Weg met de controleurs!

28-08-2015 08:23

Door Wouter van der Ley
Partner bij Blue Ocean Company

‘Volgens mijn spreadsheet bedienen jullie de klant niet goed genoeg…’ Afgelopen week zag ik het weer tijdens het winkelen: de verkoopmedewerkers hadden even geen tijd voor de klant want de regiomanager was op bezoek. Ook in deze tijd waarin wij allemaal hard roepen ‘de klant staat centraal!’, gaan de Excellijstjes kennelijk nog steeds boven alles.

In ons streven naar operational excellence gooien we onze winkels vol met bazen, regels en stafmensen. De medewerker wordt tot in detail aangestuurd. Het systeem regeert en het lijkt wel of de bedoeling van het ‘winkelier zijn’ kwijt is.

Ik snap het niet. Het gemiddelde opleidingsniveau is in ons land het hoogste van Europa. Ruim eenderde heeft een hoog opleidingsniveau en bijna de helft van de bevolking heeft een middelbaar opleidingsniveau. Dat betekent dat onze werknemers voor het overgrote deel ruim voldoende gezond verstand bezitten, opgeleid zijn om zelfstandig beslissingen te nemen en verantwoordelijkheid te dragen. Kortom, het zijn intelligente, volwassen mensen.

Top-down bepalen we de regels en de targets. Om de regels te handhaven schalen we controleurs in, bazen, managers of hoe we ze ook mogen noemen. We dwingen door de targets discipline en collegialiteit af. We werken met z’n allen toch voor het behalen van de targets? Als we achterlopen op onze targets – en dat hebben we de afgelopen jaren maar al te vaak meegemaakt – voelen we dreiging van diezelfde targets. ‘Als het zo doorgaat met de cijfers moeten we maatregelen nemen’ hoor je maar al te vaak. De controleur die vaak een flink aantal winkels in zijn takenpakket heeft, ‘vliegt’ even langs en vertelt waar we tekort zijn geschoten.

Wordt het niet tijd om al deze controleurs weg te snijden en de mensen die rechtstreeks contact hebben met onze klanten te behandelen als volwassen, zelfdenkende mensen die heel goed beseffen wat de bedoeling van onze winkels is? Los van de bezuiniging die dit direct oplevert ben ik ervan overtuigd dat de aandacht voor onze klant er door toeneemt en daardoor ook het rendement van onze winkels!

Bron: RetailTrends 7/8