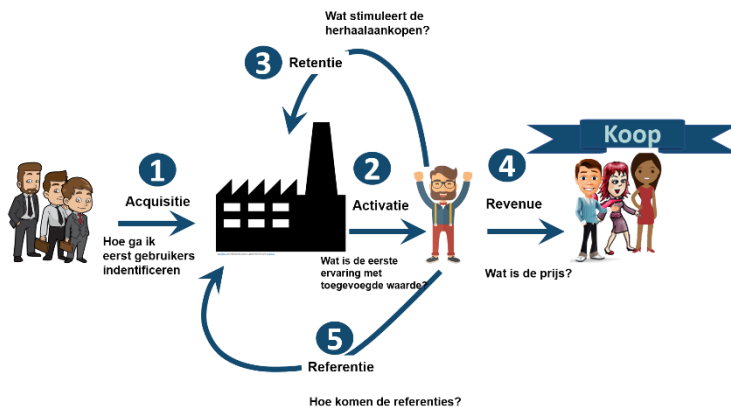


## The Art of Business Modelling - Deel 3 / H4 Lean Scale-up

### De Blauwdruk van een Klantenfabriek

De klantenfabriek is een metafoor die staat voor een organisatie die potentiële klanten wil werven teneinde de continuïteit van de organisatie te waarborgen. Dit geldt zowel voor commerciële bedrijven als voor 'not-for-profit' organisaties. Er zijn veel manieren om acquisitie te plegen om nieuwe opdrachten binnen te halen. Enerzijds kan er aan bestaande klanten meer verkocht worden en anderzijds kunnen nieuwe klanten in de markt gezocht worden. Een van de manieren om dit gestructureerd uit te voeren is gebruik maken van de 'salesfunnel', een trechter waarin potentiële klanten tot suspects worden gemaakt, daarna tot prospects en vervolgens klant worden. Deze manier van acquisitie vormt een lineaire lijn en loopt volgens vijf prestatieindicatoren: 1. Acquisitie 2. Activatie. 3. Retentie, (terugkomende klanten) 4. Revenu en 5. Referentie. Voor een groot deel verloopt dit ook zoals de volgorde in de salesfunnel namelijk potentiële klanten, suspects, prospects en klanten. Ge je kijken naar de prestatieindicatoren retentie, revenu en referentie dan is dit geen lineaire lijn. Klanten kunnen bijvoorbeeld terugkomen, maar wellicht dan niets kopen. En niet alle klanten zullen je als referentie opgeven. Eigenlijk heb je hier te maken met steeds weer terugkomende prestatieindicatoren die afzonderlijk beoordeeld moeten worden. In de afbeelding is de metafoor van een Klantenfabriek gebruikt en daar kun je goed zien dat de rechte lijn de eerder genoemde salesfunnel voorstelt, maar dat retentie en referentie daar los van staat en dus ook een eigen indicator hebben waarop je kunt sturen. De uitdaging is dus zo veel mogelijk klanten de fabriek in te krijgen en die te verleiden tot de aankoop.



Daarnaast ga je kijken op welke manier je deze klanten weer terug kunt laten komen dor bijvoorbeeld een kortingsbon voor een volgend bezoek te beloven. Nog mooier is het wanneer je je klanten zo ver krijgt dat ze je gaan aanbevelen bij anderen. Vaak is al simpelweg de vraag te stellen voldoende om als actieve referent op te treden.

Om nieuwe klanten binnen te krijgen maak je gebruik van de groeimotoren. Dit zijn hulpmiddelen die je in kunt zetten voor je klantacquisitie. Er zijn drie groeimotoren te weten betaalde groeimotor, 'kleef'-groeimotor en de virale groeimotor. Bij de betaalde groeimotor maak reclame tegen betaling. Bij de 'kleef'-groeimotor vinden klanten je waardepropositie zo goed dat ze terugkomen en ook dit doorvertellen aan anderen. Gaat het doorvertellen zo snel dan spreek je over de virale groeimotor, waarbij elke klant minimaal een extra klant aanbrengt.

Met de combinatie van de klantenfabriek en de groeimotoren ben je in staat om nog beter de continuïteit van je onderneming te verzekeren. Met de getallen van de prestatie-indicatoren en de doorlooptijd van potentiële klant naar Suspect, naar prospect, naar klant kun je in de toekomst kijken en bepalen wanneer je hoeveel nieuwe klanten moet acquireren. Moet je bijvoorbeeld voor 1 nieuwe klant 4 prospects, 25 suspects en 120 potentiële klanten hebben en de totale doorlooptijd is 3 maanden dan moet je dus voor 5 klanten al drie maanden van tevoren al 600 potentiële klanten gaan benaderen. Ga je op deze manier je prestatie-indicatoren gebruiken dan ben je dus op tijd met je acquisitie om voldoende klanten te houden voor je continuïteit of voor je groeistrategie. Met deze berekeningen kun je je *Doorvoersnelheid* van je fabriek berekenen. Dit is het minimum aantal klanten dat je jaarlijks erbij moet hebben om break-even te draaien. Dit bereken je door je jaarlijkse doelstelling te delen door de *Life Time Value* per klant. De Life Time Value is de totale omzet die een klant bij je doet voor de periode dat deze klant is. Kijk voor een voorbeeld naar de onderstaande video.

Bekijk ook de video op Youtube The Art of Business Management.

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=kPFvAlgk8Vk>

Marijn Mulders

[marijn.mulders@tolobranca.nl](mailto:marijn.mulders@tolobranca.nl)

[www.tolobranca.nl](http://www.tolobranca.nl)

*Blog: 25 mei 2021*