

● 'Diepgang bereikt u alleen als u niet aan de oppervlakte blijft' ●

'Ik snap werkelijk niets van de markt op dit moment', verzucht de manager verkoop. 'Een aantal klanten gaat gewoon mee met onze actie, maar een groot aantal blijft stoïcijns onder onze aanbiedingen. Kreeg ik maar meer inzicht in hun beweegredenen.'

'Dan doe je toch marktonderzoek?' zegt de chief executive officer (ceo). 'Te oppervlakkig', is het antwoord. 'Ik wil echte commitment bereiken en diepgang realiseren in de klantrelatie.'

'Klinkt klef', zegt de ceo, 'geef mij maar omzet.'

'Die volgt vanzelf als we dit goed aanpakken, als we duurzaam werken en dus betrouwbaar zijn', zegt de manager verkoop.

'Oké, maar hoe doe je dat?' antwoordt de ceo. 'Heeft dat iets te maken met teakhout met een FSC-keurmerk? Want dat verkopen we dus niet zoals je weet...'

Wat kan er bereikt worden met diepgang? Lezers die ervaring hebben met zeilen zullen zeggen: stuurkracht en behoud van koers. Zonder diepgang drijft u af naar lager wal en bent u stuurloos. Dit geldt ook voor een relatie: meer diepgang betekent dat u grip krijgt en gericht op een doel kunt afstevenen.

Maar hoe realiseert u meer diepgang, een kiel onder het schip? Dit doet u door meer van uzelf in een relatie te investeren, door openheid. Ook bij een klant? Natuurlijk, want een klant gaat u aan het hart. Zij zijn de drijvende kracht, het drijvend vermogen van de organisatie. U bent er niet afhankelijk van, maar investeren in een klant betekent investeren in uw organisatie en dus in uzelf. Het lastige is alleen om u in te leven in al die verschillende klanten en ze stuk voor stuk goed te begrijpen.

Interne klant

De markt is divers en de mate waarin u in staat bent met de organisatie op deze diversiteit aan te sluiten, kan bepalend zijn voor de continuïteit. Behalve dat u bijvoorbeeld de marktdiversiteit laat terugkomen in de samenstelling van uw personeel, kunt u nog een stap verder gaan en zo meer diepgang bereiken in uw klantrelaties.

U kunt er namelijk voor kiezen om uw eigen persoonlijke veelzijdigheid te verkennen en uw waarnemingsvermogen aan te scherpen.

Stelt u zich eens voor dat er zich binnen uzelf 'een markt met klanten' bevindt. K(l)anten die allen hun eigen behoeften hebben en die ze (vaak afzonderlijk van elkaar) proberen te bevredigen. Binnen de psychosynthese worden ze subpersonen genoemd. Indien u gewend bent om naar

deze interne klanten te luisteren, ze aan te sturen en hun wensen te respecteren, verandert uw houding richting uw externe klanten.

Een voorbeeld

Stel u heeft een controlerende kant die u eigenlijk niet wilt hebben en die u probeert te negeren (wat u niet lukt). Het is goed mogelijk dat er binnen uw klantenkring ook controleurs aanwezig zijn. Omdat u deze controlekant zelf ook hebt en deze eigenlijk liever kwijt dan rijk bent, voelt u waarschijnlijk tegen deze klanten een bepaalde weerstand. U doet uw best om zo vriendelijk mogelijk te zijn, maar echt gemeend komt het niet over. En dat voelen mensen. Op zo'n moment kunnen ze u slechts ten dele vertrouwen (u meent uw getoonde vriendelijkheid immers niet echt) en dientengevolge gunnen ze u slechts een deel van de mogelijke omzet. Zou u in staat zijn uw eigen controlerende kant te accepteren en de kwaliteiten ervan in te zien, dan is dit direct merkbaar voor uw buitenwereld; de klant merkt dat hij ongeacht zijn houding wordt geaccepteerd (en niet langer 'getolereerd') en het wederzijds vertrouwen neemt toe.

Hetgeen u waarneemt wordt bepaald door de spreekwoordelijke bril die u draagt. De kwaliteit van deze bril is afhankelijk van de mate van inzicht dat u over uzelf verwerft. Neemt uw inzicht toe dan zal tevens uw uitzicht op bijvoorbeeld klant en markt verbeteren.

Wilt u meer diepgang in de klantrelatie? Een vertrouwensrelatie? Op duurzaamheid gestoeld? Dan is de sleutel te vinden in uw eigen persoonlijkheid. Indien u in staat bent meer diepgang te realiseren in uzelf, dan zult u niet alleen uzelf beter kunnen sturen maar ook de relaties die u onderhoudt. Heeft u vertrouwen in uzelf (ook in de kanten die u eigenlijk niet zo prettig vindt) dan zal de klant ook vertrouwen in u stellen.



Zaak om te Groeien

drs Hans (JOC) Meckelenkamp
mail: info@zaakomtegroeien.nl
tel: 0638824767

Hans Meckelenkamp is gediplomeerd psychosynthese counsellor-gids en heeft hiervoor de vijfjarige opleiding aan het Centrum Psychosynthese Holland in Amersfoort gevolgd. Hij heeft ruime managementervaring opgedaan in het bedrijfsleven, is universitair geschoold als econoom en doceert momenteel op dit terrein aan de Hanzehogeschool Groningen.