

# BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | [www.frta.nl](http://www.frta.nl) | E-mail: [froelfsema@frta.nl](mailto:froelfsema@frta.nl)

## De vrouwelijke klant.

Velen van jullie werken in de meeste gevallen met vrouwelijke klanten. Je zou rustig kunnen stellen dat meer dan 90% van je klanten, vrouw zijn. Velen van jullie zullen zeggen, dat is gelukkig. En wees eerlijk, jij als vrouw, voelt een vrouw ook beter aan.

Het is niet voor niets dat er vele boeken zijn verschenen over de verschillen tussen man en vrouw. Zo zou de een van Mars komen en de ander van Venus. Kennen vrouwen meer dan vijftig tinten grijs, terwijl je alleen maar “grijze pakken” mannen tegen komt.

Een verschil is er dus wel degelijk. Echter is de vraag wel; zijn vrouwen makkelijker als klant dan mannen?.

Niets blijkt minder waar in deze tijd. Al enige tijd geleden is er een onderzoek gestart waarbij het aankoop gedrag van mannen en vrouwen tegen het licht is gehouden. En de stelling daaruit is helder en duidelijk. Vrouwen zijn bij aankopen rationeler dan mannen. Het grote misverstand is misschien in deze Blogboost nu wel aan het licht gekomen, maar het is een feit dat mannen zich vooral laten leiden door emoties bij een aankoopbeslissing.

Vrouwen blijken langer te wikken en te wegen. De vrouwen wegen zeer sterk de voors en tegens af tegen elkaar voordat zij een besluit en of beslissing nemen. Bovendien blijkt dat vrouwen ook eerder geneigd zijn om reclameteksten te lezen. En dan te bedenken dat vrouwen door menig reclamemaker nog steeds als stereotype wordt neergezet. En waarom?

Heel duidelijk nog steeds met de gedachte dat de vrouw op basis van emotie beslist. Maar je weet inmiddels als geen ander dat dit niet het geval is.

Nu zijn er natuurlijk ook heel veel mannelijke reclamemakers. Een mogelijke verklaring. Zeker in deze tijd blijkt dat vrouwen er veel verschillende rollen op na houdt. Denk maar eens aan het feit dat de meeste vrouwen de combinatie van een carrière buitenshuis met de rol van huisvrouw en moeder combineren. Dat zorgt voor een veelzijdig bestaan in dat vrouwen leven. In je aankoop proces en ook tijdens de therapiebehandelingen dien je hier dus wel degelijk rekening mee te houden.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blog boost:

De vrouwelijke klant	1
7 stappen brengen .....	2



Niet de emotie maar de rationaliteit speelt de boventoon. Rationeel komt van het woord ratio en betekent verstand en of met rede. Alles wordt dus beredeneerd. Alles komt langs die ene knop van verstand. Daarom verdient het aanbeveling om vrouwen, dus ook 90% van je klanten, cliënten te benaderen vanuit hun persoonlijkheid en gevoel.

Pin deze niet vast op een bepaald type. Nog leuker wordt het als je eens in de spiegel kijkt naar je zelf. Want bent je ook geen werkende vrouw die dit combineert met een rol als moeder en zorgzaam echtgenoot? Precies!

Ook jij kent die gevoelens van rationeel denken. Ook jij komt veelvuldig in de rol van je klanten. Je weet dus als geen ander wat de vrouwelijke klanten allemaal moeten doorstaan. Dus haal hier je voordeel uit. Zorg ervoor dat je zo te werk gaat dat je therapiepraktijk, je behandelingen, je verkoop proces en je reclame en of promotie in gaat op de leefwereld van de vrouwelijke consument. Probeer het inlevingsvermogen te vinden dat je kan meehelpen op al de voorgaande processen voor nog meer marketing succes en verkoop succes te kunnen ontwikkelen.

Je zal merken dat na verloop van tijd dit het meeste effect zal sorteren. Je ziet het vrouwelijk ondernemerschap wordt op deze manier nog eenvoudiger. En bij emotie, verkoop het aan een man, inclusief leuke verpakking en een strik, met daarboven op een aantal proefjes. Succes verzekert! En denk eraan: vrouwen hebben elkaar door, maar mannen begrijpen zichzelf niet.

## De eigenschappen

Arbeidspsychologe, Goudje Haadsma heeft in tal van publicaties aan gegeven waarom vrouwen ook beter verkopen. En er zijn een paar simpele voorbeelden door haar gegeven. Bijvoorbeeld door dat vrouwen betere luisteraars zijn.

Die relaties bouwen ze veelal op door veel te luisteren. Sales personen staan er vaak om bekend dat ze veel praten, ondanks dat ieder commercieel persoon weet dat de kern van sales ligt in het luisteren naar de klant. Uit onderzoek blijkt dat vrouwen in sales 80% van hun sales gesprek spenderen aan luisteren, en slechts 20% zelf praten. Dit tegenover een gemiddelde salespersoon die 40% spreekt en 60% van de tijd luistert.

Vrouwen vragen ook beter door vergeleken met hun mannelijke collega's. Daar waar mannen vaak aannames doen op basis van hetgeen zij horen, vragen vrouwen nog even door om boven water te krijgen wat er echt wordt bedoeld. Hierdoor haken vrouwen beter in op wat de klant vertelt en krijg de klant het gevoel serieus te worden genomen.

Zo zijn vrouwen goed in staat een oplossing aan te dragen die aansluit op de behoefte van de klant en hebben ze zo een hoog succesratio.

Een andere reden waarom vrouwen het goed doen in sales, is hun grote motivatie. Het aantal vrouwen in managementfuncties loopt nog steeds sterk achter op het aantal mannen. Veel bedrijven vinden het steeds belangrijker om de diversiteit van de werkvloer ook in het management op te nemen.

Voor vrouwen creëert dit nieuwe kansen om hoger op te komen. "Een klant vertelde mij over zijn ervaring met een vrouwelijke sales, moeder van 2 jonge kinderen, die 4 dagen per week werkt. Zij kon haar werk als geen ander plannen, zowel haar activiteiten bij de klant maar ook intern in het bedrijf.

En staat er een belangrijke klanten sessie op haar vrije dag gepland, dan regelt ze dit met het thuisfront en zorgt ze dat ze er is. Om niet onder te doen voor haar sales collega's werkte ze ook nog eens 5 dagen in die 4 dagen."

Dus denk aan jullie eigen inzet en luistervaardigheid binnen je therapie praktijk.

## Zomaar een weetje.

De klant

**Is klant mannelijk, vrouwelijk of onzijdig?**

klant is mannelijk

**Meervoud van klant?**

de klanten

**Elk of Elke klant?**

Elke klant

Aanwijzend voornaamwoord klant

Die klant

Bezittelijk voornaamwoord klant

Onze klant

Een klant of consument is de afnemer van bepaalde goederen of diensten. Deze producten worden door de klant betaald. Klanten kunnen worden onderscheiden in vaste klanten, potentiële nieuwe klanten en (nog) onbekende klanten. Een vaste klant heeft al eerder een product of dienst afgenomen. Allerlei zaken kunnen ertoe hebben geleid dat de klant met tevredenheid opnieuw langskomt. Nieuwe klanten maken voor het eerst kennis met een winkel of organisatie en dienen overtuigd te worden van de wijze waarop producten en diensten worden aangeboden. In het gunstige geval gaan ook deze klanten uiteindelijk tot de groep vaste klanten behoren.

Onbekende klanten hebben nog nooit van het bedrijf gehoord of zijn er nog nooit langs geweest. Zodra de klant toenadering zoekt tot het bedrijf wordt het automatisch een potentiële nieuwe klant.

