

Een lastige klant?

02-12-2014 11:06

Door Maria Boelens

Ondernemer en auteur van het boek 'Klanten komen altijd van rechts'

Tijdens de koopavond liep ik om 20.55 uur nog een winkel binnen om snel nog iets te kopen. Een actie waarmee je je niet direct populair maakt, bleek ook nu maar weer. Maar ik zeg nadrukkelijk, snel én kopen. Heel doelgericht kwam ik binnen en ik vond vrijwel direct het kledingstuk dat ik wilde aanschaffen. Terwijl ik het kledingstuk zocht en vond, werd door die ene medewerkster die er nog was mij direct duidelijk gemaakt dat ze wel héél graag naar huis wilde. Terwijl ik net binnen was gingen de deuren dicht, werden de airco en muziek uitgezet en de vloer vluchtig gedweild. Terwijl ik om 20.57 uur met het kledingstuk richting paskamer wilde lopen stond ze achter me met de opmerking 'We gaan wel zo dicht hoor!' Haar gezicht sprak boekdelen.

Helemaal verbaasd besloot ik al snel dat ik hier niet wilde kopen. Ik heb de dame aangekeken, haar het kledingstuk in de handen gedruwd en verteld dat ze me letterlijk en figuurlijk de winkel uit joeg en daarmee haar verkoop miste. Uiteraard begreep ik het verkeerd.

Dit verklaart zeer waarschijnlijk ook waarom de klant de klantgerichtheid in winkels waardeert met een 6,2 en de winkels zich zelf op dat gebied een 8 geven. Ik ben gewoon een lastige klant.

Omdat ik dit echt te gek voor woorden vond heb ik haar gezegd dat ik een klacht zou indienen over dit voorval. De volgende dag heb ik direct de daad bij het woord gevoegd en een klacht ingediend. Deze werd goed ontvangen: er werden excuses gemaakt en aangegeven welke actie men zou ondernemen om dit in de toekomst te voorkomen. Daarnaast ontving ik een waardebon van vijf euro ter besteding in de winkel.

Niet veel later liep ik dezelfde winkel binnen, omdat mijn dochter er heel graag heen wilde. Dezelfde dame was ook die dag aanwezig, maar ze liep ze linea recta naar het magazijn toen ze mij zag. Tijdens het passen stond ze weer voor in de winkel, maar bij het afrekenen vertrok ze wéér naar het magazijn.

Terwijl ik best vergevingsgezind ben is mijn gevoel over deze dame er niet beter op geworden. Hoeveel moeite was het geweest om naar mij toe te komen en het gesprek met mij aan te gaan? Eén keer sorry zeggen, begrip tonen, een grote glimlach en de lucht was weer geklaard. Dan had ik deze winkel absoluut gewoon weer bezocht zonder enige schroom. Maar nu? Ik ga er nooit meer heen!

Dan de schoenenzaak even verderop in dezelfde straat. Toen we daar om 20.45 uur binnenkwamen was het nog zo druk dat we zelf aangaven een andere keer terug te komen. "Niets ervan", zei de eigenaar van de winkel, "ik ga pas dicht wanneer de laatste klant goed door ons is geholpen."

Tips om het niveau klantvriendelijkheid te verhogen

Elk jaar doet MarketResponse een onafhankelijk onderzoek onder consumenten naar de klantvriendelijkheid in Nederland. Uit dit onderzoek blijkt dat onderstaande zaken, voor zo'n tachtig procent het totale oordeel over klantvriendelijkheid van een winkel verklaren.

1. Wees oprecht betrokken bij je klant, toon interesse en luister goed
2. Doe niet moeilijk als je klant iets wil ruilen
3. Val je klant niet onnodig lastig, wees relevant
4. Kom beloftes die je maakt in reclameuitingen na
5. Wees beschikbaar en deskundig op het moment dat je klant je nodig heeft
6. Geef fouten toe en los deze goed op

De beschikbaarheid van deskundig personeel weegt voor de klant het zwaarst. De klant persoonlijk en vriendelijk te woord staan blijkt duidelijk bij te dragen aan een klantvriendelijk gevoel.

Hoog scoren op klantvriendelijkheid betekent veel aandacht besteden aan wat de klant wil, verwacht en meemaakt in de contacten met de organisatie, en de klant wil dit in de hele organisatie voelen. Van HR tot communicatie en van marketing tot operations: iedereen zal moeten werken aan dezelfde klantbeleving. Voor bedrijven die zich in de toekomst tot het klantvriendelijkste bedrijf van Nederland willen laten uitroepen, is het daarom noodzakelijk om de klantbeleving in de organisatie tot leven te brengen. Door zelf contact met de klant te hebben en te horen en te ervaren wat de klant beleeft, want dat is de enige weg naar klantvriendelijkheid. Als de klantvriendelijkheid de verwachting van de klant overtreft, word je beter beoordeeld door je klant.