

Het is een kwestie van keuzes maken

# Wilt u rotklanten of topklanten?

**Toeleverketens staan op hun kop. Er zijn overal tekorten aan. Ongeacht of het nu gaat om grondstoffen, componenten of volledige producten. We zijn er allemaal maar druk mee. Als het een beetje tegenzit ook nog eens met ongeveer hetzelfde werk en het benaderen van dezelfde toeleveranciers met dezelfde vraag van dezelfde afnemer. En die maar klagen dat die zijn order niet uitgeleverd krijgt. Rotklant!**

Door Willem de Vries

Terwijl enerzijds de economie als een tierelier draait, kraakt binnen dat economisch bestel menige waardeketen en menig bedrijf. Voeg daar ook nog eens de tekorten aan (technisch) personeel aan toe en een doemscenario dient zich aan: 'Bedrijven gaan ten onder aan te veel opdrachten'. 'Maar dat is toch goed: veel opdrachten?' 'Jain, zouden onze oosterburen zeggen. Te veel opdrachten is helemaal niet zo goed. Het is alleen wel heel fijn als je wel gevonden wordt als leverancier. En daarom 'jain'. Er schuilt namelijk ook een valkuil in (te veel) opdrachten: je kunt als bedrijf je waardepropositie niet meer waarmaken, notabene datgene waar je voor staat.

Of dat nu de kwaliteit van je producten is of de levertijden. Als je niet uitkijkt ga je sjoemelen. 'Nee, natuurlijk niet met de kwaliteit' hoor ik u zeggen. Maar kwaliteit schuilt niet alleen in de productkwaliteit. Dat zit 'm ook in levertijdgaranties, de geleverde service en leveren tegen de afgesproken prijs. Ongeacht de stijging van grondstoffen, als je vooraf geen harde afspraken hebt gemaakt met je klant over het doorberekenen van prijsstijgingen daarvan. Ik hoor toch nog met regelmaat dat – omwille van het verkrijgen van de order – daarover niets afgesproken wordt. Want 'de klant' wil tegen een bepaalde prijs geleverd krijgen. En als je die kosten wel doorberekent, beginnen ze te klagen. Rotklant!

Je zult mij niet horen zeggen dat er geen rotklanten zijn. In elk klantenbestand dat ik in de loop van de jaren heb doorgelicht, schuilen altijd 'rotklanten'. Maar zijn dat nu echt rot-

## MABA-analyse als hulpmiddel

Keuzes maken is best lastig. Ook als het om het kiezen van de meest relevante marktsegmenten voor jouw organisatie gaat. De MABA-analyse (Market Attractiveness Business Assessment) is een hulpmiddel waarmee op een onderbouwde manier dat keuzeproces gestructureerd wordt uitgevoerd. Op de website van STEM Industrial Marketing Community kun je er een whitepaper over downloaden: <https://stem-imc.com/hoe-kies-je-de-meeste-relevante-marktsegmenten-downloaden-whitepaper/>.



klanten? Of zijn het klanten die niet zo goed bij jouw organisatie passen? Of beter gezegd: klanten die de waardepropositie van jouw bedrijf niet weten te waarderen, waar andere afnemers dat wel doen. Hier gaat een van de principes op van wat in marketingtermen Segmenteren, Targeten

en Positioneren heet. Daarbij kijk je naar marktsegmenten die het meest relevant zijn voor jouw organisatie. Binnen die segmenten naar de meest relevante (potentiële) klanten voor jouw organisatie. En hoe je jouw waardepropositie positioneert, zeker ten opzichte van concullega's. En als dat een passende oplossing is binnen jouw organisatie, ook naar een verscheidenheid in waardeproposities voor verschillende klanttypen.

De klant die altijd de laagste prijs wil kan nu eenmaal niet én voor een dubbeltje op de eerste rang zitten én ook nog eens met alle egards behandeld worden met bijvoorbeeld gegarandeerde levertijden en een hoog serviceniveau. Zorg er vooral zelf voor dat je jouw klanten zo goed kent dat je jouw aanbod exact op hun behoeften kunt afstemmen. Dan weet ik één ding zeker: dan heb je alleen maar topklanten. Dat hoeven niet de grootste bedrijven te zijn. Maar wel klanten waar het heel fijn mee samenwerken is. Het is een kwestie van keuzes maken. ■

Willem de Vries is Managing Partner van STEM Industrial Marketing Community. Hét kenniscentrum op het gebied van business development (marketing, sales, communicatie en innovatie) voor technische B2B bedrijven. Reacties op deze column, wilt u een keer overleggen of heeft u vragen, ook die over business development? Stuur ze naar: [willemdvries@stem-imc.com](mailto:willemdvries@stem-imc.com) Of kijk op [www.stem-imc.com](http://www.stem-imc.com)

