

Communicatie bepaalt de servicegraad van de installateur

ONTWERPEN, INKOPEN EN INSTALLEREN ZIJN VOOR DE INSTALLATIEBEDRIJVEN EEN ALGEMEEN GOED. ALLES KEURIG EN TIJD OPGELEVERD. EN, ALS HET GOED IS, WORDT HET BEOOGDE DOEL GEHAALD. NA DE OPLEVERING WORDT ER GARANTIE VERLEEND, OP DE INSTALLATIE EN DE PRODUCTEN. ALS INSTAL-LATEUR HEB JE EEN PRIMA STUKJE WERK AFGELEVERD EN HET ZIET ER ALLEMAAL PICO BELLO UIT. NU IS HET NIET ONGEBRUIKELIJK DAT ER IN DE EERSTE PERIODE NA OPLEVERING KINDERZIEKTEN OPTREDEN OF DAT DE GEBRUIKER KOMT MET (AANVULLENDE) WENSEN. MAAR HOE GAAT HET DAAR-NA? WE GAAN TOCH VOOR DE LANGE TERMIJN RELATIE.

‘We kunnen niet *niet* communiceren’

Noodzaak

Als service- en dienstverlener wil je meer en vooral tevreden klanten. Het is noodzaak om voortdurend te werken aan het verbeteren van je service en dienstverlening. Dat geldt in iedere business en dus ook in de installatiewereld. We noemen dit Sense of Urgency, vrij vertaald: gevoel van noodzakelijkheid. Of zoals het ook wel wordt genoemd, het creëren van draagvlak.

Ineke ten Hooven, personal coach Yinthe Coaching Concepts: ‘Installeren alléén, is niet meer van deze tijd. Service en nazorg zijn daar onlosmakelijk mee verbonden. En daar word je ook op afgerekend. Vakinhoudelijk zit het meestal wel goed maar service en dienstverlening vragen om meer dan dat. Veel meer. Bedrijven met verschillende afdelingen kijken vanuit hun eigen discipline en hun eigen gezichtshoek naar de klant. Op zich niet zo vreemd, maar tevens ook de reden waarom serviceverlening vaak anders werkt dan we denken. Het verliezen van klanten of ‘de lastige klant’... heeft daar vaak mee te maken: er wordt te verschillend omgegaan met de Sense of Urgency of liever het gebrek daaraan.’

Ieder zijn vak, toch?

Dat gebrek heeft meestal te maken met de manier waarop wordt gewerkt en de wijze waarop men zijn vakkennis inzet. Iemand die heeft gekozen voor een beroep in de installatietechniek vindt het belangrijk om bezig te zijn met technische installaties. Een servicemonteur wil op de eerste plaats dat de installatie goed werkt. Hij is minder geïnteresseerd



Ineke ten Hooven

in het contact met de klant of overleg met collega's van andere afdelingen. De prioriteit ligt bij het eigen vak. Ieder zijn vak, toch? Ja, vroeger was dat zo maar in deze tijd wordt niet alleen om andere vaardigheden gevraagd. Het is een absolute noodzaak om daar wat mee te doen.

Combinatie

Communicatie is net zo belangrijk geworden als goede vakkennis. Als bedrijf moet je er dus voor zorgen dat je naast de vakinhoudelijke kennis bij je medewerkers ook beschikt over communicatief sterke mensen. Of er voor zorgt dat die vaardigheid wordt aangeleerd. Alleen die combinatie met daarbij een gedeelde verantwoordelijkheid draagt bij aan een goede service en optimale dienstverlening. Noodzakelijk om je klanten tevreden te houden en ook om meer klanten binnen te halen. Steeds meer medewerkers hebben een direct contact met de klant. Het vergroten van de klantgerichtheid van de organisatie en haar medewerkers is in deze tijd een randvoorwaarde als je serieus aan het structureel verbeteren van je service wilt werken. Onderzoek in de installatiewereld wijst dat uit dat een klant vrijwel altijd weggaat uit onvrede. Zoals eerder gezegd, dat heeft niets te maken met de vakinhoudelijke kennis. Een installateur die in haar service en dienstverlening betrokken aandacht heeft voor het werkelijk ontzorgen van haar klanten heeft dus invloed op de loyaliteit van die klanten. Weet je die invloed goed te gebruiken, dan lopen klanten niet weg en heb je tevens een goede manier om nieuwe klanten te krijgen.

Neuzen en ogen

Een klantgerichte organisatie stelt klanten centraal, zowel bij verkoop, service en het onderhouden van de installaties. Eenduidige communicatie waarbij alle neuzen dezelfde kant op staan en oog hebben voor de relatie met de klant en de mens binnen de eigen organisatie. Een relatie die niet



alleen bestaat uit verkopen, installeren, service en nazorg maar sterk afhangt van informatieverstrekking, communicatie en menselijke aspecten zoals verwachtingen, klachten, wensen en ideeën. Ineke ten Hooven: ‘Het is juist de communicatie die in hoge mate bepaalt hoeveel service- en dienstverlening bijdragen aan het succes. We kunnen namelijk niet niet communiceren.’

Tekst: Bob de Jong

“Er wordt te verschillend omgegaan met de ‘Sense of Urgency’ of liever het gebrek daaraan.”

Yinthe



Ineke ten Hooven van Yinthe Coaching Concepts

Ineke ten Hooven is personal coach en trainer. Ze werkt al bijna twintig jaar in opdracht van bedrijven in zeer uiteenlopende branches, onder meer voor Ten Hooven Technisch Management. In de installatiebranche heeft ze inmiddels haar sporen wel verdiend met coaching, training en conflictbemiddeling.

Haar filosofie is even helder als doeltreffend. Gebaseerd op visie, kennis, expertise en behaald resultaat: **Ga uit van mogelijkheden en denk in kansen, dan is er altijd een oplossing.**

Communicatie is daarbij geen toverwoord maar een manier om je doel te bereiken.

‘Vakinhoudelijk zit het meestal wel goed, maar communicatief valt er nog veel te verbeteren. Ook in de installatiewereld. En dan kan het helpen om buiten de gebaande paden te treden en met niet voor de hand liggende ideeën/ suggesties te komen. Waar een wil is, is een weg. Soms heeft iemand daarbij een steuntje in de rug nodig. Meer inzicht in je eigen gedrag leidt dan vaak tot verrassingen, positieve wel te verstaan. Zowel privé als zakelijk.’