



De meerwaarde van luisteren

Academie voor Klantgerichtheid verdiept benadering van klanten

De kamer waarin Carla Klein mij ontvangt, biedt uitzicht op de Lekdijk. In het schrale ochtendlicht staan leeggeplukte fruitbomen doodstil te wachten op een aarzelende zonnestraal. De perfecte omgeving om je in alle rust aan je klanten te wijden. "Het echte verhaal van de klant krijgt je pas te horen als je bereid bent onbevangen naar hem of haar te luisteren", zegt ze. "Luisteren is mijn passie. Daarmee sla ik een brug tussen een corporatie en de klant. Ik vertel mijn opdrachtgever wat ik heb gehoord, in een taal waar die iets mee kan."

Luisteren naar klanten van woningcorporaties doet Carla al vele jaren. Talrijke corporaties riepen haar hulp in voor wat zij de derde pijler onder klantgerichtheid noemt: gespreksrondes waar de klanten die zich normaal nooit laten horen of zien, met elkaar spreken over wat hen bezighoudt. Dat gesprek kan gaan over hun woonplek, over een renovatie, soms zelfs over een afbraak. Hun verhaal is onvervangbaar en zoveel verrijkend vergeleken met enquêtes of bewonerscommissies. "Klantenpanels bestaan voor 95% uit luisteren naar wat klanten ervaren. Geen snel telefoongesprek op basis van voorgekookte vragen naar woonwensen. Geen ingesloten patronen met doorgewinterde bewonersvertegenwoordigers. Wel twee uur lang de zwijgzaamheid aan het woord laten."

Over het delen van haar kennis met die van anderen, broedde ze al langer. "Er is een enorme behoefte aan verdieping. Telkens vragen opdrachtgevers mij om meer, om terugkomen, om intervisie. Veel mensen die zich bij corporaties met 'de klant' bezighouden, hebben wel marketingkennis en klantinzicht, maar worstelen met de slag naar klantgericht handelen. Toepassing van marketingtechnieken bij corporaties staat nog in de kinderschoenen. Ik heb altijd te maken met sterk betrokken professionals, die vaak met dezelfde vragen zitten. Daar gaan we met de Academie voor Klantgerichtheid nu antwoorden op geven. De Academie is geen puur commercieel product, het is juist de bedoeling om mensen met elkaar in contact te brengen. Dat inspireert enorm en zorgt voor verdieping."

Carla kwam in contact met QplusO via Marc Griffioen, toen deze als een van de observatoren van een klantenpanel optrad. "Bij corporaties werken allemaal hoogopgeleide mensen, terwijl het overgrote deel van hun klanten dat nu juist



Carla Klein bij een herstructureringscomplex waar ze een klantenpanel voor organiseerde.

niet is. Daarom zet ik ze apart in een kamer waar ze mogen kijken en luisteren naar wat hun huurders te vertellen hebben. Ik schakel daarvoor een ervaren cameraman in, die de interactie vastlegt. De opdrachtgever kijkt mee en dat maakt meestal al heel veel discussie los. Het is echt 'een avondje live-tv met je klanten in de hoofdrol'. Voor mij elke keer weer heel spannend om dit in goede banen te leiden."

Met Marc Griffioen en Janneke Smit van QplusO -die ze omschrijft als 'prettige, professionele doeners'- wisselde ze enkele malen van gedachten over haar idee van een academie. Zo kreeg het idee meer en meer gestalte. QplusO heeft zijn medewerking als kennisleverancier toegezegd. Eind van dit jaar gaat de Academie van start. Daarmee komt er samenhang in de verschillende cursussen, themadagen en kennisdelingssessies die ze al geeft. Nu nog vanuit het bedrijf MarketWing, waarmee ze ruim tien jaar geleden voor zichzelf begon. Straks is dat 'Luisterpunt', een naam die haar passie met haar handelsmerk verenigt.

Heeft u vragen of wilt u reageren?

Dat kan via carla@marketwing.nl.

De Academie voor Klantgerichtheid vindt u op

www.academievoorklantgerichtheid.nl.

