

Vergroot uw 'gun-factor'

Klanten kiezen niet altijd persé voor de goedkoopste offerte. Wel kiezen ze voor betrouwbaarheid, professionaliteit en een vriendelijke benadering. Zorg ervoor dat ze ú de opdracht gunnen. Uiteraard behandelt u uw klanten zoals u zelf ook behandeld wilt worden. Want u haakt toch ook af bij een onverzorgde website, een onbeantwoord telefoontje en een onduidelijke offerte?

Met deze tips verhoogt u uw gunfactor:

- **Zorg dat u een overzichtelijke en professionele website met een duidelijke contactpagina heeft.**
- **Lever nette offertes.** Geef daarin duidelijk aan wat nodig is voor het behalen van een PKVW-certificaat. En wat aanvullende maatregelen zijn.
- **Wees bereikbaar.** Bent u zelf niet in de gelegenheid om de telefoon op te nemen? Schakel uw telefoon dan door naar een bedrijf dat uw telefoontjes voor u kan beantwoorden. Buiten dat heeft u natuurlijk een vriendelijke maar zakelijke afwezigheidsmelder ingesproken en belt u snel terug.
- **Zet - als erkend PKVW-bedrijf zijnde - het PKVW-logo in.** Gebruik deze op:
 - uw eigen website;
 - flyers, advertenties, offertes;
 - bijeenkomsten en voorlichtingsavonden. Hiervoor zijn ook een banner, presentaties, filmpjes, animaties, relatiegeschenken en folders beschikbaar.
- **Vertel wat u komt doen als u een woning inspecteert.** Mensen zijn terughoudend om iemand hun woning binnen te laten. Neem dit weg door uit te leggen wat u precies doet. Leg uit dat u niet alleen monteert, maar ook adviseert. En dat dit advies ook over verlichting, achterpaden, rookmelders en sociale controle gaat. Laat weten dat u kennis heeft van gecertificeerd hang- en sluitwerk en ook woning-/klantspecifieke preventietips geeft. Verwijs vooraf naar de website politiekeurmerk.nl zodat mensen zich kunnen inlezen. Er is ook een animatie beschikbaar 'Wat doet de PKVW-expert?'. Hier kunt u naar verwijzen op uw eigen site of u kunt de link van YouTube doorsturen naar de klant.
- **Neem bij een adviesgesprek up-to-date foldermateriaal mee en een leuk presentje.** Denk daarbij aan het kostbaarste bezit van mensen: hun kinderen. Laat bijvoorbeeld een kleurplaat, een spelletje of een strandbal voor hen achter. Zijn er geen kleine kinderen aanwezig, dan zijn er voldoende andere leuke weggevertjes beschikbaar in de CCV-webwinkel.

Wij bieden divers PKVW-materiaal tegen kostprijs aan, zoals een usb-stick, markeerstift, memoblokje in de vorm van een huisje, winkelwagenmuntje, etc.

- **Kom uw afspraken na.** Als u zegt dat u binnen twee dagen een offerte stuurt, doe dat dan ook.
- **Evalueer uw werk.** Neem binnen drie maanden na het opgeleverde werk nog eens contact op. Vraag uw klant of hij tevreden was, of dat er dingen beter kunnen. Dat wordt zeker gewaardeerd. Vraag uw klanten of ze klachten en opmerkingen aan u doorgeven. De positieve referenties kunnen ze op uw site of via social media plaatsen. Onderschat de kracht van mond-tot-mond reclame niet.
- **Deel een wijkkaartje uit.** Uit onderzoek over gedragsbeïnvloeding blijkt dat de invloed van burens op bepaalde aankopen groot is. Dus als iemand in de straat het heeft, willen de burens het ook. Laat daarom bij de buurman ook uw gegevens achter en vertel dat u in deze buurt beveiligingsmaatregelen heeft aangebracht. Via de webshop kunt u hiervoor het **PKVW-wijkkaartje** tegen kostprijs kopen. U kunt uw visitekaartje eenvoudig in het wijkkaartje plaatsen.
- **Wees betrokken bij uw klanten.** Persoonlijke aandacht werkt. U kunt bijvoorbeeld een kerstkaart sturen met daarop een handgeschreven tekst als: Wij wensen u een veilig jaar toe. Ook in [jaar] staan wij u klaar. Informeer eens naar de net geboren baby. Of complimenteer ze met de mooi aangelegde tuin. Kies datgene wat bij u past, het moet natuurlijk wel gemeend overkomen.

