aanbod terug ontvangen

Rendement

Een klantenpanel is een instrument om op structurele basis klanten van de organisatie te bevragen en in contact te blijven met je doelgroep. Met een klantenpanel geef je aan waarde te hechten aan de meningen en bevindingen van de doelgroep. De panelleden kunnen op allerlei gebieden om advies gevraagd worden.

Wat levert een klantenpanel op?

Met een klantenpanel vinger aan de pols houden

- inzicht in de beleving van de klanten
- inzicht in de klanttevredenheid
- inzicht in het imago

Met een klantenpanel als klankbord

- innovaties en ideeën toetsen
- feedback ontvangen over producten en diensten
- versterken van de band met de klanten

Voor wie?

Klantenpanels zijn een optie voor elke (commerciële) organisatie waar kwaliteit hoog in het vaandel staat. De mening van de klant telt! Het betrekken van de klanten biedt de mogelijkheid (nieuw) beleid te maken en te toetsen, tegelijkertijd vergroot de organisatie de transparantie richting de klant.

Uitvoering en locatie

Klantenpanels zijn in veel verschillende vormen denkbaar. Een focusgroep is van 8 tot 12 mensen of een online klantenpanel. Samen met de opdrachtgever wordt bepaald welke vorm het beste past in de situatie. Bij een focusgroep bespreken de klanten het thema onder leiding van een gespreksleider vanuit hun eigen belevingswereld en in hun eigen taal. In een ongedwongen en informele sfeer praten de klanten over alle aspecten die voor hen belangrijk zijn. Vaktermen en beleidstaal worden zoveel mogelijk vermeden. De mening en de taal van de klant staan centraal. Een klantenpanel kan inzichtgevend, brainstormend of toetsend van aard zijn.

Bij online onderzoek worden deelnemers benaderd op een wijze die het best bij de opdrachtgever past.

Gespreksleiders

PIM zet voor de klantenpanels specialisten in met een ruime ervaring in klantgerichte trajecten :



Huub Baaij

Huub werkte als operationeel manager en adviseur vele jaren in de Retail. Sinds 2011 aangesloten bij PIM (Partner in management). Binnen PIM houdt Huub zich vooral bezig met onderzoek op gebied van medewerkers, klanten en organisaties. Daarnaast wordt Huub ingezet als docent, trainer en coach.

Contact: 06 - 21 883 264 of mail huub@vraagpim.nl



Piet Heijmering

Piet werkte als HR-manager en hoofd opleidingen jarenlang in de Retail. In 2009 richtte hij PIM (Partner in management) op. Binnen PIM houdt Piet zich vooral met opleidingsvraagstukken bezig en wordt ingezet als docent, trainer en coach.

Contact: 06 - 51 280 086 of mail piet@vraagpim.nl



Math Hoenen

Math werkte als HRM-directeur jarenlang in de Retail. In 2009 richtte hij Pim (Partner in management BV) op. Math is als bedrijfskundige gespecialiseerd in strategische HRM-vraagstukken, verandermanagement, organisatiecultuur, coaching en management development.

Contact: 06 - 23 338 380 of mail math@vraagpim.nl

Onderdelen van het traject:

Om de komen tot een klantenpanel worden de volgende stappen doorlopen:

- Intake (gratis) gesprek met opdrachtgever
- Bepalen van de best passende invulling
- Bespreken aandachtspunten en plan van aanpak
- Selectie deelnemers
- Uitnodigen deelnemers
- Uitvoeren klantenpanel
- Terugkoppelen naar opdrachtgever
- Nazorg (op afroep)