

Optimale online klantbeleving: meer personalisatie en vertrouwen dankzij guided selling

Michiel Baart



**happy
horizon**

Het creëren van een optimale klantbeleving is cruciaal voor succes. Consumenten verwachten niet langer eenheidsworst, maar verlangen naar producten en ervaringen die naadloos aansluiten bij hun individuele wensen en behoeften. Een effectieve strategie om aan deze vraag te voldoen én tegelijkertijd het vertrouwen van klanten te winnen, is guided selling.

De kracht van guided selling

Guided selling is een aanpak waarbij potentiële klanten op een gestructureerde en interactieve manier door het aankoopproces worden geleid. Het doel is om hen te helpen de perfecte keuze te maken door middel van relevante informatie, duidelijke opties en directe feedback. In plaats van overweldigd te worden door een breed scala aan mogelijkheden, worden klanten stap voor stap begeleid naar een product dat aan hun specifieke eisen voldoet. Ze kunnen zo zelf aan de knoppen zitten. Deze methode overstijgt een simpele productcatalogus. Het is een actief proces waarbij de aanbieder de klant ondersteunt en adviseert, vergelijkbaar met de interactie in een fysieke winkel, maar dan in een digitale omgeving. Door de klant aan de hand te nemen, worden drempels weggenomen en wordt het aankoopproces vereenvoudigd en inzichtelijker.

Personalisatie als resultaat van begeleiding

Een van de belangrijkste voordelen van guided selling is de mogelijkheid tot vergaande personalisatie. Door de klant gerichte vragen te stellen over hun wensen en behoeften, kan een guided selling systeem de beschikbare opties filteren en presenteren die het meest relevant zijn. Dit resulteert in een gepersonaliseerde ervaring waarbij de klant zich gehoord en begrepen voelt.

Neem bijvoorbeeld de aankoop van een op maat gemaakte deur. In plaats van een on-

overzichtelijke lijst met specificaties, kan een guided selling tool de klant vragen naar de gewenste stijl, afmetingen, kleur, glasopties en accessoires. Op basis van deze input wordt direct een visuele weergave van de ideale deur getoond, inclusief een transparante kostenberekening. Deze mate van interactie en personalisatie verhoogt de betrokkenheid van de klant en creëert een emotionele connectie met het product.

Vertrouwen winnen door transparantie en controle

Guided selling draagt significant bij aan het winnen van klantvertrouwen. Door het proces inzichtelijk en transparant te maken, voelen klanten zich zekerder in hun beslissingen. De mogelijkheid om het eindproduct visueel te ervaren voordat de aankoop wordt afgerond, reduceert de onzekerheid en het risico op teleurstellingen en retouren.

Wanneer klanten de controle hebben over het samenstellen van hun ideale product en tegelijkertijd real-time feedback ontvangen over de mogelijkheden en consequenties van hun keuzes (denk aan prijs, mogelijke accessoires en levertijd), ontstaat er een gevoel van zekerheid en vertrouwen in de aanbieder. Dit is essentieel in een online omgeving waar fysieke interactie ontbreekt. Een transparant proces leidt tot minder retourzendingen en versterkt de geloofwaardigheid van het merk.

De configurator: een krachtige tool voor guided selling

Een uitstekend voorbeeld van een tool die guided selling en personalisatie mogelijk maakt, is een online configurator. Een configurator is een digitale tool die klanten in staat stelt om producten op maat te configureren door verschillende (technische) opties en specificaties te selecteren. Dit gaat verder dan een samensteller, die ook gebruikt kan worden om klanten te helpen in hun aankoopproces. Een configurator biedt namelijk meer keuzevrijheid en flexibiliteit dan een samensteller. De configurator zorgt er daarnaast voor dat de gekozen opties ook daadwerkelijk compatibel zijn met elkaar en het eindproduct werkt zoals gewenst.

Deli Home praktijkcase

Happy Horizon heeft in samenwerking met Deli Home (bekend van merken als CanDo, Bruynzeel en Skantrae) een geavanceerde online configurator ontwikkeld voor CanDo deuren. Michiel Baart, Business Development Director bij Happy Horizon, benadrukt: "Met een simpele samensteller red je het vandaag de dag niet meer. Deze configurator vertaalt complexe productregels, afhankelijkheden en technische specificaties naar een gebruiksvriendelijk keuzemenu." Deze configurator biedt een intuïtieve en visueel aantrekkelijke interface waarin consumenten stap voor stap hun ideale deur kunnen samenstellen. Ze kunnen kiezen uit verschillende stijlen, afmetingen, kleuren, glas opties en accessoires, terwijl het systeem direct de kosten berekent en een realistische weergave van het eindproduct toont.

Voordelen voor retailers en consumenten

De implementatie van een configurator heeft significante voordelen voor zowel retailers als consumenten:

- **Meer klanttevredenheid:** Consumenten kunnen eenvoudig hun droomdeur samenstellen, wat leidt tot een hogere tevredenheid en minder retourzendingen.
- **Efficiënter verkoopproces:** Winkelmedewerkers besteden minder tijd aan complexe productuitleg, omdat de configurator de consument door het gehele proces leidt.
- **Kortere doorlooptijd:** de klant kan zelf het bestelproces doorlopen en direct een offerte aanvragen.
- **Het combineren van wensen van verschillende leveranciers:** aan de voorkant voor de klant één overzichtelijke configurator met alle opties, terwijl alles achter de schermen gescheiden is voor leveranciers.
- **Hogere conversie en omzet:** De visuele weergave, guided selling-methodiek en directe prijsberekening verleiden consumenten eerder tot aankoop.
- **Naadloze integratie met retailketens:** De software kan volledig worden geïntegreerd in systemen van retailers of leveranciers, waardoor bestellingen efficiënt en foutloos worden verwerkt.
- Een product configurator zorgt ervoor dat alleen technisch en commercieel haalbare configuraties worden gegenereerd, wat leidt tot minder fouten, snellere verwerking en een efficiënter productieproces.

De toekomst van personalisatie en guided selling

De succesvolle uitrol van de CanDo deuren-configurator is een voorbeeld van hoe digitale innovatie de retailmarkt kan transformeren. De combinatie van personalisatie en guided selling via een configurator vereenvoudigt het aankoopproces, verhoogt de klanttevredenheid en stimuleert de omzet. Gezien de toenemende vraag naar gepersonaliseerde oplossingen, zal deze technologie een sleutelrol blijven spelen in de toekomst van de detailhandel. Een belangrijke ontwikkeling is de verdere integratie met personalisatie. Toekomstige systemen voor guided selling zullen steeds beter in staat zijn om individuele klantprofielen, gedragspatronen en specifieke voorkeuren te analyseren. Dit maakt een nog nauwkeurigere en relevantere begeleiding mogelijk, bijvoorbeeld door middel van AI-gestuurde aanbevelingen die verder kijken dan alleen producteigenschappen en ook de aankoopcontext en persoonlijke smaak in overweging nemen. Personaliseren zou zelfs zo ver kunnen gaan dat je op basis van voorkeuren in een soort vooraf gedefinieerde configuratie komt. Dus de configuratie stappen zijn dan al deels voor je ingevuld.

We kunnen ook verwachten dat guided selling zich zal uitbreiden naar meer productcategorieën en diverse sectoren. Hoewel de huidige voorbeelden vaak in specifieke branches te vinden zijn, is de behoefte aan maatwerk en begeleiding door consumenten een breed gedragen wens die niet beperkt is tot één type product.

Een andere belangrijke ontwikkeling is de focus op naadloze omnichannel-ervaringen. Klan-

ten bewegen zich steeds vaker tussen verschillende online en offline kanalen. Toekomstige strategieën voor guided selling zullen daarom gericht zijn op het creëren van consistente en geïntegreerde ervaringen op alle contactpunten, zoals webwinkels, mobiele apps, sociale media en fysieke winkels.

De grote hoeveelheid first-party-data die gegenereerd wordt door guided selling processen zal in de toekomst nog beter benut worden door middel van geavanceerde data-analyse. Bedrijven zullen steeds beter in staat zijn om inzichten te verwerven in de behoeften van klanten, knelpunten in het verkoopproces en effectieve begeleidingsmethoden. Dit zal leiden tot een continue optimalisatie van de guided selling tools en strategieën, waardoor ze nog beter presteren in het verhogen van klanttevredenheid en verkoopresultaten.

Tot slot zal er een sterke nadruk blijven liggen op **gebruiksgemak** en **toegankelijkheid**. Tools voor guided selling moeten intuïtief zijn en een prettige ervaring bieden voor alle gebruikers, ongeacht hun technische vaardigheden.

Bedrijven die investeren in guided selling strategieën en tools zoals configuratoren, zullen dus niet alleen een betere klantervaring bieden, maar ook een duurzaam concurrentievoordeel creëren.

Wil jij jouw klanten ook beter begeleiden en zo jouw conversie verhogen? Neem contact met me op om de mogelijkheden van guided selling te bespreken.



Michiel Baart,
Business Development Director bij Happy Horizon

**Wil je meer weten? Mail info@happyhorizon.com
of kijk op happyhorizon.com**

**happy
horizon**

happy horizon

marketing | technology

