

GUIDO THYS

Wat doe ik tijdens deze presentatie?

- aanspreken, aan het denken zetten
- verhouding boodschap/humor: 50/50
- duur: 45-60 minuten
- voor elk publiek
- van elke omvang

Onderdelen:

- interactieve brainstorm
- de beste anekdotes van Guido Thys
- beschrijving Doosjesconcept
- beschrijving 3+ succesfactoren

Contact:

Michelle Cortie

michelle@guidothys.nl

Hobrede 9

1477 EH Hobrede

06-81629401

www.guidothys.nl

Presentatie: Klanten Wegjagen

Honderden tips en technieken met Guido Thys

Dit is de meest succesvolle presentatie van Guido Thys. Ze betekent gegarandeerd een uur entertainment van het hoogste gehalte. Maar tegelijk realiseren de deelnemers zich dat ze eigenlijk om zichzelf en hun niet altijd even klantvriendelijke gedrag lachen.

Na een korte inleiding wordt gezamenlijk geconcludeerd dat klanten eigenlijk etters zijn, die het best zo ver mogelijk weggejaagd kunnen worden. Vervolgens wordt rond een aantal vooraf bepaalde aandachtsgebieden gebrainstormd, om de beste technieken daarvoor te definiëren. De deelnemers zijn daarmee verzekerd van hun statuut van Actief Lid van de Klanten Wegjaag-Club.

Het unieke van deze presentatie is de onconventionele benadering. Deze is voor alle deelnemers een complete verrassing en zorgt ervoor dat er - letterlijk - nog maanden over nagepraat wordt.

Deze presentatie is geschikt voor iedereen, ook diegenen die denken geen klantcontacten te hebben (want zij hebben natuurlijk interne klanten). Door het feit dat de aandachtspunten aan de organisatie worden aangepast en de zaal zeer actief meewerkt, is de presentatie gegarandeerd maatwerk. Er is geen bovengrens aan het aantal deelnemers (nou ja, vanaf 1.500 moeten we speciale maatregelen nemen)

Er zijn speciale versies “Klanten Wegjagen via de Telefoon”, “Beursbezoekers Wegjagen”, en een op dezelfde leest geschoeide presentatie “Veranderingsprocessen Tegenhouden”.

Na deze presentatie heeft uw publiek:

- ☒ een onderhoudende sessie achter de rug, waarvan zij een aantal trefwoorden nog lang zullen gebruiken;
- ☒ een globaal idee gekregen van de verschillende soorten verwachtingen die klanten hebben;
- ☒ een aangescherpt bewustzijn dat klanten tijdrovers zijn en zo snel mogelijk de deur uit moeten - of omgekeerd.....;
- ☒ het besef gekregen dat vele aspecten van klantwaarde uit kleine details bestaan en dat zij daar een cruciale rol bij spelen.