

## **De vuile was delen**

*Het streven naar een verbeterde klantrelatie staat bij veel managementteams hoog op de agenda. In de praktijk uit zich dit in directieven waarin staat dat er meer klantgericht gewerkt moet gaan worden. In sommige gevallen wordt er een training klantgericht werken voor medewerkers georganiseerd. En in een enkel geval worden de klant-leverancier processen onder de loep genomen. Brainstormsessies waarin gekeken wordt op welke wijze de klant beter kan worden ondersteund, maken daar vaak onderdeel van uit.*

*Opvallend is dat de klant in het verhaal zelf nauwelijks betrokken wordt. Er bestaat een zekere huiver om de klant te laten delen in het verhaal. Zo was ik betrokken bij een omvangrijk verbeterproject bij een grote verzekeringsinstelling. Belangrijk doel was het optimaliseren van de dienstverlening aan opdrachtgevers. Diverse initiatieven werden gestart om met name het interne proces te verbeteren. De klant was daarbij een hypothetische entiteit.*

*Het voorstel om de klant mee te laten denken, werd in eerste instantie resoluut afgewezen door het management. De angst dat de klant zou zien wat een zootje het was, was te groot. Nee, eerst moest alles verbeterd worden en dan pas zou het gesprek met de opdrachtgevers worden aangegaan..*

*Er lijkt hier sprake van geringschatting van het beoordelingsvermogen van de klant. Het beeld dat de klant heeft van zijn leverancier kan wel eens veel erger zijn dan de realiteit. Door de klant pro-actief te betrekken krijgt hij het gevoel dat hij meetelt en dat er wordt geluisterd en gehandeld om de knelpunten die hij ervaart, op te lossen. Daarnaast kan alleen de klant aangegeven welke verbeterpunten wezenlijk voor hem zijn.*

*Na lang aandringen werd de klant toch geraadpleegd. Het verbeterproject kwam daarmee in een stroomversnelling. De klant werd in de stuurgroep opgenomen en er werden verbetergroepen opgericht waarin ook klantafgevaardigden participeerden. De klant realiseerde zich door het werken in die verbetergroepen dat hij zelf ook een aantal van zijn eigen processen kon verbeteren.*

*Het opstarten van een dialoog tussen klant en leverancier kan een aanjager zijn:*

- *om het begrip tussen de partijen te vergroten;*
- *om een meer open cultuur te realiseren in de eigen organisatie;*
- *om de juiste focus te vinden;*
- *om de interfaces tussen de klant en de leverancier beter op elkaar aan te laten sluiten.*

*En dus op die wijze betere partners te worden!*

Jeroen van der Velden, December 2002