

Blijve klanten en versnelling van de groei van uw winst en omzet Wat een feestelijk vooruitzicht!

Herkent u dit?

Banken hebben te maken met veel concurrentie. Het scala aan financiële producten is breed en zeer toegankelijk door het gebruik van internet. Daadwerkelijk menselijk contact tussen banken en haar klanten komt steeds minder vaak voor. Hierdoor is het juist voor banken van belang om oog te blijven houden voor de tevredenheid van klanten.

De klantenservice binnen zakelijk bankieren wordt steeds belangrijker. Uit recent onderzoek blijkt dat: 68% van de bedrijven een andere bank overweegt voor betere service rond het openen van een rekening en rekeningbeheer. Dit is een stijging van maar liefst 24% ten opzichte van 2009!¹

De invloed van social media is enorm. Een zorgvuldig opgebouwde reputatie kan snel een deuk oplopen. Er is goed nieuws: positieve berichten verspreiden zich ook als een lopend vuurtje!

Hoewel klantloyaliteit gezien wordt als één van de belangrijke factoren voor groei, geven veel banken aan dat de invulling hiervan nog onvoldoende is. Vaak blijft het bij het meten van klant(on-) tevredenheid².

Verhoog klantenbinding

De bereidheid van klanten om hun bank actief aan vrienden of collega's aan te bevelen, zoals dit gemeten wordt met de Net Promoter Score^{®3}, is extreem laag. Hiermee behoort de financiële sector tot een van de laagst scorende industrieën.²

De focus bij verbeteracties ligt vaak nog op ontevreden klanten. Extra aandacht voor de echt enthousiaste klanten is er nog relatief weinig. Hier liggen grote kansen!

De beloning voor banken die wél een goede invulling aan de klantbeleving geven, is groot: bedrijven met de hoogste NPS[®] in hun sector groeien 2,5 keer sneller dan het sectorgemiddelde⁴!

Volgens NPS[®] statistieken leidt 42% van de positieve aanbevelingen tot een prospect. Van deze prospects wordt 77% daadwerkelijk klant.

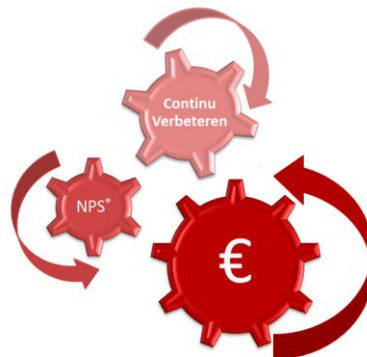
Onderzoek door Blauw Research en de Erasmus Universiteit onder meer dan 40.000 Nederlandse bedrijven (2009) bevestigt dat bedrijven met een hoge NPS[®] bovengemiddelde winstgroei realiseren.

Wist u dat iedere verhoging van de NPS[®] voor uw bedrijf met zeven punten leidt tot een extra omzetgroei van 1%?⁵

De gemiddelde NPS[®] voor banken in Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk is -5. Alle scores liggen tussen -45 en +42.⁶

Van meten naar actie

Het implementeren van de NPS[®] is slechts het begin. Om ervoor te zorgen dat de 'klant centraal' ook daadwerkelijk leidt tot groei van bedrijfsresultaten is het nodig om zowel te meten als continu te verbeteren.



Versnel uw omzet en winst

Wilt u ook een versnelling in de groei van uw omzet en winst realiseren?

Molenaar & Lok Consultancy heeft een aanpak ontwikkeld waarin:

- ✓ De NPS[®] net zo belangrijk wordt om op te sturen als omzet en winst;
- ✓ Waarde van tevreden klanten wordt verhoogd. Verlies op ontevreden klanten wordt beperkt;
- ✓ Uw medewerkers zich bewust worden van hun verbeterverantwoordelijkheid richting klanten en met onze bewezen Continu Verbetermethode zelfstandig verbeterruimte leren ontdekken en benutten.

Onze consultants maken gebruik van best practices en inzichten uit internationaal NPS[®] onderzoek, Six Sigma en Lean Thinking om samen met u en uw medewerkers tot echte klantbinding, omzet- en winstverhoging te komen.

Meer informatie

Wij laten u graag kennis maken met onze beproefde methoden die u en uw medewerkers helpen om uw bank nog succesvoller te maken!

Voor het maken van een afspraak of meer informatie kunt u contact opnemen met Joyce Thijsen (joyce.thijssen@m-lc.nl) of Bert Molenaar (bert.molenaar@m-lc.nl).

Referenties

Molenaar & Lok Consultancy heeft al meer dan 20 jaar ervaring op het gebied van procesverbetering bij toonaangevende financiële dienstverleners.



¹ Onderzoek van Finextra Research en Pegasystems onder 98 internationale banken en haar zakelijke klanten

² Benchmark Bain & Company

³ Net Promoter[®], NPS[®], and Net Promoter Score[®] are registered trademarks of Satmetrix Systems, Inc., F. Reichheld, and Bain & Company, Inc.

⁴ Bain & Company en Satmetrix onderzoeken

⁵ Relatie NPS[®] en omzetgroei gebaseerd op onderzoek van de London School of Economics

⁶ Satmetrix 2010 Net Promoter Benchmark Study of Consumers in France, Germany, and the UK