

MENSEN

Mijn verhaal gaat deze keer over onze eigen soort, de mens. De blokjes zijn de afgelopen maanden allemaal op zijn plek gevallen. Misschien startte het met de TV camera's gericht op V&D medewerkers, of met een artikel over online spelers dat zij een cruciaal aspect missen in hun business model: de mens. Ik weet het niet meer precies, maar Oscar Farinetti heeft me in elk geval nog een keer aan het denken gezet.

Oscar Farinetti, zullen sommigen zich afvragen, is de oprichter van Eataly en hij veegde in januari op een congres de vloer even aan met de marketinggoeroe Kotler. Farinetti vindt dat Kotler echt een kans heeft gemist door de P van People niet toe te voegen aan de marketing P's. Zijn statement: je kunt de mooiste plek hebben, met de beste producten, de beste prijzen en de beste promoties, maar als het personeel er niet aardig is, wordt het nooit succesvol. Retail is people's business. Een andere spreker, Ibrahim Ibrahim van Portland, bevestigde hetzelfde met zijn fantastische slide 'from till to tHRill'.

Uiteindelijk zit het natuurlijk niet in de slides en praatjes van consultants en bazen, maar in de uitvoering op de vloer. Ben je er voor de klanten of zijn de klanten er voor jou? Tot zover de theorie, nu de praktijk.

Dit weekend weet een personeelslid bij mijn optiekzaak (de naam houd ik even voor mezelf) een onuitwisbare indruk te maken. Ik ontving eerder deze week een mail om even langs te komen voor een 'gratis' servicebeurt voor mijn bril. Dat heb ik geweten. Mijn bril vertoont veel krassen op het glas en de uitnodiging heb ik aangenomen. Het was meteen duidelijk 'krassen'. "Heeft u een dubbel zeker verzekering?" Nee! "Ai, dan wordt het lastig!" Hoezo, ik kan niet zien en ik wil zien en ben toch bij de opticien? "We kunnen uw bril opsturen en kijken of het onder de garantie valt." Maar

dan kan ik niks zien, hoe moet dat? "Wilt u nu dat het onder de garantie valt of niet?" Tuurlijk wil ik dat, maar ik wil ook zien, daarvoor ga ik naar de vakman. Ik stel voor een nieuw glas te bestellen. Ik gebruik mijn bril en als ik de nieuwe bril heb gaat het glas naar de fabriek voor de garantie. "Dat kan niet. Bent u zich ervan bewust wat voor een gedoe dat allemaal gaat opleveren?" Nee, ik zou niet weten welk gedoe. Het is gezeur en gedoe voor hem. "Als ik een glas voor u ga maken en het volgens garantie moet en ik krijg die niet meteen en als ik dan een controle krijg dan heb ik gedoe begrijpt u? Ik heb dan een glas tekort en dat levert me veel problemen op." Ik probeer er tussen te komen en geef hem aan dat het volgens mij om mij draait en niet om hem. Het is zijn probleem en niet het mijne. Vervolgens word ik door de winkelmedewerker uitgedaagd om een oplossing voor mezelf te bedenken.

Met weemoed denk ik aan mijn recente verblijf in de VS. Velen zeggen het is fake daar, maar doe mij dan maar fake vriendelijk, dan oprecht chagrijnig. Ik maak me niet meer druk om wat echt is of niet, maar geniet er gewoon van als ik prettig en beleefd word geholpen.

Frank Quix

Managing Director Q&A Research & Consultancy

