

Hart voor de klant



Bart Janknegt, directeur Marketing & Distributie REAAL

Hoe laat je je hart voor de klant zien? De vraag klinkt eenvoudig, het antwoord raakt vele aspecten. Je ‘menselijke hart’ toon je op meerdere wijzen. Het begint met (willen) weten wat klanten graag willen. Klanten vertellen je op allerlei manieren wat voor hen belangrijk is. Hoe zij de wereld zien en wat zij goed én slecht vinden aan je bedrijf. In wezen hoef je alleen maar te luisteren. Maar dan komt het moeilijkere gedeelte; dan gaat het erom wat jij met die informatie doet. Dan is het belangrijk om naast het hoofd ook het hart te laten spreken.

Bij directievergaderingen van REAAL starten we regelmatig met het luisteren naar een gesprek van onze klantenservice. Het zou comfortabel zijn als dit een voorbeeld-gesprek was. Met een tevreden klant en een eenvoudige vraag. Ik kan je vertellen: juist deze gesprekken horen wij niet. Wij horen waar de schoen wringt: administratieve problemen, ontevreden klanten en teleurstelling. Zodat ook wij ervan doordrongen zijn dat het beter moet. En dat vervolgens ook doen.

Een voorbeeld van een schrijnend klantgesprek. De echtgenoot van onze klant was ten tijde van het gesprek al enige tijd vermist. De officiële doodsverklaring liet op zich wachten. Als gevolg daarvan liep zij tegen allerlei bureaucratische regels aan in een tijd

waarin het rouwproces haar enige prioriteit zou moeten zijn. De onrechtvaardigheid hiervan heeft ons ertoe gezet ons protocol te wijzigen. Deze aanpassing gaat nu als richtsnoer dienen voor de gehele branche. Het is een voorbeeld van ‘een zaak’ die zeer weinig voorkomt en waar veel tijd mee gemoeid is. Het was goed dat we ons hart volgden en afweken van de regels.

// Hoofd, hart en buik dienen alle drie een rol te spelen in relatie met klanten //

Mijn hart toon ik ook door mij in mijn vrije tijd in te zetten voor de financiële educatie van kinderen en jongvolwassenen. We willen allemaal een weloverwogen financiële keuze maken, maar weten vaak niet hoe. Het is duidelijk dat je dit alleen kunt doen door jong te leren hoe je je financiële huishoudinkje regelt en hoe je tot goede keuzes komt. Ik ben ervan overtuigd dat bij kinderen de financiële veerkracht begint. Daarom heb ik mij, zoals meerdere col-

lega's overigens, ingezet voor de Stichting Geldinzicht, een initiatief van ons bedrijf om geldlessen te geven op basisscholen. Na deze zomervakantie draag ik mijn steentje bij aan jongvolwassenen. Ik start als penningmeester bij de Stichting LEF!

Hoe werk je samen om je hart te tonen? Ik denk dat wij nog niet helemaal zijn aangekomen in de ideale wereld wat dat betreft. Maar we hebben wel een aantal goede stappen gezet. Voor mij is het een belangrijke stimulans dat in de verzekeringshuizen waar ik kom en bij de distributiepartners die ik spreek, het besef groeit dat hoofd, hart en buik (laat ik die niet vergeten) alle drie een rol dienen te spelen in de relatie met klanten. Zowel bij aanvang als gedurende de looptijd van het ‘contract’ van verzekering. Die ervaringen geef ik intern graag door en dat geeft veel positieve energie.

En, vraagt u dan, voelt de klant uw hart dan ook? Ja, dat denk ik wel. De klantenservice laat ons af en toe, als ze in een goede bui zijn, een positief gesprek horen. Gelukkig zijn deze ruim in de meerderheid. En ook uit onze ‘dashboards’ leiden we af dat er merkbaar voor de klant stappen worden gezet. Daar zijn we in alle bescheidenheid gewoon blij mee. Ze geven mijn collega's en mij de zin – de inspiratie zelfs – om het nog beter te doen. ■