

Irritatiefactor

Begin juli 2008 reed ik voor een gesprek naar een in de branche belangrijke organisatie. Om niet meteen de personen die er werken tegen me in het harnas te jagen, vermeld ik de naam maar even niet...

Klantgericht?

Er was een parkeerplaats voor me gereserveerd in de eigen parkeerruimte van de organisatie. Maar hoe ik er ook naar zocht, ik kon de parkeerruimte niet vinden. Uiteindelijk heb een openbare parkeerplaats moeten gebruiken (kosten 5,80 euro voor tachtig minuten). Achteraf begreep ik dat de parkeerruimte een rode deur heeft, maar dat de naam van de organisatie er niet bij staat. Toen ik verwonderd uitriep, hoe ik deze parkeerplaats dan moet erkennen, haalde de receptioniste de schouders op. Maar, was ik dan de eerste bezoeker die daar zijn auto parkeerde? Interesseerde het haar niet dat ik nu kosten maakte, terwijl er een parkeerplaats gereserveerd was? Maakte het de receptioniste niets uit, want het is haar verantwoordelijkheid niet? Kortom, wie denkt er vanuit de organisatie na over hoe de klant die op bezoek komt en zijn auto niet kwijt kan zich voelt? En nog belangrijker, wie doet er wat aan?

Beneden in de hal van het gebouw zat een verveelde beveiligingsman, die me vertelde dat ik op de eerste verdieping moest zijn. Daar aangekomen, bleek de toegangsdeur dicht te zijn. Zowel trekken als duwen (soms is niet duidelijk wat je moet doen om een deur te openen) hielp niet. Door het glas turend hoopte ik iemand te zien die me zou kunnen helpen. Ik zag een balie... maar geen persoon erachter. Na een paar seconden voelde ik me al niet helemaal lekker, maar na nog wat langer wachten, ondertussen loerend naar een teken van leven aan de andere kant van deur, werd ik wel wat pissig. Ik was hier toch uitgenodigd voor een gesprek? Ik was toch 'de klant'? Waarom bleef de deur dan letterlijk voor me gesloten en waarom deze klantonvriendelijk bejegening? Een bel was nergens te

vinden. Hard op de deur bonzen dan maar? Net toen ik dat wilde doen, zag ik in de verte een hoofd verschijnen en een paar ogenblikken later een persoon die vanachter de receptie de deur voor me opende. Wat een slechte eerste indruk van deze organisatie. Ik voelde me dom, niet welkom en niet gezien! Wat een waardeloos begin voor een organisatie die nadenkt over de toekomst van de bibliotheekbranche. Als ze nu al niet met klanten kunnen omgaan, als ze de klant vanaf het begin een slecht gevoel geven, wat zegt dat dan wel niet over de producten en diensten van deze organisatie? Klantvriendelijkheid? Klantgerichtheid? Moest ik nu, aan het begin van ons gesprek, geloven dat deze organisatie hier een voortrekkersrol in kan spelen? Laat me niet lachen, dit was meteen een schertsvertoning. Bij de receptie deed ik mijn beklag over de tijd die ik voor de deur had doorgebracht. 'Lekker klantvriendelijk zijn jullie', zei ik tegen de receptioniste. 'Oh, wat dan?', vroeg ze. Ik legde haar de situatie uit en vertelde hoe ik me voelde. 'Er is wel een bel bij de deur hoor', zei ze vervolgens, 'maar die is nauwelijks zichtbaar'. 'Misschien een idee om er een papiertje bij te hangen met BEL erop', gaf ik haar terug. Ze haalde haar schouders op. Dat was niet haar verantwoordelijkheid, noch was ze bereid zich te verplaatsen in mij of toekomstige klanten die hetzelfde probleem zouden gaan tegenkomen. Met mijn praktische suggestie is niets gedaan. Desinteresse was mijn deel...

Irritatie

Wie mocht denken dat deze situatie uitzondering op de regel is, kan ik uit de droom helpen. Ook bij andere bibliotheken maak ik regelmatig mee dat je je



als klant irriteert aan de onduidelijkheid van het gebouw of de lomphed van het personeel.

Misschien vraagt u zich nu af: hoe groot is de irritatiefactor van mijn organisatie en mensen? Dan heb ik een goed idee: verplaatst u zich eens in de klant die uw organisatie bezoekt of de klant die u telefonisch probeert te bereiken. Probeer morgen eens door de ogen van uw klant naar uw organisatie te kijken en vooral te ervaren wat er door hen heen gaat. Hoe is de aanrijdroute naar uw organisatie? Hoe makkelijk is het om een parkeerplek te vinden en om binnen te komen? Probeer het gevoel eens te krijgen van iemand die voor het eerst uw bibliotheek binnen loopt: wordt u gezien, welkom geheten, voelt u zich thuis? En hoe is de eerste indruk aan de telefoon? Wat is de intonatie van degene die oppakt? Hoe lang moet u wachten voordat u iemand aan de lijn krijgt? Als er wordt doorverbonden, wat voor voicemail krijgt u dan te horen? Probeer u zich eens in te leven in de klant en hoe hij zich voelt, ik ben benieuwd wat u dan zult ervaren.