

Zachte heelmesters maken stinkende wonden

Je schrijft in je logboek telkens weer dezelfde actiepunten voor de klant op en telkens weer worden deze niet uitgevoerd. Zeer frustrerend, zeker als je weet dat daardoor bepaalde plaagdierproblemen niet worden opgelost. Sterker nog, je schrijft het telkens wel op, maar de klant wordt steeds minder tevreden over de dienstverlening, juist omdat het probleem niet wordt opgelost. Een schijnbaar vicieuze cirkel waar geen eind aan lijkt te komen. Met als gevolg dat je met lood in de schoenen naar het eerstvolgende contractbezoek afreist. Het kan ook anders!

Tekst: Erik van Gestel, KAD

Niet meer als vroeger

De hierboven geschetste situatie is vaak een gevolg van de werkwijze binnen ons vakgebied van vroeger. Tot enkele jaren geleden werd veel aandacht geschonken aan bestrijding en veel minder aan wering en preventie ten opzichte van nu. Daardoor werd er niet zo veel gecommuniceerd tussen opdrachtgever en opdrachtnemer. Je zorgde er als plaagdierbeheersbedrijf voor dat de plaagdieren werden bestreden en dan was alles in orde. De opdrachtgever had een veel minder prominente rol binnen het geheel. In het hedendaagse plaagdierbeheer zijn de verantwoordelijkheden en rollen van de opdrachtgever en opdrachtnemer veranderd. De opdrachtgever dient zich veel meer in te spannen ten opzichte van voorheen. De plaagdierbeheersbranche heeft zich de nieuwe werkwijze al aardig eigen gemaakt, maar de maatschappij moet er nog aan wennen. Contracten moeten worden opengebroken en er zullen nieuwe afspraken moeten worden gemaakt. Ook

de manier van afspraken maken zal anders moeten. Hieronder een voorbeeld.

Verkoopvragen

Stel, je wil een nieuwe keuken. Je gaat naar een keukenzaak en daar word je te woord gestaan door een verkoopmedewerker. Wat vraagt deze verkoopmedewerker allemaal? Dat kan bijvoorbeeld zijn of je een moderne of landelijke uitstraling wil, welke apparatuur je wil, wat voor aanrechtblad, wat voor type kraan et cetera. Daarna stelt deze verkoopmedewerker een offerte op en kan de onderhandeling over de prijs en samenstelling van de keuken beginnen. Dit klinkt allemaal heel logisch in de oren. Stel je nu eens voor, je wilde enkele jaren geleden als potentiële opdrachtgever een plaagdierbeheersbedrijf inhuren. Wat voor vragen werden dan voornamelijk gesteld door de verkoopmedewerker? Vaak waren het vragen als: Heeft u al een contract bij een ander plaagdierbeheersbedrijf? Of: Mag ik eens in uw bedrijf rondkijken? Wat voor producten heeft u op deze locatie?

Wat wil de klant?

Het verschil tussen beide bovenstaande situaties is dat in het geval van de keukenverkoper er alleen vragen worden gesteld die betrekking hebben op de klantwens. In het geval van het plaagdierbeheersbedrijf in het recente verleden werd de vraag "Wat wenst u?" vrijwel nooit zo

direct gesteld. Vreemd eigenlijk, want op het moment dat deze vraag niet specifiek wordt gesteld, ontstaat het risico dat de verwachtingen van de klant niet overeenkomen met hetgeen wordt aangeboden door het plaagdierbeheersbedrijf. Aangezien de klant in zeer veel gevallen niet de kennis heeft om de diensten die door het plaagdierbeheersbedrijf worden aangeboden goed te kunnen beoordelen, ontstond en ontstaat hier vaak de voedingsbodem voor veel verwarring, ontevredenheid en frustratie in de toekomst.

Verwachtingsmanagement

De eerste stap die in veel gevallen gezet kan worden binnen goede communicatie met de klant is dus de simpele vraag stellen: "Wat wilt u?" Dit schept in ieder geval duidelijkheid over de mogelijkheden en de consequenties van de klantwens. Als plaagdierbeheersbedrijf kun je hierbij adviserend optreden. Met een duur woord wordt dit verwachtingsmanagement genoemd. Verwachtingsmanagement is zeer belangrijk, maar er komt uiteraard meer om de hoek kijken bij communicatie. Communicatie gedurende de looptijd van een contract is zeer eenvoudig... zolang alles goed gaat en er geen problemen ontstaan met plaagdieren. Praten over kleine dingetjes of zaken die in orde zijn leveren over het algemeen geen lastige situaties op. Communicatie wordt lastig als er problemen ontstaan.

Technische oplossingen

Maar is dat eigenlijk wel zo en wat maakt deze communicatie dan zo lastig? Wordt het lastig omdat plaagdierproblemen moeilijk op te lossen zijn? Nee, dat kan niet de oorzaak zijn. Plaagdierproblemen zijn in technische zin namelijk altijd zeer eenvoudig op te lossen. Je kunt voedselbronnen opsporen en verwijderen. Je kunt bouwtechnische wering aanbrengen. Je kunt de temperatuur verlagen et cetera. Er zijn 1001 technische oplossingen te bedenken voor alle plaagdierproblemen. Maar hoe verwijder je de voedselbron voor ratten op een vuilnisbelt? Hoe maak je mestputten dicht zodat er geen vliegen uit kunnen komen? Hoe verlaag je de temperatuur in een industriële bakkerij? Technische oplossingen zijn vaak in theorie wel mogelijk, maar in de praktijk ontstaan

er problemen door gebrek aan budget, of door bedrijfsculturen, productieprocessen of planning. Een klant wil niet te horen krijgen dat hij twee ton moet investeren om te voorkomen dat vliegende insecten kunnen ontwikkelen. De supermarktmanger wil zijn magazijn niet compleet omzetten. Het bedrijf is nu eenmaal gewend om op een bepaalde manier te werken.

Zachte heelmesters

Op welke wijze kun je dergelijke ingrijpende, maar bovendien zeer noodzakelijke adviezen dan wel het best communiceren? Hier grijpen we terug op de titel van dit artikel: zachte heelmesters maken stinkende wonden. Stinkende wonden ontstaan vaak doordat 'met de opdrachtgever wordt meegedacht' of 'voor de opdrachtgever wordt gedacht'. "Het zal wel te duur zijn, dus adviseer ik het maar niet" of "Ik weet dat de opdrachtgever dit al jaren zo doet, dus zal hij niet willen veranderen. Ik schrijf het dus maar niet op". We vullen al een gedeelte van de reactie van de opdrachtgever voor onszelf in, terwijl de verantwoordelijkheid voor die beslissing bij hem of haar ligt en niet bij het plaagdierbeheersbedrijf. Het gevolg is dat problemen langdurig kunnen aanhouden en er geen afdoende oplossing kan worden geboden, met ontevredenheid en frustraties tot gevolg. Een logisch gevolg van de zachte heelmester. Het gezegde is vroeger niet voor niets ontstaan en iedereen zal de kern van waarheid van het gezegde erkennen.

Het juiste advies

Vind je het lastig om slecht nieuws berichten over te brengen aan de klant? Misschien kun je dan het gesprek beginnen met de opmerking dat je liever een ingrijpend maar goed advies geeft, dan dat je een halve oplossing biedt. Je zou je advies letterlijk kunnen beginnen met de zin: Zachte heelmesters maken stinkende wonden. Je advies is niet alleen het écht juiste advies en geen afgezwakte versie ervan, je advies heeft ook nog eens aan kracht gewonnen. De opdrachtgever kan het advies namelijk niet ontcrachten, omdat iedereen het eens is met de stelling dat zachte heelmesters stinkende wonden maken.

Daadkracht en deskundigheid

Open en eerlijke communicatie heeft veel voordelen. Een daarvan is dat je het probleem daar laat liggen waar het thuis hoort: bij de opdrachtgever. Hij of zij is verantwoordelijk voor de situatie op zijn of haar locatie. De plaagdierbeheerser ondersteunt hem of haar daarbij met de juiste adviezen en werkzaamheden. Deze opdrachtgever zal jou als daadkrachtig en deskundig ervaren. Door de simpele vraag te stellen "Wat wilt u" komt namelijk een discussie op gang, waarin de kennis en deskundigheid van het plaagdierbeheersbedrijf van doorslaggevend belang zal blijken. Door eerlijk en open te communiceren, juist over de lastige aspecten, toon je daadkracht en lef. Mensen houden er niet van om aan het lijntje en in onzekerheid te worden gehouden. De band tussen opdrachtgever en opdrachtnemer zal hierdoor veranderen in een vorm van duurzame samenwerking.

En het wordt nog belangrijker

Als plaagdierbeheersbranche hebben we de laatste jaren een behoorlijke ontwikkeling doorgemaakt waarbij communicatie steeds meer van belang werd. Deze trend zet zich ook in de toekomst verder voort. Zoals reeds bekend heeft de overheid besloten om de regelgeving met betrekking tot het toepassen van anticoagulanten aan te scherpen. Kort door de bocht komt het er op neer dat de regelgeving die nu voor ratten buiten geldt, straks ook binnen en ook voor muizen gaat gelden. Een gevolg hiervan is dat straks ook binnen nog meer de nadruk komt te liggen op het nemen van preventieve maatregelen. Juist binnen vinden de meeste productieprocessen plaats, binnen heersen bedrijfsculturen het duidelijkst, binnen wordt vaak de omzet gemaakt. Dit houdt in dat de preventieve maatregelen die worden voorgesteld ook de meeste invloed hebben op productieprocessen, bedrijfsculturen en omzet. Deze maatregelen raken de opdrachtgever dus veel meer dan nu rechtstreeks in zijn of haar bedrijfsvoering, visie en portemonnee. Er zal daardoor nog meer overtuigingskracht nodig zijn om opdrachtgevers te motiveren om maatregelen te treffen. Open en doeltreffende communicatie is daarbij pure noodzaak.

