

Les 5 Koning(in) klant

Tijdens deze les denken de leerlingen na over hoe bedrijven ervoor zorgen dat hun klanten bij hen terecht komen en ook blijven terugkomen. Hoe behandel je een klant? Is een klant altijd koning? En wat doe je met klachten? Ze bespreken met elkaar wat slimme manieren zijn om op reviews te reageren en ze zien hoe enkele grote bedrijven dat aanpakken. Totale duur: 1 lesuur.

LESOPBOUW

- Introductie: Wat moet je doen om klanten jou te laten vinden?
- Verdieping: Hoe behandel je een klant?
- Doen: Oefenen met klantcontacten.

VOORBEREIDING & BENODIGDHEDEN

Van tevoren kun je een aantal dingen doen:

- Lees de handleiding en bekijk de lesbrieven.
- Digibord met internetverbinding: klik door de slides voor op het digibord.

DIFFERENTIATIE

Laat de leerlingen zich verdiepen in hoe klantenservices werken. Gebruiken ze speciale protocollen? Is het handig om met een soort route van antwoorden te werken? Laat ze iemand interviewen die bij een helpcenter werkt.



BURGERSCHAP

In deze les staat de pijler 'identiteit' centraal, waarbij de focus ligt op het ontwikkelen van de houding 'Reflecteren op de eigen opvattingen en gedragingen in relatie tot algemeen aanvaarde waarden en normen' (leerdoel 9 VO leerplankader SLO burgerschapsonderwijs en mensenrechteneducatie). Hoe verhoud je je tot een klant? Is een klant altijd koning? En hoever mag een klant gaan bij het geven van een review, wat wordt nog algemeen geaccepteerd en wat niet? De leerlingen gaan over deze vragen nadenken.



ETHIEK

Positieve reviews zijn enorm belangrijk voor bedrijven. Het voorkomen van negatieve reviews is bijna niet te doen, je kunt nu eenmaal niet iedereen tevreden stellen. Maar wat nu als een bedrijf negatieve reviews kan verwijderen? Of als zij zelf positieve reviews plaatsen met fictieve namen? Of als ze positieve reviews kopen? Waar ligt hier de grens, wat vinden de leerlingen? En klanten zelf, zij hebben ook macht. Een review over hoe slecht de bediening was, kan ervoor zorgen dat een klein, beginnend restaurant het niet gaat redden, terwijl die ober misschien nog een beetje ingewerkt moest worden die avond. Als klant heb je nu veel macht, omdat iedereen jouw review online kan lezen. Waar ligt daar de grens?

DOEL VAN DE LES

Domein curriculum 2021	Leerdoelen digitale vaardigheden	Kerdoelen	21st century skills
1 Digitale economie DG6.2 Digitale marketing.	1 Mediawijsheid De leerling kan informatie vergelijken van verschillende media en verschillen daarin verklaren.	Economie en ondernemen K/EO/6: Webshop K/EO/6.1 Deeltaak: De leerling kan een eigen webshop bedenken, ontwikkelen en onderhouden, rekening houdend met doelgroep, assortiment en marktpositie.	1 Communiceren
	2 Mediawijsheid De leerling heeft inzicht in de normen en waarden bij het gebruik van media en kan dit inzicht toepassen bij het gebruik en ontwerp van media-uitingen.		2 Kritisch denken

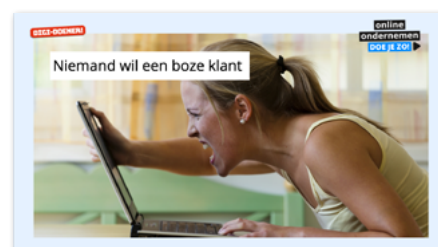
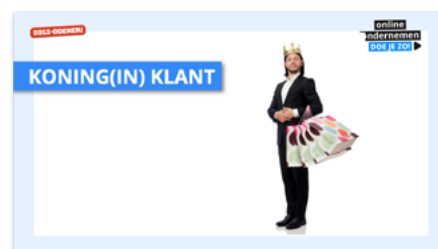
INTRODUCTIE

Openingslide

Koning(in) klant

Slide 1, Klassikaal

Leg aan de leerlingen uit dat deze les gaat over het omgaan met klanten als je een webshop hebt. Klanten die iets bij je bestellen gaan ervan uit dat ze een goed product krijgen en dat de service goed is. Die klanten komen ook bij je terug. Toch gaat er weleens iets fout, ook die klanten moet je bedienen. Bespreek met de leerlingen welke ervaringen zij hebben met slechte service of misschien wel aan de andere kant: met boze klanten. Hoe pakken ze dat aan? De titel van de les is: Koning(in) klant. Bespreek of de leerlingen het ermee eens zijn dat de klant altijd koning is. Wanneer niet? En wat kunnen de gevolgen zijn? Hoe ver ga je om het een klant naar de zin te maken? Leg uit dat je je moet verdiepen in klanten voordat je echt kunt beginnen met je online bedrijf.



VERDIEPING

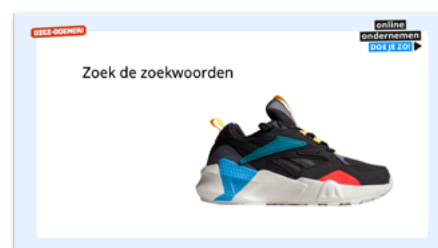
Slide 2, Klassikaal

Eerst moet je ervoor zorgen dat klanten naar je winkel komen, dat doe je door hoog in de zoekmachines te scoren. Vraag de leerlingen om goed te luisteren en te proberen de kern van de video in woorden op te schrijven. Bekijk samen de video over teksten schrijven voor je webshop. Wat halen de leerlingen eruit? (Je moet zoekmachinewoorden bedenken op basis van jouw product, je maakt een productomschrijving met drie van deze woorden, je voegt een actieknop toe aan je product in de winkel, doe net of je de klant bent, gebruik positieve woorden.)



Slide 3, Doen

Geef de leerlingen in kleine groepjes lesbrief 1. Geef de opdracht: schrijf in één minuut zoveel mogelijk woorden op die te maken hebben met deze sneaker. Geef na één minuut een signaal. De leerlingen krijgen nu de tijd om drie woorden uit te zoeken waarvan zij denken dat het de ultieme zoekwoorden zijn bij de sneaker. Ze maken met die drie woorden een 'wervende' zin. Vergelijk de zinnen van de verschillende groepjes met elkaar. Welke woorden gebruikt iedereen en welke woorden lijken 'uniek' te zijn? Hoe komt het dat niet alle woorden en zinnen hetzelfde zijn?



Slide 4, Doen

Eén van de tips uit de video was dat je een actieknop moest maken bij je product. Daar zijn verschillende manieren voor. Geef de leerlingen lesbrief 2. De sneaker staat hier in de 'winkel'. Laat leerlingen goed nadenken op welke manier zij een actieknop zouden maken. Misschien wel meerdere? Laat ze de knop(pen) tekenen en een passende wervende tekst bij de sneakers schrijven. Geef ze er maximaal tien minuten voor en laat de leerlingen daarna rondlopen om bij elkaar te kijken. Zijn er veel verschillende keuzes gemaakt? Welke argumenten hebben de leerlingen



om veel of weinig actieknoppen te gebruiken? Wat vinden ze zelf fijn als ze online shoppen? Of wat vinden ze irritant?

Slide 5, Klassikaal

Vertel: Je hebt je product de juiste zoekwoorden gegeven, je hebt er een wervende tekst bij gemaakt én je hebt een actieknop toegevoegd. De mensen gaan je product kopen. En dan nu... de reviews!

Bespreek of de leerlingen zelf weleens een review schrijven en waarom bedrijven reviews belangrijk vinden (en heel vervelend).

Slide 6, Klassikaal

Vertel: De klant is koning, dus het is belangrijk dat je op reviews positief reageert. Maar bij een groot bedrijf als de NS durven ze weleens wat brutaler te reageren.

Slide 7, Klassikaal

Vertel: Coolblue is een goed voorbeeld van creatief omgaan met reviews. Hun klant is koning, maar wel met humor.

Slide 8, Klassikaal

Vertel: Ook KLM durft haar klanten met humor te benaderen.

Slide 9, Klassikaal

Vertel: Altijd beleefd blijven kan ook een heel sterk antwoord zijn.

DOEN

Slide 10, Groepswerk

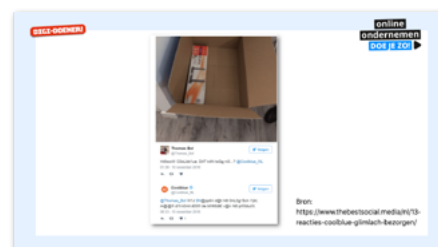
Geef de leerlingen in tweetallen of kleine groepjes lesbrief 3. Laat ze op alle reviews een passend antwoord schrijven. Geef ze mee dat ze goed op de toon van de reviewer letten voordat ze antwoord geven. De kunst is om in te schatten welke toon je wanneer gebruikt. Bespreek een aantal antwoorden na afloop.

AFRONDING

Slide 11, Klassikaal

Trek met de leerlingen een conclusie. Bijvoorbeeld: Als je een product wilt verkopen, moet je de klant goed bedienen en het winkelen makkelijk maken. Maar een klant kan koningin of koning blijven als hij of zij zich ook koninklijk gedraagt.

 Wat vinden de leerlingen ervan dat bedrijven soms reviews manipuleren? Of zelfs kopen? Voor een klein, net beginnend restaurant is



het misschien niet erg als ze hun moeder vragen om online te schrijven dat het eten zo lekker was. Iedereen moet ergens beginnen, maar waar ligt de grens? Hoe weten klanten nog welke review belangrijk is om hun keuze op te baseren? En aan de andere kant: hoeveel macht heb je als klant als je een slechte review schrijft en een bedrijf in de problemen brengt?