

Verbetering van klantgerichtheid: tel uit uw winst

Binnen veel organisaties wordt gesproken over projecten om de klantgerichtheid te verbeteren. ‘De term project is daarbij ongelukkig gekozen’, aldus Feike Cats, specialist op het gebied van klantgerichtheid. ‘Het verbeteren van klantgerichtheid is namelijk een continu proces. Het mist het gewenste effect als er tijdelijk extra aandacht aan wordt besteed. Doelstelling moet altijd zijn het realiseren van een structurele verbetering op het gebied van interne én externe klantgerichtheid. Het effect op de winst laat zich raden.’

Koos Groenewoud

Een gesprek met Feike Cats, directeur van Cats Marketing & Communicatie en schrijver van het boek *Theorie bestaat niet!*. Het boek gaat over klantgerichtheid in de praktijk. Cats wordt regelmatig gevraagd voor het verzorgen van trainingen, presentaties en workshops op het gebied van klantgerichtheid. Tevens ondersteunt hij organisaties die werk willen maken met het verbeteren van de klantgerichtheid om zodoende meer uit bestaande klanten te halen. ‘Klantgerichtheid is een veelvuldig voorkomend onderwerp in het dagelijkse leven’, aldus Cats. ‘Zakelijk heet het klantgerichtheid. In de privé sfeer zou je het kunnen vertalen naar liefde en aandacht voor elkaar, gemeend aardig zijn en bereid zijn naar de ander te luisteren en hem of haar te respecteren. Vrijwel iedereen zal beamen dat klantgerichtheid een van de belangrijkste peilers is om de winstgevendheid van een organisatie te verbeteren. Die winstgevendheid kan zitten in een beter resultaat, maar ook in het verhogen van de interne en externe klanttevredenheid of het terugdringen van het aantal klachten. Dus ook bij non-profit organisaties moet klantgerichtheid hoog op de agenda staan. Waarom gebeurt dat nog zo weinig?’, vraagt Cats zich af.

Klantgerichtheid

‘Ondanks alle goede bedoelingen die klantvriendelijke mensen hebben, mist het cruciale aspect van klantgerichtheid. Dat betekent écht weten wat er bij een klant speelt, wat hem beweegt en hier als organisatie op inspelen. De verwachtingen over en weer duidelijk hebben, is een voorwaarde voor succes. Doordat er minder miscommunicatie is, hoeven zaken niet in twee keer te worden opgelost en kan je de verwachtingen van de klant overtreffen. Moeilijk is het niet.’

‘Wie kent niet het beeld van de oma die geholpen wordt met oversteken, terwijl ze dat helemaal niet wil? Vaak zie je dit in humoristische programma’s. Het is wel de kern van klantgerichtheid. Vooraf is niet afgestemd hoe en of deze oma geholpen wil worden. Ze wordt met alle goede bedoelingen naar de overkant van de weg gebracht. Klantvriendelijkheid op en top. Klantgericht allerm minst. Stel eerst de controlevraag of uw eigen gedachte klopt met wat de klant wil dan wel stel de vraag “hoe kan ik u helpen?”’.

Klantgerichtheid staat voor:

interesse in de klant van iedereen in de organisatie (dus ook de administratie die een vraag over een factuur nabelt);
betrokkenheid bij een vraag van een klant, óók als u er niet bij betrokken of verantwoordelijk voor bent;
u verantwoordelijk voelen de klant een positief gevoel te bezorgen;
de Klant net zo goed helpen als u zelf geholpen zou willen worden;
u kwetsbaar op durven te stellen ten opzichte van de klant;
buiten de procedures treden als dat in het kader van de klanttevredenheid past;
uw klant zo goed helpen dat hij graag een ander ook naar u toe stuurt.



Ervaring

Cats vertelt over een ervaring van klantgerichtheid en -vriendelijkheid. ‘Onlangs was ik als spreker over klantgerichtheid gevraagd bij een Nederlands bedrijf in Londen. Omdat de voordracht vroeg in de morgen was, besloot ik de avond daarvoor te vertrekken. Dat vond mijn opdrachtgever een goed plan en we spraken af een hapje te eten. Ik had nog net tijd om mijn spullen in het hotel te zetten na aankomst. De dame achter de receptie was helaas alleen getraind in klantvriendelijkheid en niet in klantgerichtheid. Ze had niet in de gaten dat ik alleen mijn spullen op mijn kamer wilde zetten om daarna op tijd voor mijn klant klaar te staan. Ik kreeg een rits vriendelijke vragen over mijn verblijf en de mogelijkheden. Super klantvriendelijk, niet klantgericht. Dat had voorkomen kunnen worden door eerst naar mijn verwachtingen te vragen. Daar ligt de kern van het verhaal. Hoe kunt u immers aan de verwachtingen van de Klant voldoen als u er niet eerst naar vraagt? Het is van groot belang dat iedere medewerker het verschil kent tussen klantgerichtheid en klantvriendelijkheid. Continue aandacht voor klantgerichtheid leidt gegarandeerd tot toename van de klanttevredenheid. Voor klantvriendelijkheid geldt dat niet.’

Klantgerichte organisatie

Cats luistert graag een dag mee op de receptie. ‘Om een klantgerichte organisatie te kweken, is het belangrijk stap voor stap te werk te gaan. Klantgerichtheid begint overigens bij

directie en management. Als die niet bereid zijn het goede voorbeeld te geven, is het onrealistisch van de medewerkers te verwachten dat zij het wel goed doen. Iedereen binnen een organisatie heeft klantencontact. Collega’s zie ik als interne Klanten. Door sessies te organiseren met medewerkers en over het thema te praten en te brainstormen, worden zij mede-eigenaar van het project. Vraag personeel en klanten naar ideeën en suggesties

Negen wijsheden van klantgerichtheid

1. Klantgerichtheid is een zaak van lange adem. Pas op termijn levert dat een daadwerkelijke bijdrage aan het resultaat.
2. De klantgerichtheid naar buiten staat of valt met de klantgerichtheid binnen de eigen organisatie.
3. Klantgerichtheid betekent ruimte geven om fouten te maken.
4. Klantgerichtheid begint met luisteren.
5. Klantgerichtheid is een kwestie van emotie en mentaliteit.
6. Klantgerichtheid is alleen mogelijk als management en directie het voorbeeld geven.
7. Klantgerichtheid is durven vragen aan de Klant hoe hij over uw werk denkt.
8. Klantgerichtheid is een kwestie van net iets sneller (de afspraak nakomen) en net iets meer (aandacht geven).
9. Klantgerichtheid is rekening houden met de wensen van de klant, zodat hij ambassadeur wordt.

om de klantgerichtheid te verbeteren. Door de verantwoordelijkheid te delen op dit vlak kunnen er verrassende resultaten worden geboekt’, aldus klantenman Cats.

‘Natuurlijk weet u dat tevreden collega’s nieuwe collega’s opleveren, maar hoe vaak vraagt u de collega rechtstreeks naar interessante contacten? Vergeet de ambassadeurs overigens niet te bedanken en op de hoogte te houden van de vorderingen. Als u uiteindelijk een nieuwe collega aanneemt, is het een goede gelegenheid om de ambassadeur te belonen met een kleine attentie. Vervang collega in dit stukje voor Klant, dan is het ook naar buiten toe te gebruiken.’

‘De belangrijkste succesfactor voor organisaties zijn naar mijn mening Klantgerichte werknemers. Zij zijn bepalend voor de trouw van bestaande Klanten en het binnenhalen van nieuwe Klanten. Succesvolle ondernemingen nemen mensen aan die in staat zijn een band met Klanten op te bouwen. Ze trainen werknemers in het omgaan met Klanten op een manier die past bij de verwachtingen van de Klant. Om ook na de honderdste Klant nog vriendelijk te blijven, moeten werknemers iedere Klant behandelen alsof hij die dag de eerste is.’

De vier A’s

Cats noemt vier A’s die belangrijk zijn bij klantvriendelijkheid en klantgerichtheid:

- Afspraken nakomen.
- Aandacht.
- Attitude.
- Aannee.

‘De A van afspraken nakomen, is zo vanzelfsprekend dat je er niet bij stil hoeft te staan. Of toch? Waarom gaat het juist op dit punt vaak fout? Allereerst omdat er (te) veel afspraken worden gemaakt. Maak alleen afspraken die u echt kunt nakomen. Wie dat doet, kan op veel begrip en trouw van (interne) Klanten rekenen.’

‘Aandacht is een belangrijke succesfactor. Gemeende aandacht wel te verstaan. Belangrijke valkuil voor een manager is het feit dat het geven van oprechte aandacht niet aan een ander gedelegeerd kan worden. Overigens heeft het niets te maken met de lengte van het aandachtsmoment. Soms kan een telefoontje van 30 seconden genoeg zijn om iemand de gewenste aandacht te geven. Als het maar oprecht is.’

‘Met een positieve houding (attitude) bereikt u meer dan met een negatieve. “Een nietszeggende opmerking”, zult u wellicht denken, maar zo ontzettend waar. Helaas gaat het hier


Negen wijsheden van klantgericht handelen

1. Klanten zijn voor ons de meest belangrijke personen.
2. Klanten zijn niet afhankelijk van ons, wij zijn afhankelijk van hen.
3. Klanten zijn doel van ons werk, ze zijn ons nooit tot last.
4. Klanten verlenen ons een gunst door bij ons te komen.
5. Klanten zijn geen kille cijfers, ze zijn mensen met gevoel en emotie.
6. Klanten schenken ons vertrouwen, misbruik dat niet.
7. Klanten verdienen een correcte en attente behandeling.
8. Klanten leveren informatie die voor ons zeer belangrijk is.
9. Klanten zijn ons leven, zonder klanten kan onze organisatie niet bestaan.

vaak mis. Mensen met kinderen zullen dit herkennen. Door jezelf positief op te stellen, krijg je vaak positieve feedback. In het geval van een negatieve houding weet u zeker dat uw kinderen u de rest van de dag weten te vinden met negatieve aandachtsmomenten. Dat maakt de sfeer er vaak niet beter op. Met Klanten is het niet anders. Uw houding heeft absoluut zijn uitwerking op hun gedrag.

'In dit geval van aanname gaat het niet over de aanname van personeel, maar in de zin van vooronderstelling. Aannames zijn gevaarlijk en moeten voorkomen worden. De oplossing zit hem in vragen, luisteren en communiceren. Dat geeft u input om zo te handelen dat het past bij het individu zonder dat u gehinderd wordt door een vooroordeel.'

Tot slot legt Cats AAAI uit. 'Dat staat voor Aandacht op maat, Alert reageren, Afspraken nakomen en Initiatief nemen en houden. Als u dat binnen de organisatie goed doorvoert en het naar uw klanten hanteert dan bent u een eind op weg. Zo simpel is het. Door het zo simpel te houden, is en blijft het voor iedereen begrijpelijk.'

Eigenlijk logisch dat de schrijver van het boek klantgerichtheid in de praktijk zo eindigt. 'Theorie bestaat niet', staat er op de voorkant van zijn boek. Wie hem hoort praten, begrijpt gelijk wat hij er mee bedoelt. 

Informatie: www.houdenvanKlanten.nl

Koos Groenewoud CFM is redactielid van FMI en oprichter van de netwerkorganisatie AAA (Triple A) Total Facility Management.

Theorie bestaat niet!

Klantgerichtheid in de praktijk



Door Feike Cats

Tips

Als mensen alleen gewone vakken en vaardigheden worden aangeleerd, zullen ze alleen weten hoe ze gewoon kunnen zijn. Iedere organisatie ter wereld zou werknemers moeten leren buitengewoon te zijn.

Daag medewerkers uit om Klantgerichte voorbeelden te verzamelen. Begin of eindig alle vergaderingen een tijd met de vraag: 'Wie heeft er nog een klantgericht-voorbeeld?'

Eigen mensen moeten nóg beter behandeld worden dan uw Klanten.

Zorg voor een marketingplan voor personeelsbehoud.

Zie personeel niet als kostenpost maar als kapitaal.