

v&a

Nederlandse winkeliers zijn erg klantvriendelijk, blijkt uit een internationaal onderzoek van het bedrijf Grass Roots. **Alleen de Duitsers doen het beter. Personal shopper Suzi Vasques Dias, heeft van winkelen haar beroep gemaakt. "Van een verkoopster met een zichtbare bilspleet zal ik niet snel iets aannemen."**



'PERSONEEL DAT NIET LUISTERT ERGERT ME HET MEEST'

Het moet voor u een feest zijn om in Nederland dagelijks te kunnen winkelen.

"Vooral bij grote concerns gaat het goed, daar heeft personeel een behoorlijke training gehad. In kleinere winkels met jonger personeel gaat het wel eens mis, dat is een kwestie van normen en waarden. Soms word je bij binnenkomst niet fatsoenlijk gegroet en moet je vragen of je alsjeblieft geholpen mag worden. Over het algemeen kun je stellen dat je in duurdere winkels beter geholpen wordt, behalve in écht exclusieve winkels, daar is het personeel juist arrogant. Alsof je blij moet zijn dat je de winkel in mag."

Volgens de onderzoekers werkt het meest lompe winkelpersoneel in Frankrijk. Ervaring mee?

"Alleen met Parijs, maar dat is een geval apart. Ik kom wel vaak in België, daar is men afstandelijker dan bij ons. Vragen beantwoorden gaat er niet van harte."

U woont in Eindhoven. Dat lijkt me geen winkelparadijs.

"Nou, het is juist een goede stad om te winkelen. Hoe groter de stad, hoe minder belangrijk het voor winkels is om aan klantenbinding te doen. In de Kalverstraat zullen winkeliers geen poging doen om een band op te bouwen met hun cliënte, terwijl je in een kneuterig

dorpje meteen door het personeel in de kraag wordt gegrepen."

Moet winkelpersoneel vakkennis hebben?

"Ik heb acht jaar als bedrijfsleider gewerkt in een modezaak. Bij het aannemen van personeel lette ik meer op sociale intelligentie en inlevingsvermogen, dan op vakkennis en ervaring. Die kennis kun je ze altijd nog bijbrengen, maar een bubblegum kauwend meisje dat het geen reet interesseert wordt nooit een goede verkoper."

Wat is uw grootste ergernis?

"Personeel dat niet luistert. Ik kom vaak met een concrete opdracht in een winkel en wil dan gebruik maken van de kennis van het personeel over hun collectie. Als ik dan uitleg dat ik iets zoek voor iemand van boven de vijftig, moeten ze niet aankomen met hotpants van doorschijnend kant."

Andere ergernissen?

"Onoverzichtelijke winkels, winkels waar bepaalde maten alleen in het magazijn te vinden zijn terwijl het personeel geen fluit uitvoert, passiviteit achter de kassa, en personeel dat zelf niet goed gekleed is. Van een verkoopster met een zichtbare bilspleet zal ik niet snel iets aannemen." (RH)

Lessen in leiderschap

Ik geef me niet graag bloot. Fouten toegeven of eerlijk bekennen dat ik ergens nul verstand van heb is niet bepaald mijn hobby. Het liefst doe ik alsof ik overal verstand van heb zodat ik deskundig en competent op anderen overkom. Een journalist die niet weet waar ze het over heeft, is nou eenmaal aangeschoten wild. In het bedrijfsleven kom ik ook weinig managers tegen die zich graag blootgeven. Die eerlijk zijn over hun tekortkomingen of verborgen agenda's. En dan zijn er natuurlijk nog de hordes persvoorlichters die hard aan het werk zijn om te voorkomen dat een bestuurder de waarheid vertelt. Dat een product niet deugt of klanten miserabel worden behandeld krijg je zeker niet te horen ook al weet iedereen dat het wel zo is.

Dat je als bestuurder maar beter wel eerlijk bent over je mislukkingen, hoorde ik onlangs op een leiderschapsbijeenkomst van Turner in Leusden. Daar vertelden bestuursvoorzitters als Maarten Hulshoff van Rodamco dat een effectieve leider zich juist kwetsbaar hoorde op te stellen. Je moet toegeven dat je fouten maakt. Dan wordt een bestuurder mens en daar houden medewerkers van. Dat geeft hun wederom toestemming om ook mens te zijn met alle onzekerheden en fouten die daar bijhoren.

Ik was verbaasd. Ook al verschijnen er tegenwoordig steeds meer boeken over het belang van authenticiteit en openheid, de bestuursvoorzitter die zich kwetsbaar opstelt en eerlijk is over zijn doelstelling en motivatie moet ik nog tegenkomen. Laat ik dan maar afsluiten door het goede voorbeeld te geven en eerlijk te zijn. Ik ben bang dat het vooral een gezegde is dat nog steeds het meest van toepassing is in het bedrijfsleven: when money talks bullshit walks.

d.haijtema@mt.nl

Dominique Haijtema is verslaggever bij Management Team en auteur van het boek *Leiderschap in de 21ste eeuw*



COLTWIN

COVERMECHANICS