

HET WARE GEZICHT VAN EEN WINKEL

Klantenservice: In vele winkels is dit nog een uitdaging en voor de klant voelt het vaak als een bezwaar om iets terug te brengen. **Melvin van Tholl**, oprichter van Customer Experience Design agency Pinkpoppe, laat zien hoe je dit ongemakkelijke gevoel op een eenvoudige manier wegneemt bij de klant.

Door: Anouk Arkesteijn

Melvin van Tholl: "Je stapt als klant een winkel uit en bent helemaal enthousiast over je aankoop: je hebt je droomschoen gevonden. Als je thuiskomt bekijk je je schoen uitvoerig en ontdek je een fabrieksfoutje. Je gaat terug naar de winkel".

"Voorkom als winkelmedewerker dat het terugbrengen een nachtmerrie wordt. De meeste klanten komen met goede intenties en hoge verwachtingen terug maar vaak worden deze klanten gezien als 'vervelend'".

"Zorg ervoor dat je emoties als bezwaard of teleurgesteld naar een goed gevoel kan ombuigen door de zorg weg te nemen. Als je een speciale klantenservice afdeling hebt, zorg er dan voor dat deze afdeling sympathie uitstraalt. Eerst twee trappen oplopen om je vervolgens helemaal achteraan te moeten melden aan een hoge balie, is niet fijn".

"Neem een voorbeeld aan Zappos, een online shop in kleding en schoenen. Zappos verkoopt geen schoenen en kleding, Zappos maakt klanten blij met schoenen en kleding! Hun filosofie is dan ook 'Happiness in a box'. Er gaan vele verhalen rond over hun zeer goede customer service".

Tip van Melvin

"Bedenk dat je met een goede klantenservice pas echt laat zien dat je een goede service biedt aan de klanten. Toon begrip voor hun vragen of klachten en raffel het niet af. Verschuil je niet altijd achter de regels en voorwaarden, maar laat je menselijk gezicht zien. Handel de zaak af met passie en compassie".



[more tags](#)

TRENDING TOPICS

1. [2015 staat in het teken van grootse veranderingen](#)
2. [Winkelplatform Baps presenteert haar top tien-lijsten van 2014](#)
3. [Mannen modebeurs: The Low Show](#)
4. [Vijf herenmode trends voor 2015](#)
5. [Schokkend nieuws: couturier Frans Molenaar overleden](#)

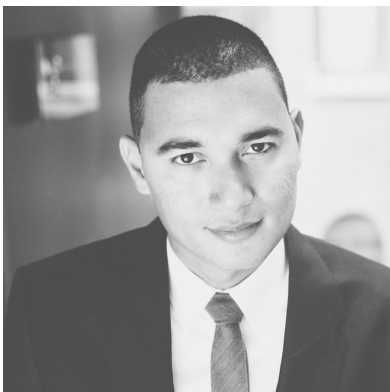
IN DE MODE ZOEKT EEN REDACTIE STAGIAIR



Zaz Lamarr needed to return some shoes to Zappos but her mother just passed away and was still coping from the loss that she didn't have the time to do it. When Zappos emailed her to ask about the status of the shoes, she replied about what happened. Zappos took care of the shipping and had the courier pick up the shoes for her at no extra cost.

Zappos didn't stop their customer care there.
Zaz writes,

"Yesterday, when I came home from town, a florist delivery man was just leaving. It was a beautiful arrangement in a basket with white lilies and roses and carnations. Big and lush and fragrant. I opened the card, and it was from Zappos. I burst into tears. I'm a sucker for kindness, and if that isn't one of the nicest things I've ever had happen to me, I don't know what is." Now, that is what you call "going the extra mile."



Over Melvin van Tholl

Melvin van Tholl is oprichter van Customer Experience Design bureau Pinkpope. Als experience architect ontwerpt en ontwikkelt hij belevingsconcepten, die van winkelen een vermakelijke beleving maken waardoor klanten langer blijven en vaker terugkeren. Daarnaast adviseert Van Tholl merken over de inzet van beleving in hun contacten met klanten, met als doel om van gewone klanten fans van

het merk te maken. Voor zijn werk reist Van Tholl de wereld over en ontdekt daarbij de meest inspirerende experience concepten en merkverhalen die hij weer graag deelt. "We winkelen niet alleen met onze portemonnee, maar vooral ook met onze emoties. Experience design brengt die X-factor in de winkel!"

Tweeten 2 Share 25 Vind ik leuk 25 g+1

Share



IN DE MODE IS SPECIAAL GEMAAKT VOOR ALLE MODEPROFESSIONALS EN BIEDT RETAILNIEUWS, TRENDS, CARRIÈRETIPS EN INSPIRATIE. ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN. NIETS VAN DEZE WEBSITE MAG ZONDER VOORAFGAANDE SCHRIFTELIJKE TOESTEMMING WORDEN OVERGENOMEN OF VERMENIGVULDIGD.
