

Klanten Loyaliteits Onderzoek (KLO)

“Klanten Loyaliteit heeft een voorspellende waarde en is onmisbaar in de loyaliteitsketen”.

Loyaliteit is de verbondenheid of betrokkenheid ten opzichte van een product, dienst, merk of organisatie. Loyaliteit uit zich in twee vormen: attitude en gedrag.

Attitude geeft aan in welke mate uw klant u aanbeveelt bij anderen. Het gedrag wordt vertaald naar koopintentie en behoud en verlengen van de relatie.

Rendement

Bedrijven die actief werken aan het vergroten van de klanttevredenheid leveren een structurele inspanning om een zodanig positieve indruk te maken op bestaande klanten, dat deze het bedrijf op langere termijn trouw blijven en bijdragen aan de groei van het bedrijf.

Wat levert het Klanten Loyaliteits Onderzoek op?:

In het Klanten Loyaliteits Onderzoek wordt de beleving gemeten ten aanzien van:

- De benadering van de klant
- Het feitelijke klantencontact
- De afhandeling van het klantencontact
- De waardering voor de organisatie

Voor wie?

Het meten van klantloyaliteit is onderdeel van de loyaliteitsketen en van belang voor elke omgeving waar men met klanten te maken heeft. Of het nu om B2B of BtoC gaat.

Klantenloyaliteitsonderzoek is een optie voor elke (commerciële) organisatie, zeker wanneer klanttevredenheid geen middel maar een strategie is en feedback van klanten verweven in de bedrijfsvoering zit.

Uitvoering en locatie

Zowel de wijze waarop het onderzoek zal plaatsvinden als de locatie worden vastgesteld samen met de opdrachtgever. Er zijn verschillende meettechnieken die, eventueel gecombineerd, kunnen worden ingezet. De keus wordt bepaald op basis van de toegankelijkheid en bereidheid tot medewerking van de doelgroep en de gekozen meetmethode:

- Face-to-face met behulp van vragenlijst of checklist, op papier of computer
- Telefonisch: interviewer belt op willekeurig tijdstip of maakt afspraken met respondent
- Schriftelijk: papieren vragenlijsten
- Digitaal: vragenlijst op internet, waarbij klanten via email worden uitgenodigd of bij een bezoek aan de website op worden geattendeerd.

Klanten Loyaliteits Onderzoek (KLO)

Onze specialisten:

PIM heeft twee specialisten die zich bezig houden met het klanten loyaliteitsonderzoek.



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.

Meer informatie: [LinkedIn](#)



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.

Meer informatie: [LinkedIn](#)

Het klanten loyaliteitsonderzoek bestaat uit een aantal stappen:

- Intake (gratis) gesprek met opdrachtgever
- Voorstel aandachtspunten en plan van aanpak
- Bepalen onderzoeksvorm
- Verzamelen gegevens
- Eindrapportage inclusief resultaatbespreking
- Bespreken vervolgstappen
- Nazorg (op afroep)

Interesse?

Neem contact op met Math Hoenen (math@vraagpim.nl, 06 - 233 383 80) of Huub Baaij (huub@vraagpim.nl, 06 - 218 832 64)