

1 SITUATIE

Klantgerichtheid, wie is er tegen? Toch blijkt uit onderzoek, maar ook uit vele praktijkervaringen in de klantrol, dat Nederlandse bedrijven nog veel kunnen verbeteren in hun klantgerichtheid. Terwijl klantgericht werken in feite maar op één ding neerkomt: zorgen dat de klanten tevreden zijn. Overstappen naar een andere leverancier levert doorgaans 'gedoe' op, dus daar zijn de meeste klanten helemaal niet op uit. Klantgericht zijn is dus niet een luxe, maar verdient zich terug in klantenbinding. En dat betekent tegen minder moeite meer afname van je dienst of product. Waar de gemiddelde klant helemaal gevoelig voor is, is als u net iets meer geeft dan hij verwachtte. Juist die ervaring blijken mensen gemakkelijk door te vertellen. Dat is dus ook nog eens heel goedkope reclame. De hamvraag bij dit hele verhaal is echter: 'Loopt u warm voor tevreden klanten en (dus) vervolgaanvragen of -aankopen, of laat u uw klanten in de kou staan?' In het eerste geval wordt u van harte uitgenodigd de onderstaande test te maken.

2 TEST

Door de vragen te beantwoorden, krijgt u een beeld van uw persoonlijke klantgerichtheid.

1 Als ik er niet in slaag een toezegging naar een klant na te komen

- a lever ik wat wel mogelijk is; meestal is de klant daar toch ook tevreden mee
- b ben ik tot alles bereid om alsnog mijn afspraak na te komen, ook als dat eventueel veel tijd en geld kost
- c bel ik op en zoek naar mogelijkheden om samen met de klant een voor alle partijen geschikte oplossing te vinden

2 Als een klant een klacht heeft, die mijns inziens niet helemaal terecht is

- a zal ik de klant altijd volledig in zijn gelijk stellen
- b vraag ik door op de klacht en geef de klant alle aandacht
- c leg ik vriendelijk uit waarom de klacht niet terecht is

3 ALS EEN KLANT MIJ AANSPREEKT OP IETS WAT EIGENLIJK DOOR EEN COLLEGA IS GEDAAN

- a probeer ik zelf een oplossing te vinden en laat de klant in de veronderstelling dat ik verantwoordelijk ben voor de teleurstelling
- b verwijst ik de klant naar mijn collega; deze weet immers van de hoed en de rand
- c maak ik duidelijk dat het helaas buiten mij om is gebeurd, maar help ik de klant wel

4 ALS EEN KLANT EEN MENING NAAR VOREN BRENGT, DIE NIET DE MIJNE IS

- a geef ik de klant gelijk
- b blijf ik vriendelijk en kom ik eerlijk voor mijn mening uit
- c geef ik aan dat de klant ongelijk heeft; dat moet je toch kunnen zeggen?

5 MIJN VISIE OP KLANTGERICHTHEID IS

- a de klant is altijd koning
- b klanten die geld opleveren zijn altijd koning
- c klanten en ik staan op gelijke voet; geen van beide partijen staat boven de ander

6 Als een klant kritiek uit op het beleid van mijn 'meerdere(n)', waarmee ik het wel eens ben,

- a ben ik bereid mee te gaan in zijn mening, je moet je immers ook kwetsbaar kunnen opstellen
- b spreek ik de klant tegen en 'sta' voor het bedrijf
- c houd ik me daarover op de vlakte; liever probeer ik een (extra) goede dienst te leveren

3 DIAGNOSE

Omcirkel in onderstaande tabel uw antwoorden. Tel vervolgens uw scores per kolom op en noteer de score per kolom in het onderste vakje. Tel vervolgens de kolomtotalen op en noteer uw totaalscore in het daarvoor bestemde vak rechtsonder.

Vraag	ANTWOORDEN			
	a	b	c	
1	1	3	5	
2	3	5	1	
3	5	1	3	
4	3	5	1	
5	3	1	5	
6	1	3	5	
Scores	<i>Kolomtotaal:</i>	<i>Kolomtotaal:</i>	<i>Kolomtotaal:</i>	<i>Totaalscore:</i>

Een score van 6 tot en met 12 punten

U scoort laag. Gaat u eens minder tegenover en wat meer naast uw klant staan. U verdiepen in de klant door vragen te stellen wint het van het overtuigen van uw klant. Voor blijvende klantenbinding zou u meer in de relatie met uw klanten kunnen verdiepen. Hoe u dat kunt doen, leest u bij 'Advies'.

Een score van 13 tot en met 22 punten

U scoort gemiddeld. U bent bereid veel voor uw klanten te doen. Daarmee weet u uw klanten al behoorlijk te binden. U zou nog meer uit uw relatie met uw klanten kunnen halen door in een persoonlijke en gelijkwaardige relatie te investeren. Hoe u dat kunt doen, leest u bij 'Advies'.

Een score van 23 tot en met 30 punten

U scoort hoog. Toch zijn er voor u vast ook nog verbetermogelijkheden, bijvoorbeeld in de mate waarin u nagaat of u uw klanten daadwerkelijk tot tevredenheid hebt geholpen. Mogelijke andere suggesties leest u bij 'Advies'.

Hoe u het beste uw klantgerichtheid kunt verbeteren, leest u onder 'Advies'. Daar treft u *per vraag* een advies aan dat bij uw score past.

4 ADVIES

Vraag	Adviezen		
	a	b	c
1	Soms kan de klant ook akkoord gaan met 'iets minder', maar daar kunt u niet automatisch van uitgaan. U kunt beter in contact treden met uw klant. Dan weet u ook hoe (on)tevreden uw klant is met de situatie en kunt u een geschikte oplossing zoeken.	Dat siert u! U geeft alles om uw klant tevreden te stellen. Maar als u inderdaad bereid bent tot het uiterste te gaan, loopt u het risico dat uw klanten hetzelfde de volgende keer weer verwachten. Zo kunnen uw klanten u meer gaan kosten dan opleveren. En dat kan niet de bedoeling van klantgerichtheid zijn.	U scoort maximaal. Volledige openheid werkt het best. Bovendien kunt u dan onderzoeken hoe ver u 'moet' gaan om uw klant tevreden te houden. Ga echter niet te gemakkelijk op de eerste indruk af. Niet iedere klant is even open over zijn onvrede.
2	Als u inderdaad vindt dat de klant geen terecht punt maakt, is het misschien vriendelijk, maar niet aan te bevelen de klant desondanks gelijk te geven. Dan wordt klantgericht meer klantgezwicht. Vraagt u liever door en geef aan welke mogelijkheden u kunt bieden.	Klasse: doorvragen en aandacht geven. En dan bij voorkeur ook een oplossing zoeken. Wees ook eens bereid heel andere oplossingen te bedenken dan u gewend bent of durf de klant te vragen naar een oplossing die ook aan uw mogelijkheden voldoet.	Een belangrijke kern van klantgerichtheid is 'uw klant het (terechte) gevoel geven dat u naar hem luistert'. Met overtuigen geeft u dat gevoel geenszins. Stelt u eens een vraag, dat helpt!
3	U weet hoe het hoort. Uw verantwoordelijkheid pakken in plaats van afschuiven. Vergeet u niet met uw collega te kijken hoe het beter kan?	Doorverwijzen is voor de klant het bekende 'van het kastje naar de muur gestuurd worden'. Als u uw klant dat aandoet, valt er nog een hoop te leren. Probeer u in de klant te verplaatsen: voor hem/haar doet het er niet toe wie het gedaan heeft, maar dat er snel een oplossing komt.	Goed dat u de klant helpt en niet doorverwijst. Maar vermoeit u de klant niet met de schuldvraag. Help uw klant gewoon en ga later met uw collega praten om zo'n situatie in de toekomst te voorkomen.
4	Uw klant heeft vast niet altijd gelijk. Als u desondanks altijd meebeweegt met uw klant, kan zijn respect voor u afnemen. Durf ook uzelf te zijn, maar let vooral op de toon en het respect waarmee u het gesprek voert.	Heel goed, door op een vriendelijke manier eerlijk voor uw mening uit te komen, ontvangt u waarschijnlijk het meeste respect.	Uw klant heeft niet graag ongelijk. U loopt het risico te gaan argumenteren met uw klant. Dat is een effectieve manier om uw klanten weg te jagen. Zoek liever een open dialoog waarin respect is voor verschillende meningen.

5	Uw houding staat u goed, maar kan u veel geld kosten. Maar laat u niet meeslepen in uw dienstbaarheid, want dat kan u letterlijk duur komen te staan. U wilt uw klanten ongetwijfeld graag helpen, maar wordt daarbij geen dief van uw eigen portemonnee. Blijf kritisch kijken naar wat voor u haalbaar is bij een specifieke klant.	Afhankelijk van wat u verstaat onder 'de klant is koning' ontvangt u terecht of onterecht 1 punt. <i>Gedraagt</i> u zich verschillend naar grotere en kleinere klanten? Dan zou u eigenlijk geen enkele punt verdienen. Want de kleintjes kunnen u beroerde reclame bezorgen. Bent u bereid grotere/duurdere concessies te doen naar klanten die u meer opleveren, dan is dat niet onverstandig en kan heel goed in uw strategie passen.	Prima. Als u nederig bent naar de klant is er geen sprake van een gelijkwaardige situatie. Dan is de klant niet lager dan u, maar andersom. En dat is lood om oud ijzer.
6	Het is heel onverstandig negatief over uw meerderen te praten. Het lijkt misschien inlevend, maar u loopt het gevaar dat uw klant het als bevestiging ziet dat uw bedrijf niet deugt. Laat u niet uit over anderen binnen uw bedrijf, maar richt u op uw klant en kijk of u hem alsnog tevreden kunt stellen.	Natuurlijk moet u voor uw bedrijf staan, maar uw klant tegenspreken heeft geen zin. U kunt beter helemaal niet met hem in discussie treden over de kwaliteit van uw bedrijf. Liever zorgt u ervoor dat de klant <i>ervaart</i> dat het een goed bedrijf is.	U begrijpt wat klantgerichtheid is. Niet in discussie treden over derden, maar gewoon goed werk leveren. Probeer u zich wel een beeld te vormen of de klant inderdaad tevreden is.

5 VERWIJZINGEN

Boeken

Klantgestuurde teams; ontwerp, besturing en ontwikkeling, A.J. Ardon, Uitgeverij Contact, 2002

Gemakkelijk leesbaar boek waarin u concrete handvatten aantreft om klantgericht gedrag binnen uw organisatie daadwerkelijke te stimuleren. Indien niet ook aandacht wordt besteed aan de organisatievormgeving, managementstijl, besturing en personeelsontwikkeling, zal een training 'Klantgerichtheid' tot weinig leiden.

Excellente dienstverlening, L. Berry, Samsom, 1999

Hoe kunt u ervoor zorgen dat de klantgerichte strategie ook daadwerkelijk wordt uitgevoerd? Dan gaat het over de mensen, hun waarden en hun acties. Dit boek is gebaseerd op 250 interviews en beschrijft 9 inzichten om de dienstverlening blijvend te versterken.

Websites

<http://management.hbp.net>

E-zine voor en door professionals. Bevat een keur aan actuele artikelen, checklists, tests op diverse vakgebieden, waaronder 'kwaliteit en klantgerichtheid'. Prima bijdragen!