



rijksuniversiteit
 groningen

faculteit economie
 en bedrijfskunde

customer insights center

Klantexpansie

Meer resultaten uit bestaande klanten

Dr. J. van Doorn

Prof. dr. P.C. Verhoef

Onderzoeksrapport CIC 2010-01

ISBN 97890-811191-8-4





Inhoud

- ✓ **Managementsamenvatting** pag. 3

- ✓ **Inleiding** pag. 6
Wat is klantexpansie en wat is het belang daarvan?

- ✓ **Dimensies en instrumenten van klantexpansie** pag. 11
Hoe kan klantexpansie worden gerealiseerd?

- ✓ **Conclusies** pag. 48
Welke acties van bedrijven werken en waarom?

- ✓ **Bijlagen** pag. 53
Belangrijkste referenties, CV's van de onderzoekers, overzicht CIC-rapporten



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Managementsamenvatting

Klantexpansie, meer resultaten uit bestaande klanten





Managementsamenvatting

- › Klantexpansie betekent **extra klantwaarde** te genereren door bestaande klanten meer te laten kopen.
- › Bestaande klanten zijn **goedkoper** te bedienen en eerder geneigd **meer** van een bedrijf te kopen.
- › Wisselwerking met klantbehoud:
Klantexpansie helpt **switching** tegen te gaan.
- › Klantexpansie is **multi-dimensioneel** en kan b.v. gerealiseerd worden door klanten ook andere producten te laten kopen of klanten meer gebruik te laten maken van een product of service.





Managementsamenvatting

- › Het belangrijkste instrument om klantexpansie te realiseren is **Direct Marketing (DM)**.
- › Daarbij is het cruciaal om de aandacht van de klant te trekken door het **juiste** product voor de **juiste** klant op het **juiste** tijdstip aan te bieden. **Analysemethoden** zijn daarvoor geschikt.
- › Bepaalde “**trigger events**” kunnen een grote rol spelen bij klantexpansie, zoals:
 - Verandering in het persoonlijk leven van de klant (bijvoorbeeld een verhuizing, of een kind krijgen)
 - Trigger in de interactie met het bedrijf (bijvoorbeeld een negatief incident).
- › Het is bijzonder belangrijk om hierop in te spelen.





rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

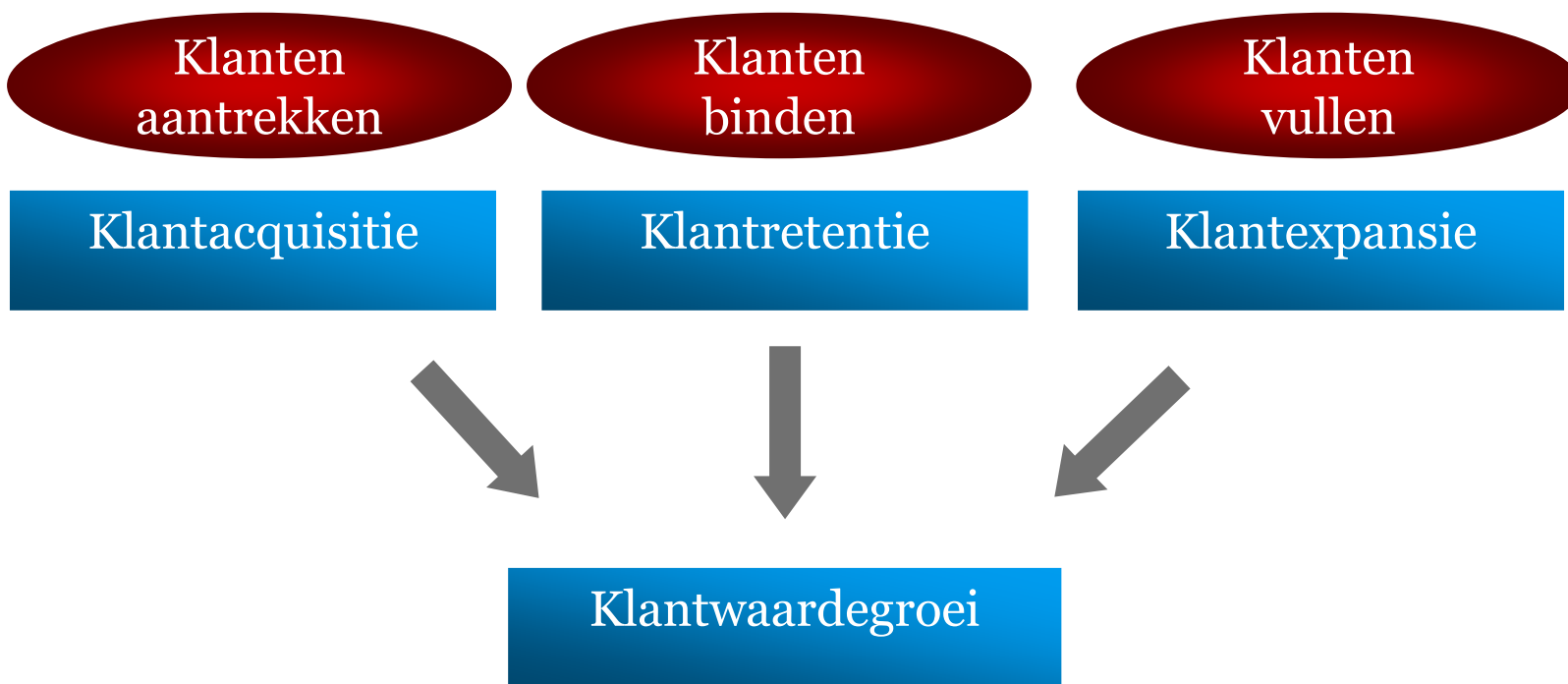
Inleiding

Klantexpansie, meer resultaten uit bestaande klanten



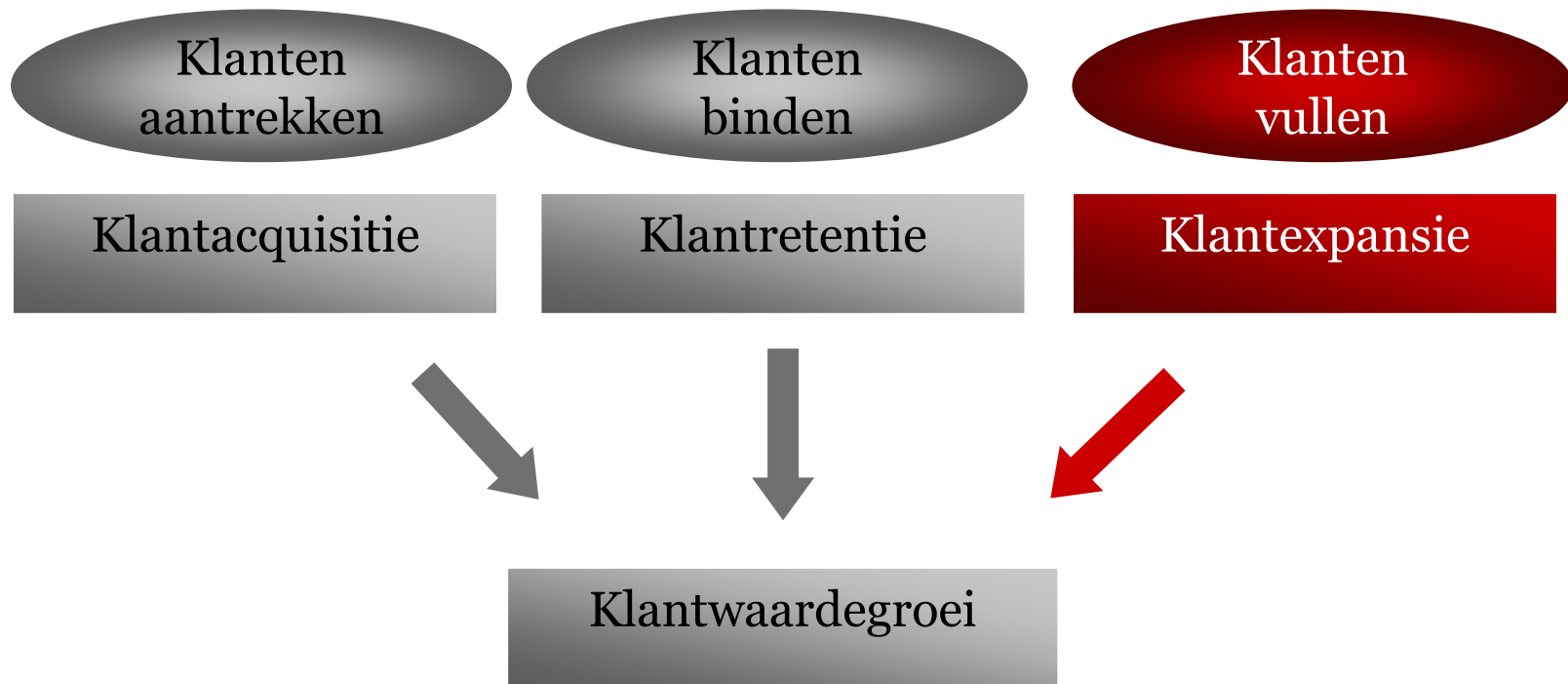


Klantwaardegroei is gebaseerd op drie pijlers





Dit document focust op één pijler: expansie





Klantexpansie betekent:

Bestaande klanten meer laten kopen.

Met als onderliggende doelen:

- › Klantwaarde verhogen.
- › Breedte en diepte van de relatie vergroten.
- › Omzet en winstcijfers verhogen.

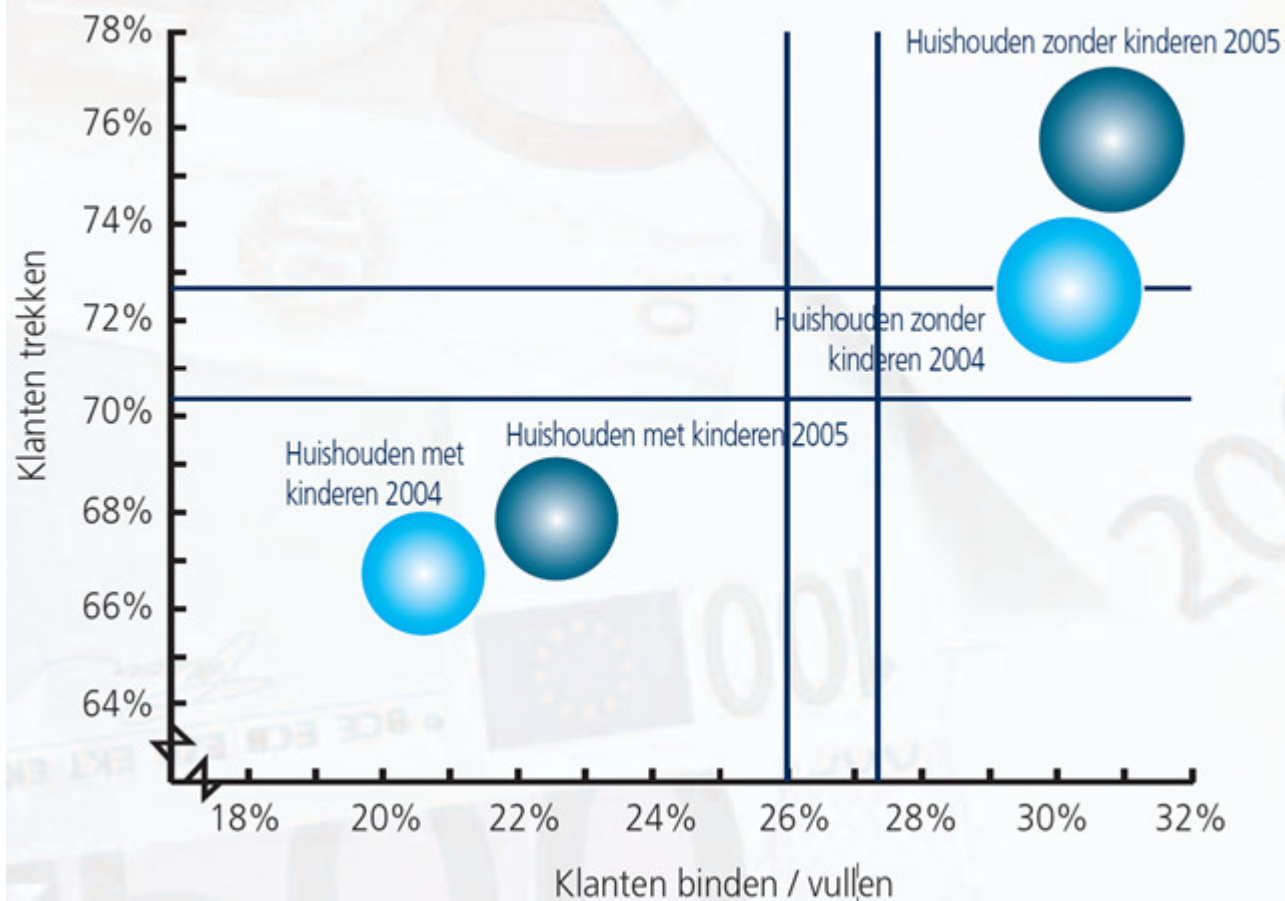




Voorbeeld

Albert Heijn

Albert Heijn weet naast meer klanten te trekken ook de trouw te verhogen. Inhaalslag onder huishoudens met kinderen.





rijksuniversiteit
 groningen

faculteit economie
 en bedrijfskunde

customer insights center

Dimensies en instrumenten

Klantexpansie, meer resultaten uit bestaande klanten

