

Klein hoeftblad



Vakblad aangepast paardrijden

*Mogelijkheden
voor sponsoring en
fondsenwerving!*

Klantbeleving

*Hoe zorg je
er voor dat klanten
prijsstijgingen
begrijpen?!*

Voorwoord

Tijdens het samenstellen van dit Klein Hoefblad waren de algemene beschouwingen in de tweede kamer. Bestaanszekerheid lijkt het centrale thema te zijn. Er wordt via de tweede kamer aan de rijksbegroting gesleuteld en via creatieve meerderheden wordt geregeld dat de brandstofprijzen niet met extra accijns verhoogd worden en ook de energiebelasting wordt niet verder verhoogd. De BTW op onder andere hooi, stro en krachtvoer lijkt wel verhoogd te gaan worden naar 21%. Deze BTW verhoging treft alle paardenhouders. Dat heeft ons geïnspireerd om in dit Klein Hoefblad aandacht te besteden aan de bedrijfsmatige kant van ons werk.

Hierdoor is deze editie van het Klein Hoefblad misschien minder ter vermaak maar wellicht wel ter lering!

Jenneke Nijhof & Bineke de Vries

LID WORDEN

Wil je ook op de hoogte blijven over alles rondom aangepast paardrijden & Paardencoaching

Klein Hoefblad verschijnt 3x per jaar.

Abonnementen op het blad kosten € 16,-. Indien U een machtiging tot automatische incasso afgeeft, kost het blad slechts € 14,-.

Abonnees woonachtig in het buitenland betalen € 19,-.

Lid worden kan op de website www.klein-hoefblad.nl of door een mail te sturen naar info@klein-hoefblad.nl

Redactie

Bineke de Vries

Jenneke Nijhof-Verhoef

Redactie emailadres

info@klein-hoefblad.nl

Website

www.Klein-hoefblad.nl

COLOFON



INHOUDSOPGAVE



Voorwoord

3



Lid worden

3



Column: Paardenmiep

5



Mogelijkheden voor sponsoring en
fondsenwerving!

6



Klantbeleving

8



Wijziging ophalen paardenmest per 2023 12



Hoe zorg je ervoor dat klanten prijsstijgingen
begrijpen?!

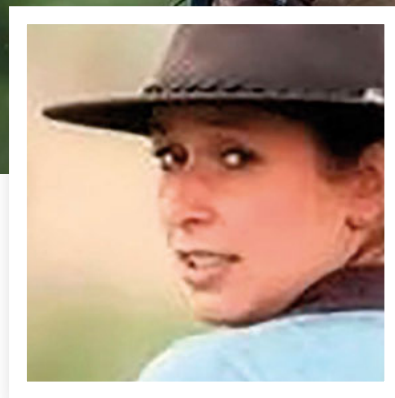
14

Column

PaardenMiep



Verandering hoeft niet altijd beter te zijn



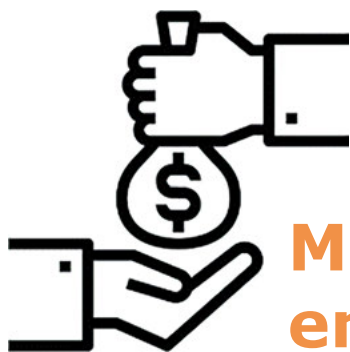
In mijn paardenwerk verbeter ik het welzijn van ruiter en paard door een verandering te maken in houding, zit en beweging. En toch hoeft die verandering niet altijd beter te zijn.

Zo had ik laatst een amazone in mijn les die wel meer contact mocht nemen met haar stijgbeugel. Door meer contact te maken, ontwikkelt ze meer bewustzijn in die voet en kan ze meer draagvlak ontwikkelen in die voet. Wanneer de voet meer draagvlak heeft, kan de enkel als schokbreker functioneren en kan de ruiter meer in balans in het lichaam komen. Door het zenuwstelsel te activeren en een hulpmiddel onder de voet te plaatsen kan ik deze verandering maken. Wanneer het hulpmiddel verdwenen is, stuurt het brein het lichaam hierin aan. Resultaat een beter functioneel lichaamsgebruik. In dit geval was dat niet waar. Het is echt heel erg maar ik heb smakelijk staan lachen om een amazone die niet eens in staat was om te lichtrijden. De verandering die ik maakte leidde dus niet tot verbetering maar tot verslechtering.

Verandering hoeft en kan niet altijd beter zijn. Zo was ik laatst op een nieuw evenement dat de verandering

wilde maken en duidelijk wilde demonstreren dat welzijn en paardensport wel samen kunnen gaan. Aangezien ik nog steeds wil geloven dat dat echt kan, kocht ik een kaartje. 64 euro betaalde ik voor een evenement dat de verandering in de paardensport aan mij beloofde. Tijdens de eerste demonstratie moest ik erkennen, verandering is niet altijd beter. De opzet was anders maar zo lang als ik nog steeds naar paarden in een demonstratie moet kijken die niet regelmatig zijn, is de verandering voor mij echt niets beter.

En dat is zo mooi aan het vak, therapeutisch paardrijden. We streven niet naar verbetering van houding, zit en inwerking van de ruiter. We zijn dolblij met de effecten die de ruiter mag ervaren van het paardrijden. Denk aan bijvoorbeeld eindelijk geen last meer van die vervelende spasmes. En yes Greet heeft eindelijk vandaag weer eens goed gescheten. De ruiter die een rondje op de rug van het paard maakt om even totale ontspanning te mogen ervaren. Het doel in dit rijden is dat het rijden mag bijdragen aan het welzijn van de ruiter buiten het paard om. We streven hier niet naar verandering want we weten dat dat voor onze ruiters niet altijd beter is.



Mogelijkheden voor sponsoring en fondsenwerving!

Hippische bedrijven die activiteiten aanbieden voor mensen met een beperking spelen vaak een grote rol in het verbeteren van de kwaliteit van leven van hun ruiters en deelnemers. Het is een bekend gegeven dat er een aantal factoren zijn die lessen en andere activiteiten aan mensen met een beperking minder rendabel maken dan lessen en activiteiten aan reguliere ruiters. Om de tekorten in de exploitatie aan te vullen is het nuttig om binnen je bedrijf te kijken naar mogelijkheden voor fondsenwerving en sponsoring. Het is geen nieuw thema maar we denken toch dat het de moeite waard is om ter inspiratie een aantal mogelijkheden op een rij te zetten.

Donaties

Een laagdrempelige en simpele manier om mensen een donatie te laten doen is natuurlijk een collectebus op de bar in de kantine. Maar je kan ook lokaal een meer gestructureerd donatie programma opbouwen door via lokale evenementen en social media aan te geven waar je donaties voor vraagt en dit ook duidelijk kenbaar te maken binnen je bedrijf en in je omgeving. Wanneer zo'n lokale actie ieder jaar in dezelfde periode plaatsvindt creëer je door de kracht van de herhaling, herkenning en commitment bij je publiek.

Sponsoring door bedrijven

Veel bedrijven hebben de bereidheid om zich te verbinden aan lokale goede doelen. Maneges met een ANBI status zijn voor bedrijven aantrekkelijk omdat een gift aan een ANBI fiscaal voordelig is. Het sponsoren van een specifiek project of evenement is aantrekkelijk voor zowel de sponsor als het bedrijf. Het is belangrijk om te zorgen dat sponsors de aandacht en de publiciteit krijgen die ze verdienen met hun ondersteuning aan je manege.

Subsidies

Voor projecten en incidentele investeringen is het vaak mogelijk om de financiering ten dele met subsidies te dekken. Fondsen hebben meestal specifieke voorwaarden om een subsidie toe te kennen. Er zijn bijvoorbeeld fondsen die een historische binding hebben met een bepaalde plaats of regio of fondsen met een specifiek doel.

Doe voor het doen van een aanvraag goed onderzoek naar de voorwaarden, zodat je de aanvraag zo gericht mogelijk kan indienen en ook eventueel gevraagde stukken direct meestuurt. Onvolledig ingediende aanvragen worden meestal niet in behandeling genomen. Let ook op of een fonds regels heeft met betrekking tot hoogte van het aangevraagde bedrag of voor herhaalde aanvragen. Vaak mag je in een periode 1 keer een aanvraag doen en vervolgens bijvoorbeeld 2 of 5 jaar niet nogmaals.

Fondsenwervende evenementen. Evenementen zorgen voor bekendheid van het bedrijf en bieden veel mogelijkheden om fondsen te werven. Het betrekken van de lokale gemeenschap en je eigen ruiters, klanten en vrijwilligers is essentieel om een evenement tot een succes te maken. Hiervoor zijn een goed plan en vooral ook een goede planning essentieel. Maneges zijn voor veel verschillende evenementen geschikt, je kan hierbij denken aan bijvoorbeeld een benefietgala, een showavond of clinic dag maar ook aan een wedstrijd, een georganiseerde buitenrit of zelfs een wandel- of fietstocht.



Wanneer je creatief durft te denken en organisatietalent in huis hebt kan je met een klein team een groots evenement neerzetten!

Online Crowdfunding

Via een online crowdfundingplatform is het makkelijker dan ooit om mensen te bereiken voor financiële steun. Bij online crowdfunding is afstand in beginsel geen probleem en kan je in principe een planeetbrede actie starten. De praktijk is dat ook online crowdfunding vooral mensen aanspreekt die je bedrijf al kennen of die erg begaan zijn met het doel van je actie. Voor een succesvolle online actie moet je vooral een specifiek en haalbaar doel hebben. Waar vraag je geld voor? Hoeveel geld wil je ophalen met je actie? Online crowdfunding moet hypertransparant zijn, het delen van de voortgang van je doel en het delen van foto's en verhalen die met je project te maken hebben en de frequentie waarmee je je informatie deelt zijn bepalende factoren om een online actie succesvol te maken.

Uiteraard zijn er nog heel veel andere mogelijkheden om sponsors en fondsen te werven en te binden aan je bedrijf of organisatie. Bovenstaande kan inspireren en wie weet ook motiveren om aan de slag te gaan. Durf vooral de voordelen van een actief wervingsbeleid te zien, fondsenwerven is iets anders dan zeuren om geld. Het werven van fondsen genereert activiteit binnen je bedrijf en de grotere gemeenschap om je bedrijf heen. Bekend maakt in dit geval wel degelijk bemind!

Klantbeleving

"Een dag op de manege is als een reis naar een andere wereld".

Is dat zo? Worden klanten op jouw bedrijf meegenomen naar een andere wereld en komen ze los van hun dagelijkse sleur? Gaan mensen na hun les of activiteit weg met een goed gevoel en een beter humeur? Kunnen ze niet wachten tot hun volgende bezoek aan jouw bedrijf? Kan je op deze vragen met ja antwoorden, sla dit artikel dan gerust over. Het is ook mogelijk dat er nog een paar verbeterpunten zijn. Lees dan vooral verder, we nemen je graag mee in het optimaliseren van de reis die jouw klant maakt en proberen je door de ogen van een nieuwe klant naar je eigen bedrijf te laten kijken.



Het warme welkom



De reis die jouw klant maakt begint al bij het betreden van je erf. Is het duidelijk waar je moet parkeren, staat er aangegeven waar je je fiets of auto kwijt kan of staat er alleen waar je auto of fiets niet mag staan. Vervolgens de entree, waar moet je naar binnen? Is dat duidelijk of moet je zoeken naar de ingang? Als je die ingang gevonden hebt waar kom je dan terecht, hoe wordt je ontvangen? Op veel hippische bedrijven hangt een bordje met een tekst als; Melden bij de bedrijfsleider of melden in de kantine. Maar hoe herkent je bezoeker de bedrijfsleider en wat als er in de kantine niemand aanwezig is? Natuurlijk kan je verwachten dat mensen zelf gaan zoeken en vragen, maar het is natuurlijk veel prettiger om als bezoeker aangesproken te worden door een personeelslid. "Goedemorgen, kan ik iets voor je doen", komt toch meer gastvrij over dan een bordje met melden bij...! Dat eerste gevoel van welkom zijn is ontzettend belangrijk, het is bepalend voor de start van de relatie met je klant.

Professionele begeleiding

Nadat je klant de deur heeft gevonden en goed ontvangen is begint de eerste ervaring met de les. Voor het gemak gaan we in dit artikel uit van een paardrijles. Hoe neem je een nieuwe ruiter mee richting je paard? Wie begeleidt de ruiter naar de stal, de zadelkamer en de bak? Laat je dat over aan een vrijwilliger, een stagiair of een stalmedewerker? Of zorg je dat je instructeur deze eerste kennismaking met de paarden verzorgt? Probeer na te gaan hoe dit binnen jouw bedrijf verloopt. Heb je hier een vaste werkwijze voor? Het loont echt de moeite om hier op een professionele manier mee om te gaan. Het geeft je klanten een veilig gevoel en de zekerheid dat ze de juiste keuze hebben gemaakt met hun aanmelding bij jouw manege.

Paardenwelzijn

Paardenwelzijn krijgt steeds meer aandacht. Zorg ervoor dat je klanten weten wat je als bedrijf doet om je paarden een goed en gezond leven te geven. Klanten willen er zeker van zijn dat de paarden waar zij op rijden goed verzorgd en behandeld worden. Hier is het ook belangrijk om jezelf als paardenhouder te blijven informeren en scholen met betrekking tot nieuwe inzichten en kennis. Maak ook duidelijk aan je klanten wat je voor je paarden doet.



Vertel dat ze dagelijks buiten komen en vrije beweging krijgen, dat de hoefsmid regelmatig komt, dat zadels periodiek gecontroleerd worden door een deskundige zadelmaker, dat er een vaste dierenarts is die regelmatig een gezondheidscheck uitvoert, wat de paarden te eten krijgen. Goed verzorgde- en gezonde paarden zijn naast je bedrijfskapitaal ook je belangrijkste reclame. Kijk door de ogen van een vreemde naar je eigen paarden!

Kwaliteit van de instructie

Professionele, goed geschoolde instructeurs zijn in staat om ruiters op hun niveau en binnen hun mogelijkheden te coachen in de les. Ze zijn in staat om instructies op een heldere en begrijpelijke manier over te brengen. Klanten moeten zich veilig voelen in de les. Voor instructeurs is het belangrijk om binnen het bedrijf een goede onderlinge overlegstructuur te hebben en open te kunnen communiceren over vakinhoudelijke zaken. Het volgen van bijscholing is voor de kwaliteit van de instructie noodzakelijk. Laat ook aan je klanten weten dat je instructeurs zich continu verbeteren en blijven leren.



Veiligheid

Veiligheid is bij ieder paardenbedrijf geïntegreerd in de gehele bedrijfsvoering. Zorg dat je richting je klant duidelijk maakt welke regels er zijn omtrent veiligheid. Laat gedrag dat de veiligheid ondermijnt nooit toe, ook niet voor 1 keer! Wanneer regels en richtlijnen de veiligheid van mens en dier waarborgen is het naleven van deze regels geen probleem en hebben ze juist een positief effect op de beleving van je klant.



Comfort

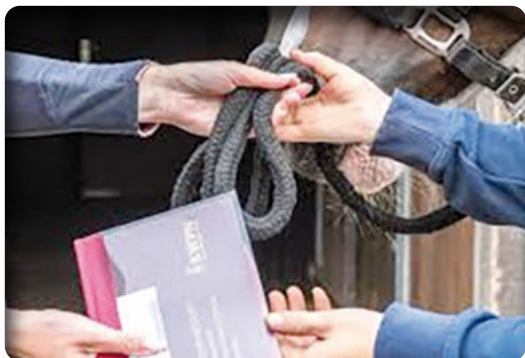
Een comfortabele omgeving draagt bij aan de algehele klantbeleving. Zijn de ruimtes waar klanten verblijven schoon en opgeruimd? Een gezellige kantine waar klanten voor en na de les kunnen ontspannen en iets kunnen drinken heeft een positief effect op de waardering die je klant geeft aan je bedrijf. De aanwezigheid van goede sanitaire voorzieningen spreekt voor zich.

Feedback

Ieder bedrijf waar klanten over de vloer komen krijgt te maken met feedback. Dit kan soms vervelend overkomen en je het gevoel geven dat je de gang van zaken moet verdedigen. Neem kritische feedback serieus en zie het als een vorm van betrokkenheid. Nog beter is om proactief te vragen om feedback van je klanten, dat kan goede 'gratis' adviezen opleveren om de kwaliteit van je bedrijf te verbeteren.

Wanneer je door de ogen van je 'nieuwe' klant naar je bedrijf kijkt kom je soms tot verrassende inzichten, probeer het eens en bespreek het met collega's!





Wat moet je als paardenhouder weten over de regelgeving Identificatie en Registratie

Omdat we regelmatig vragen krijgen over de I&R regelgeving hieronder het hele verhaal.

Bronnen: Sectorraad Paarden, RVO.

De identificatie en registratie (I&R) van paardachtigen is een Europese verplichting die geldt voor paarden die zowel hobbymatig als professioneel worden gehouden. Sinds 21 april 2021 is er een aanscherping van het I&R beleid. Je vindt hier de informatie over hoe paarden en locaties waar paarden gehouden worden, geregistreerd moeten zijn:

Registreren van het paard

Het registreren van paarden gebeurt via het chippen in combinatie met het aanvragen van een paspoort bij een paard. Dat verloopt via paspoort uitgevende instanties (ppi). Zij mogen dit namens RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) uitgeven en registreren de gegevens van het paard in hun database. Ook zorgen zij dat de gegevens in de Nederlandse centrale database komen.

Wil je nagaan of jouw paard in de Nederlandse database geregistreerd staat? In de op mijn.rvo.nl kunt u het chipnummer of levensnummer van een paard intypen om te zien welke gegevens bekend zijn. Staat uw paard niet geregistreerd? Neem dan contact op met een van de instanties die RVO heeft aangewezen om paspoorten te mogen uitgeven.

Let op! Het levensnummer wil nog wel eens afwijken in het systeem door punten of streepjes. RVO is inmiddels bezig om daar een oplossing voor te bedenken. Registreer daarom uw paard zoveel mogelijk op het chipnummer. De gegevens kunnen dan soms afwijken van wat in het paspoort staat. RVO zal daar met de paspoortuitgevende instanties een oplossing voor zoeken. U mag uw paard als correct geregistreerd beschouwen.

Registreren paarden met buitenlands paspoort

1. Registreren via paardenpaspoort uitgevende instantie

Het registreren van een buitenlands paard in Nederland kan plaatsvinden via een Nederlandse paardenpaspoort uitgevende instantie (ppi). Het voordeel van het registreren via een ppi is dat het paspoort gecontroleerd wordt. Daarmee weet je of het paspoort voldoet aan de eisen. Daarnaast kan een ppi alle gegevens over het paard melden, onder andere of het dier geschikt of ongeschikt is voor slacht. De ppi geeft na controle de identificatiegegevens door aan de Nederlandse database.

2. Registreren via houder van de locatie

Een tweede manier waarop je een paard met een buitenlands paspoort in Nederland kunt registreren, is via de houder van de locatie waar het paard gehouden wordt. De houder van de locatie heeft daarvoor nodig:

- De gegevens van zijn locatie (UBN)
- De ID-code (UELN-levensnummer of chipnummer) van het dier
- De importdatum (dit is 1-1-2021 indien datum onbekend is)

De houder van de locatie waar het paard gehouden wordt, kan vervolgens een melding op 2 manieren doorgeven:

1. Via een importmelding op Paarden melden op mijn.rvo.nl.
2. Via een Bedrijfsmanagementsysteem (BMS) die gegevens direct doorgeeft aan de Nederlandse database. (Met een BMS worden softwarebedrijven bedrijf bedoeld die gekoppeld zijn aan de Nederlandse database)

Een houder van een locatie kan kosten in rekening brengen om de registratie van een paard met een buitenlands paspoort in orde te maken.

NB: Voor paarden die tijdelijk in Nederland zijn in het kader van import en export gelden aparte regels. Meer informatie hierover vindt u op de website van de RVO.

Registreren van een locatie waar paarden gehouden worden

Voor het registreren van een locatie waar paarden gehouden worden, zijn grofweg twee handelingen nodig:

1. De locatie dient een Uniek Bedrijfsnummer (UBN) te hebben
2. De paarden die gehouden worden op de locatie koppelen aan het UBN

Het is mogelijk een UBN voor paardachtigen te registreren. U vraagt een UBN aan op mijn.rvo.nl. Heeft u al een UBN? En wilt u de diersoort paardachtigen toevoegen? Dat doet u ook op mijn.rvo.nl. U vindt daar een handleiding waarin we uitleggen hoe u dit makkelijk doet.

Wie is verantwoordelijk voor de registratie?

De houder van het paard is verantwoordelijk voor de registratie van het paard. De houder van de locatie is verantwoordelijk voor de registratie van de locatie waar paarden gehouden worden.

Wie is de houder van het paard?

De houder van het paard is degene die de dagelijkse besluitvorming heeft over het paard. In de meeste gevallen is dat de eigenaar van het paard.

Wie is de houder van een locatie?

De houder van een locatie is de eigenaar, de huurder of de bruiklenner van een locatie. Verhuur je een locatie of geef je een locatie in bruikleen dan draag je daarmee de feitelijke macht over aan een ander. Gebruikt de huurder of bruiklenner vervolgens de locatie om paarden te houden (van hemzelf of een ander) dan is hij de daarmee de houder van de locatie.

Verhuurt een verhuurder zijn locatie aan meerdere huurders, of geeft men zijn locatie aan meerdere gebruikers in bruikleen, dan gaat voorgaande niet op. Een locatie heeft één houder waardoor bij meerdere huurders of gebruikers de houder degene wordt die de locatie verhuurd of in bruikleen geeft. Deze houder kan wel middels volmachten zijn huurders of gebruikers de koppeling van de paarden in de database laten doen.





Wijziging ophalen paardenmest per 2023

Bron: RVO.

Sinds 1 januari 2023 is er een wijziging in het afvoeren van paarden- en ponsmest. De registratie is nu volledig digitaal en is verplicht voor ieder bedrijf!

De papieren registratie is nu het digitale en realtime Vervoersbewijs dierlijke mest (rVDM). Dit heeft gevolgen voor jouw administratie. In het vervolg moet je, nadat de mest op jouw bedrijf is opgehaald, dit digitaal bevestigen. Gelukkig bieden mest transporteurs de mogelijkheid om deze administratie (ten dele) uit te voeren.

Bedrijfsmatige paardenhouders zijn bij het afvoeren van de mest verplicht om gebruik te maken van het realtime en digitaal vervoersbewijs dierlijke meststoffen (rVDM). Transport van mest met een rVDM moet worden uitgevoerd door een geregistreerde intermediair die staat ingeschreven bij de Rijksdienst Voor Ondernemend Nederland (RVO). De vrachtauto's die de geregistreerde intermediair gebruikt voor het uitvoeren van de mesttransporten moeten speciaal zijn uitgerust met GR/GPS apparatuur. Deze apparatuur zorgt ervoor dat meldingen worden gedaan via het e-cert systeem van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA).

Gegevens nodig en e-cert account

Het rVDM is een digitaal transportdocument wat wordt ingevoerd door de mestvervoerder. Hierin staan onder andere gegevens van de mestafvoerder, de leverancier (jij als ondernemer) en de afnemer van de mest. Jouw mestvervoerder heeft een aantal gegevens nodig, deze moet je éénmalig doorgeven aan jouw mestvervoerder:

- Bedrijfsnaam
- Adresgegevens
- Contactgegevens
- UBN nummer
- KVK nummer of Vestigingsnummer
- Relatienummer RVO

Als leverancier heb je daarnaast ook een account nodig op e-cert.nl (NVWA). Bedrijven kunnen deze aanmaken via E-Herkenning.

Bevestigingsmelding 7 dagen na ophalen mest

Nadat deze gegevens in het systeem staan meldt de vervoerder het transport vooraf aan op het e-cert portaal. Tijdens het uitvoeren van het transport maakt GR/GPS-apparatuur in de mestvrachtwagen van de mestvervoerder realtime meldingen. De leverancier (jij als ondernemer) en de afnemer van de mest krijgen na het lossen een melding dat de rit is voltooid. Als leverancier moet je daarna binnen 7 dagen de ritgegevens op het rVDM te controleren en bevestigen via jouw e-cert account.



Maatwerk of standaard vervoer

Hippische ondernemer svoeren over het algemeen op twee manieren mest af. Hiervoor gelden verschillende regels voor de registratie.

- Storrijke paarden- en ponymest dat wordt gelost bij een substraatbereider. Bij het vervoer van storrijke paarden- of ponymest naar de substraatbereider hoeft de mestvervoerder geen laadmelding door te geven, waardoor het mogelijk is voor de vervoeder bij meerdere paardenhouders mest bij te laden tot één vracht. Het wegen, bemonsteren en analyseren van de mest bij dit type maatwerk vervoer is niet nodig. Dit bespaart kosten ten opzichte van mest onder standaard vervoer.
- Al het andere paarden- en ponymest valt onder standaard vervoer. Bij standaard vervoer is het wegen, bemonsteren en analyseren van de paardenmest verplicht. De bemonstering vindt plaats tijdens het laden en wordt naar het laboratorium gestuurd voor analyse. De RVO gebruikt de analyse en de weging om de hoeveelheid afgevoerde stikstof en fosfaat te berekenen. RVO voegt de gegevens automatisch toe aan het rVDM, deze gegevens kan een ondernemer achteraf vinden bij Mijn dossier op mijn.rvo.nl.

Hoe zorg je ervoor dat klanten prijsstijgingen begrijpen?!



Prijsstijgingen zijn onderdeel binnen ieder bedrijf of organisatie. Ze kunnen worden veroorzaakt door oa. inflatie, stijgende kosten van foerage, stijgende loonkosten, fiscale wijzigingen en zelfs oorlogen. Vrijwel iedereen streeft naar stabiliteit in de prijzen maar niemand ontkomt aan stijgende prijzen. Om te zorgen dat je je exploitatie op orde houdt en de kwaliteit van de uitvoering kan waarborgen moet je tijdig bijsturen. Maar hoe zorg je dat je klanten stijgende tarieven begrijpen en accepteren. Daar willen we in dit artikel een aantal handvatten voor geven.

Transparantie

Transparantie is essentieel als het gaat om het uitleggen van prijsstijgingen. Klanten willen begrijpen waarom de prijzen stijgen en wat hieraan ten grondslag ligt. Wanneer je open bent over de reden achter de prijsstijging wek je begrip en vertrouwen.

Toon Empathie

Toon begrip als klanten hun zorgen uitspreken over het effect van een prijsstijging op hun budget. Luister naar hun zorgen en toon empathie voor hun situatie.

Onderbouw de veranderingen

Om de noodzaak van de prijsstijging uit te leggen, is het belangrijk de wijziging met feiten te onderbouwen. Leg uit dat welke kosten zijn gestegen en hoe deze kosten van invloed zijn op de prijs van de dienst die de klant afneemt. Het geven van gedetailleerde informatie helpt de klant om het besluit te begrijpen en te accepteren.

Communiceer tijdig

Laat je klanten tijdig weten wanneer prijzen veranderen. Dit stelt klanten in staat te wennen aan de nieuwe prijzen en zorgt ervoor dat ze zich niet overvallen voelen.

Bied alternatieven

In sommige gevallen is het voor klanten lastig om meer te betalen voor hun lessen of dienst. Dan kan het nuttig zijn om de klant te wijzen op mogelijkheden die lokaal en/of regionaal aangeboden worden om bijvoorbeeld sport te subsidiëren. In veel gemeenten is de stichting Leergeld actief of is er een jeugdsport subsidie mogelijk. het kan ook helpen om klanten die per kwartaal betalen per maand te laten betalen, zodat het bedrag ineens niet te hoog is.

Monitor feedback

Het is belangrijk om feedback van klanten te monitoren nadat de prijswijzigingen zijn doorgevoerd. Blijf openstaan voor vragen, opmerkingen en zorgen van klanten en reageer proactief. Dit kan misverstanden voorkomen en de klanttevredenheid behouden.

Blijf kwaliteit leveren

De waarde van de diensten die je levert wordt bepaald door de kwaliteit. Doe geen concessies aan kwaliteit door bijvoorbeeld inzet van niet gekwalificeerde instructeurs of te grote lesgroepen, zorg ervoor dat klanten het gevoel hebben dat ze bij jou op de beste locatie zijn.

Uiteindelijk blijft het uitleggen van stijgingen van tarieven een uitdaging maar bovenstaande kan je ondersteunen in een heldere en open communicatie met je klanten.