

5 zaken die van invloed zijn op je churn rate

Wat zijn churn en churn rate?

Churn is een uitdrukking die vaak wordt gebruikt in de zakenwereld, maar wat betekent het eigenlijk? Als we het over churn hebben, bedoelen we hetgeen dat in het Nederlands klantverloop wordt genoemd. Klantverloop zijn de klanten die ervoor kiezen om hun relatie of zaken met een bedrijf te beëindigen. Je churn rate is een maatstaf voor het klantverloop over een specifieke en meetbare periode. Het is belangrijk om te weten wat je churn en churn rate zijn om inzicht te krijgen in hoe het met je bedrijf gaat.

Een hoge churn rate geeft aan dat je klanten niet tevreden zijn met je bedrijf, wat ertoe kan leiden dat je belangrijke deals misloopt. Door beter te begrijpen wat je churn en je churn rate zijn, kun je in de loop van de tijd betere klantrelaties opbouwen. Hier zijn enkele voorbeelden van dingen die van invloed kunnen zijn op je churn.

1

Slechte klantenservice

Een slechte klantenservice is een van de grootste oorzaken van een toegenomen churn rate bij bedrijven. Alle klanten verwachten een snelle en efficiënte service en als ze die niet krijgen, neemt het risico toe dat ze hun aankopen doen bij een bedrijf dat ze hierin wel in hun behoeften voorziet. In de huidige samenleving hebben klanten verschillende keuzeopties en dat weten ze!

Je kunt je klantenservice verbeteren door gebruik te maken van een CRM-systeem en je klantenservice opleiden zodat ze weten hoe ze het systeem kunnen gebruiken om een betere klantervaring te bieden. Door feedback te verzamelen van klanten die je klantenservice als slecht ervaren en dit te documenteren, kun je oplossingen implementeren met als doel het wegnemen van problemen en het verlagen van je churn rate.

2

Laag niveau van klantaanpassing

Het kunnen aanpassen van een product of dienst is in het huidige bedrijfsklimaat steeds belangrijker geworden. Klanten verwachten dat bedrijven hun behoeften begrijpen en een aangepaste oplossing kunnen bieden die inspeelt op deze behoeften. Als de klant vindt dat het bedrijf niet voldoet aan zijn verwachtingen, is het risico groot dat hij voor een andere leverancier kiest.

Door continu gegevens over je klanten te verzamelen in je CRM, wordt het makkelijker om aan hun verwachtingen van jouw bedrijf en aanbod te voldoen. Je krijgt inzicht in wat je klanten graag willen en kunt je aanbod daardoor makkelijker aanpassen.

3

Geen klantcommunicatie

Een actieve klantcommunicatie is belangrijk om een sterkere relatie met je klanten op te bouwen. Als je niet actief met je klanten communiceert, vergeten ze jou en je bedrijf al snel. Want hoe gewaardeerd voel je je als klant als het bedrijf waar je zaken mee doet nooit iets van zich laat horen?

Bouw makkelijker de klantrelatie op met behulp van een CRM-systeem. Je kunt alle belangrijke informatie over je klanten opslaan in je CRM-systeem en zo alles wat naar de klant werd gecommuniceerd eenvoudig bijhouden. Is er iemand jarig of is er iets belangrijks gebeurd bij een bedrijf? Gebruik deze informatie in je klantcommunicatie om de relatie te verdiepen. Betere klantrelaties verminderen je churn rate, dat beloven we!

4

De gebruikservaring is niet optimaal

De gebruikservaring die je je klanten biedt, heeft grote invloed op je churn en je churn rate, vooral als je bedrijf werkt in B2C. Klanten verwachten een naadloze en gebruiksvriendelijke ervaring. Obstakels beïnvloeden hun beleving van jouw bedrijf en jouw product. Hoe meer obstakels er zijn, hoe groter het risico dat klanten ervoor kiezen om over te stappen naar een andere leverancier.

Creëer een betere gebruikservaring door te onderzoeken waar je klanten obstakels tegenkomen in hun klanttraject. Is het mogelijk om de ervaring op de een of andere manier te verbeteren om de obstakels te verminderen?

5

Kloppen je prijzen?

Klanten zijn en blijven prijsgevoelig, zeker wanneer de algemene economische situatie onder druk staat. Bedrijven die werkzaam zijn in B2C weten dit beter dan anderen, omdat hun klanten vaak behoren tot degenen die het meest prijsgevoelig zijn. De meeste klanten willen simpelweg waar voor hun geld!

Verminder je churn door te onderzoeken welke prijzen je concurrenten bieden. Komen de prijzen van jouw bedrijf overeen met hun aanbod of zijn ze te hoog? Soms kun je de prijs niet verlagen, maar wat kun je klanten dan daarvoor in de plaats aanbieden? Vul je aanbod aan met andere waarden, zoals een onverslaanbare klantenservice!

Hoe verlaag je je churn?

Om ervoor te zorgen dat je bedrijf succesvoller wordt en groeit, is het belangrijk om enkele van de factoren te begrijpen die van invloed kunnen zijn op je churn.

Een ontoereikende klantenservice, een slecht product, hoge prijzen en geen mogelijkheid tot klantaanpassing zijn allemaal voorbeelden van dingen die van invloed kunnen zijn op je churn. Sommige redenen voor churn zijn algemeen en andere zijn specifiek voor jouw branche. Door sterkere relaties op te bouwen met je klanten, wordt het makkelijker om erachter te komen wat de oorzaak kan zijn van je hoge churn, zodat je de nodige stappen kunt ondernemen om het te verminderen.

Met een CRM-systeem kun je je klantgegevens analyseren en deze gebruiken om inzicht te krijgen in wat je kunt doen om de negatieve trend te keren. Wees proactief en herstel de fouten wanneer je ze ontdekt in plaats van er te lang mee te wachten. Dit zal je bedrijf in de loop van de tijd helpen groeien!

?

Ben je benieuwd naar wat een CRM-systeem kan doen voor je bedrijf en jullie churn? Neem contact met ons op voor meer informatie. We helpen jullie de volgende stap te zetten in jullie klantrelaties!