

Het is helemaal niet leuk om klant te zijn

05-08-2016 08:36



**Door Chantal Riedeman
Shopoloog bij Shopology**

- Een medewerker die als openingsvraag vraagt: 'Kom je even lekker kijken?' Ja, nu wél.
- Een medewerker die je nog steeds niet herkent, terwijl je toch een trouwe klant bent.
- Het product waarvoor je helemaal naar de winkel bent gekomen, is niet meer op voorraad en jij moet de mogelijke oplossingen bedenken.
- Een opdringerige verkoper die alleen maar wil ver-kopen.
- Een medewerker die niet luistert.
- Een medewerker die geen vragen stelt.
- Een medewerker die daarom zorgt voor onnodige keuzestress: 'Deze dan? Deze dan? Deze dan? Of deze? Deze dan? Misschien deze?'
- Een medewerker die zegt: 'Ja denk er maar even over na hoor' (terwijl je dé oplossing gevonden hebt en alleen nog wat zekerheid nodig hebt).
- ...

En zo kan ik helaas nog wel even doorgaan. Wij blijven ons er over verbazen hoe vaak het eigenlijk helemaal niet zo leuk is om klant te zijn. Hoe vaak je als potentiële klant zélf moeite moet doen om te 'mogen' kopen;

hoe vaak je zélf het contact moet maken door een vraag te stellen, zélf door moet vragen naar alternatieven of mogelijkheden, zélf maar informatie gaat geven omdat er niet naar gevraagd wordt.

Er worden elke dag, in elke winkel zo ongelooflijk veel omzetkansen gemist, dat ik werkelijk niet begrijp waarom organisaties daar geen prioriteit aan geven. De oorzaak is simpel. Een compleet gebrek aan focus op de klant. Niet alleen bij de medewerker, maar ook bij de organisatie en het management. Zij zijn niet écht klantgericht. Dat is toch best gek in een tijd waarin de concurrentie moordend is, marges zwaar onder druk staan en niet iedereen onder de voet gelopen wordt door de vele bezoekers.

Retail is echt niet moeilijk. Zorg gewoon voor zoveel mogelijk blije klanten. Focus op het verzilveren van álle (omzet)kansen op de winkelvloer. Maak bij jou klant zijn wél makkelijk en leuk. En dat vereist focus op de klant. Ingewikkelder wordt het niet.

Investeer in een duidelijke droom, een duidelijke visie, een duidelijke stip op de horizon die al jullie afdelingen en medewerkers inspireren en enthousiasmeren om wél klantgericht te denken en doen. En investeer daarna in de juiste vaardigheden, houding en gedrag. Maak van ál je afdelingen en medewerkers klanten-blij-makers. Dan ben je zomaar ineens onweerstaanbaar.

Als élke medewerker, één klant per dag echt blij zou maken, een probleem wél oplost, wél moeite doet, wél interesse toont, het wél leuk maakt om bij jullie klant te zijn, is jullie formule ineens heel onderscheidend. Want, bij jullie is klant zijn wél leuk! Dat is pas onweerstaanbare toegevoegde waarde bieden. En dat zie je heel snel terug in de resultaten.

Retail & Brands Festival

Chantal Riedeman is één van de sprekers op het Retail & Brands Festival, dat op 8 september plaatsvindt. [Kom ook!](#)

Tijdens het festival vertellen ceo's, aanstormende talenten en uitdagers van de markt op drie podia hun verhaal. Laat je inspireren door onder anderen:

- Michiel Muller (mede-oprichter Picnic)
- Roland Palmer (managing director Alibaba)
- Francois Convercey (Head of Europe Rapha)
- Lena Herder (countrymanager IKEA)
- Daan Weddepohl (ceo Peerby)
- Ramon Vullings (cross-industry innovatie expert)
- Roland Kahn (ceo Coolinvestments)
- Wilhelm Verton (directeur/eigenaar Omoda)
- Victor van Nieuwenhuizen (ceo Sissy-Boy)
- Rogier van Camp (ceo Leapp)
- Sander van Bladel (countrymanager Benelux Lesara)
- Emile Ruempol (director expansion & development HEMA)
- én de RetailTrends RetailRookies 2017

[Bekijk hier](#) het volledige sprekersoverzicht.