

Niet lullen, maar poetsen!

In mijn werk spreek ik niet alleen met ondernemers, maar kom ik ook veel in winkels. In gesprek met de verkoopmedewerkers lijkt er soms sprake van twee werelden.

Voor de één onbelangrijk, voor de ander soms onoverkomelijk

Als ondernemer doen we er alles aan om de winkel voor de klant aantrekkelijk te maken en te houden. De consument moet er graag komen en beleving is het sleutelwoord. Er wordt veel geïnvesteerd in het interieur. We proberen de klant te verleiden met een kwalitatief hoogwaardig product. We hebben een week- of dagreclame, er is een website waar de klant kan bestellen en zo is er nog veel meer. Toch is er soms het gevoel dat er meer uit te halen is. Waar komt dat gevoel vandaan? Moeten we hét anders doen? Vaak zoeken we de oplossing ver weg en ook nog buiten ons zelf. In veel gevallen ligt de oplossing dichtbij.

In gesprekken met winkeldames komen er vaak verrassende dingen boven tafel. Zo sprak ik laatst met een verkoopster die zich al meer dan twee jaar ergerde aan een paar kapotte plafondplaten. De ondernemer in kwestie komt elke week in de betreffende winkel. De 'schade' was hem al meerdere malen gemeld. Er werd geen actie ondernomen. Hij had op dat moment andere prioriteiten. Na twee jaar zat er nog steeds een gat in het plafond. Dat gat in het plafond is nog tot daar aan toe, maar wat ik veel erger vond was de opmerking die zij maakte: "ik voel mij door de ondernemer niet serieus genomen; ik voel me niet gehoord". Ik doe mijn stinkende best, maar hij vindt het zeker niet zo belangrijk. Zij had het maar opgegeven er nog een keer iets van te zeggen. Van zo'n opmerking schrik ik dan wel. Zeker in filiaalbedrijven is de afstand tussen ondernemer en winkel soms (te) groot. Zoiets is toch gemakkelijk op te lossen?

Motiveren

De winkeldames zijn de belangrijkste schakel tussen ondernemer en klant. U doet er alles om uw medewerkers te motiveren. U bent gepassioneerd en dag en nacht met uw bedrijf bezig. Verantwoordelijk voor product, medewerkers en nog veel meer. Soms hoor je ondernemers klagen dat de medewerkers ongemotiveerd zouden zijn. Hier ligt vaak bij de ondernemer de overtuiging onder dat zijn medewerkers dezelfde drive voor hun vak hebben als hijzelf. De vraag is of dat reëel is. De medewerker heeft niet voor niets gekozen voor loondienst en niet voor het zelfstandig ondernemerschap. Dat betekent niet dat medewerkers geen hart voor de zaak hebben. Belangrijk is dat hun stem wordt gehoord en dat er ook iets met hun mening of ideeën wordt gedaan. Natuurlijk kunnen niet alle wensen worden vervuld of ideeën worden uitgevoerd. Belangrijk is daarbij dat u als ondernemer in gesprek gaat en uitlegt waarom u iets niet of juist wel wilt. Dat wordt vaak vergeten. We organiseren een cursus 'actief' verkopen of we spijkeren de productkennis van onze medewerkers bij. En..... als de cursus wordt gegeven zijn we er zelf vaak niet eens bij. Het zijn zaken die we besluiten en doen vanuit het eigen perspectief. Allemaal prima investeringen die heel belangrijk zijn, maar is de medewerker gekend in het belang van de training? Kan en wil hij/zij er ook die avonden voor vrij maken?

Hoe dan wel?

Luisteren is misschien wel één van de moeilijkste vaardigheden. Goed luisteren kost tijd. We moeten ons verdiepen in de ander. Even een winkel in – en uitvliegen werkt niet. Probeer een juist beeld te krijgen van de situatie. Stel vragen als u in de winkel bent en luister. Probeer achter het probleem te komen en vooral waarom het voor de betrokkene belangrijk is dat het wordt opgelost? Welke oplossingen zijn er? Wat is er al geprobeerd? Wat zou de ideale oplossing zijn? Wat moet het resultaat zijn en waarom is dat belangrijk? Vertel de medewerker de volgende stap en sluit af met de vraag: "hoe klinkt dat?". En het belangrijkste van alles is wel: "Zeg het niet alleen, maar doe het ook!" Ofwel: "Niet lullen, maar poetsen"!