

Amazon.com: acht dingen die klanten willen

Gepubliceerd op 5 oktober 2006 | door Stefan Wobben

Er komen wat nieuwe mensen bij en we zijn intern wat aan het reorganiseren. Reden dus om mijn werkplek eens wat op te ruimen. Kom ik een oud boekje tegen: Business the Amazon.com Way. Amazon is een van de meest succesvolle ecommerce websites en een voorbeeld voor velen. Op basis van hun ervaringen hebben ze een lijstje opgesteld met dingen die klanten willen.

Acht dingen die klanten willen

1. **Beschikbaarheid.** Als de consument van vandaag de dag iets wil, wil hij het meteen. Als het niet onmiddellijk beschikbaar is, zullen ze wachten, maar niet te lang. Nog minder tolerant zijn ze als het aankomt op vertragingen; als je hebt beloofd iets te bezorgen op een bepaalde datum, verwachten ze het ook die dag. Anders gaan ze gewoon ergens anders naartoe;
2. **Keuze.** Ze willen niet alleen kunnen kiezen uit een catalogus of uit de bestaande voorraad, ze willen ook informatie bij hun opties zodat ze de beste keuze kunnen maken;
3. **Goede bezorging.** Klanten willen niet alleen dat hun bestellingen snel aankomen, maar ook dat ze goed ingepakt en dus onbeschadigd aankomen;
4. **Kwaliteit.** Dit criterium is in de loop der jaren aan verandering onderhevig geweest. We hebben het vandaag de dag niet meer over maar één product. We hebben het nu over een totale 'koopervaring'. Die ervaring is op het web afhankelijk van een aantal factoren, van gebruikersgemak van de site tot additionele informatie over het product tot persoonlijke service;
5. **Betrouwbaarheid.** Consumenten willen geen problemen hebben met producten of diensten. Als er iets misgaat, willen ze er niettemin van op aan kunnen dat de leverancier het probleem direct verhelpt. Hun tevredenheid hierin is niet alleen gebaseerd op het verhelpen van het probleem; ze willen daarnaast het gevoel hebben dat ze niet hoeften te eisen dat het probleem verholpen werd. Als ze dat wel moeten, bekritisieren ze de service als geheel;
6. **Service.** Net als kwaliteit is service gebaseerd op de totale koopervaring. Klanten van tegenwoordig willen zoveel mogelijk informatie - hetzij van deskundig personeel, hetzij afgedrukt op een website - voordat ze iets kopen. Net als kwaliteit is service een factor waarop een organisatie zich kan onderscheiden van de concurrentie als al het andere gelijk is;
7. **Klantvriendelijkheid.** In de traditionele detailhandel willen klanten niet worden geconfronteerd met chagrijnig personeel. Op het web willen ze zich kunnen vermaken op de sites waar ze producten kopen. Zowel online als offline is het bovendien van belang dat klanten hun aankopen kunnen ruilen zonder dat daar moeilijk over wordt gedaan;
8. **Kosten.** Hoewel we allemaal meer op waarde lijken te letten dan in het verleden, zullen de meeste klanten bereid zijn meer te betalen voor een product of dienst als tegemoet wordt gekomen aan de bovenstaande zeven punten.

Bron: Business the Amazon.com Way