



Column

U scoort pas echt als u fouten maakt

Onlangs las ik een opmerkelijk marketingonderzoek. In een auto-garage werd een maand lang klanten gevraagd wat voor cijfer zij aan het bedrijf gaven. De klanten, autobezitters die langskwamen voor onderhoud en reparatie aan hun auto, gaven steevast een 7.5. Goede service, prima prijs, niks mis mee.

De maand erop bracht het bedrijf bewust een vieze vlek aan op de auto. Klanten die hun auto kwamen ophalen, zagen natuurlijk direct de vlek en spraken het bedrijf daarop aan. Er volgden onmiddellijk excuses en de vlek werd terstond verwijderd. Vervolgens werd gevraagd naar de klanttevredenheid. En tot grote verbazing van de onderzoekers gaven klanten hetzelfde bedrijf ineens een 9!

De manipulators onder ons kunnen hieruit natuurlijk concluderen dat ze voortaan dus een vlekje moet maken bij een klant en dat dan weer wegpoetsen. Volgens mij laat dit onderzoek echter iets veel belangrijkers zien.

Klanten gaan pas echt op u letten als er iets misgaat. En hoe gaat u dan met hen om? Hoe staat het dan ineens met uw mooie beloften over klantvriendelijkheid, maatwerk en professionaliteit?



Dit is het moment waarop 'the men are being separated from the boys'. Hier vallen de procedures, draaiboeken en callcenters door de mand. Klantgerichtheid gaat niet over datgene wat u allemaal van te voren heeft bedacht. Ook niet over wie gelijk heeft. Klantgerichtheid gaat over het doorbreken van afspraken. Het gaat over een NS conducteur die onlangs tegen de procedures in een trein door de sneeuw laat rijden zodat reizigers toch thuishkomen. De reizigers gaven de man bij aankomst een enorm applaus. De NS was iets minder blij: de arme man zit geschorst thuis. Regels zijn regels, zo redeneert het treinbedrijf.

Een organisatie die een 9 wil scoren, moet niet doen wat is afgesproken, maar doen waarmee de klant is geholpen. En wees nu eens eerlijk: durft u uzelf en uw personeel de vrijheid te geven de trein te laten rijden?



Honderd gratis jubileumboeken voor lezers Netwerk Midden-Brabant

Richard Engelfriet bestaat deze maand 10 jaar. Als ondernemer. Hij is ook al 32 jaar mens en stelt speciaal voor de lezers van Netwerk Midden-Brabant 100 gratis exemplaren van zijn nieuwste boek 'De Wet van Olvarit' ter beschikking. Als u een exemplaar wilt, stuur dan een mailtje naar info@richardengelfriet.nl met uw naam en adres. Schrijf in het onderwerp van uw mail: 'Actie Netwerk Midden-Brabant'. De eerste 100 inzenders krijgen het boek dan zo spoedig mogelijk thuis. En wees niet bang: Engelfriet heeft een bloedhekel aan mailings, nieuwsbrieven en folders. U komt dus verder niet in een mailinglijst te staan. Uiteraard bent u wel van harte welkom een kijkje te nemen op www.richardengelfriet.nl.