



Liegen, een beetje liegen of toch die dekselse waarheid

Stel je de volgende situatie voor. Je moet vandaag een klant bellen om te melden dat er iets mis is gegaan. De uitlevering van een aantal door de klant bij jou bestelde producten heeft ernstige vertraging opgelopen. Je weet van tevoren dat de klant bijzonder pissig zal zijn, omdat zijn productie hierdoor enige dagen stil komt te liggen. Maar ja, jij bent al enige jaren zijn accountmanager en aan jou de schone taak dit vervelende nieuws mee te delen. De schuld van de vertraging ligt binnen je eigen organisatie. Laten we zeggen dat jouw afdeling inkoop, die normaal gesproken uitstekend werk aflevert, verkeerde componenten heeft ingekocht bij een leverancier. Jij hebt doorlopend gecontroleerd of de hele productieorder op schema liep maar je had onmogelijk deze hele stomme menselijke fout kunnen voorkomen. Shit happens, maar productiestilstand bij een klant veroorzaken is wel hele dikke shit.

Goed, geen getreuzel meer. Het is tijd om de klant te bellen. Maar hoe wil het je aanpakken? Ik geef je de keuze uit drie opties.

Optie 1: the truth, the whole truth and nothing but the truth

Je vertelt onomwonden dat een collega van afdeling inkoop een vervelende fout heeft gemaakt. Je maakt duizend excuses en geeft door hoeveel dagen later je klant zijn producten kan verwachten. Hiervan is geen woord van gelogen, alleen je klant zal waarschijnlijk uit zijn dak gaan. Zijn productie komt stil te liggen, omdat iemand enorm heeft lopen slapen. Zelf blijf je buiten schot, maar je probeert je collega van afdeling inkoop met verve te verdedigen. Je belooft "er alles aan doen om het probleem zo snel mogelijk op te lossen." Maar toch, je maakt als 'Goed georganiseerde en kwalitatief hoogwaardige organisatie' een enigszins knullige indruk. Toch is er geen woord van gelogen.

Optie 2: je verbuigt de waarheid maar een klein beetje

Je neemt als accountmanager de schuld volledig op je, door te stellen dat ergens in het proces (waar precies, dat ga je nog uitzoeken) een fout is gemaakt. En jij hebt verzuimd dat te controleren. Jij bent immer het aanspreekpunt voor de klant, dus je wilt de credit voor succes, maar ook de klappen bij blunders. Je vertelt de klant je persoonlijk verantwoordelijk te voelen voor de gang van zaken. Ook bij deze optie zal de klant flink pissig zijn en wel op jou. Maar toch een stuk minder boos dan bij optie 1. Het is immers veel moeilijker om boos te worden op iemand die je al langer kent dan op een anoniem persoon op een andere afdeling. Toch krijg je de wind van voren en behoorlijk hard. Jij bent de boosdoener, maar zonder weg te lopen voor je verantwoordelijkheid als accountmanager. Je hebt een klein beetje gelogen, niet veel, maar toch op een aantal details om de pijn iets te verzachten.

Optie 3: je vertelt een bestseller uit het grote smoezenboek

Je verzint een briljante smoes, bijvoorbeeld door aan te geven dat jullie zeer kritische kwaliteitscontrole bij de productie heeft moeten ingrijpen. Je vertelt het gedegen verhaal, dat bij de uitgangscntrole kleine problemen zijn geconstateerd in de producten die voor de klant bestemd waren. Hierdoor kan er niet meer worden voldaan aan jullie eigen hoge kwaliteitseisen. De componenten moet opnieuw worden geproduceerd, wat enige dagen extra tijd zal kosten. Oftewel, het door jou zo bewierookte kwaliteitssysteem gebruik je om een menselijk fout te maskeren. Dit verhaal heeft grote voordelen. Je staat als accountmanager en bedrijf achter de kwaliteit van je producten. Je klant zal ervan balen, maar zal zeker minder pissig zijn, dan wanneer het stom menselijk handelen zou hebben betroffen. Ook heeft je klant een prima onderbouwing om naar zijn eigen afnemers toe met een goed verhaal te komen. Het enige nadeel: er is geen snars van waar. Een leugen van de bovenste plank.



Voor welke variant (en er zijn natuurlijk nog genoeg andere varianten te bedenken) zou jij kiezen? De ijskoude waarheid, een klein beetje sjoemelen of gewoon een heerlijke smoes, die de pijn het meest verzacht? Kleine kinderen mogen niet jokken, accountmanagers wel?

Ik heb in mijn jaren als commercieel professional honderden keren voor deze keuze gestaan, vaak onbewust, soms heel bewust. En meer dan ik aan mezelf wil toegeven, ben ik gegaan voor de gladde smoes. Het grootste nadeel hiervan (naast een onrustig geweten) is dat je een verrekte goed geheugen moet hebben. Ook al je collega's die in de nabije toekomst contact hebben met de klant over de betreffende kwestie moeten op de hoogte worden gebracht van jouw smoes. De waarheid hoef je nooit te onthouden.

De laatste jaren heb ik steeds vaker het smoezenboek dicht gelaten. Ik ben tot de overtuiging gekomen dat klanten te allen tijde recht hebben op het echte verhaal. Alle bedrijven en hun mensen doen stomme dingen van tijd tot tijd. En door daar open en professioneel over te communiceren heeft het voor mij op de lange termijn veel goodwill opgeleverd.

Ook wil ik die ene dag nooit meer meemaken. Ik moest een belangrijke klant gaan vertellen dat ik hem diverse smoezen had verteld over de status van zijn lopende opdracht. We hadden zo'n beetje alles verpest aan deze opdracht wat maar mogelijk was. Ik had echter voortdurend de pijn kunnen verzachten door er een mooi verhaal van te maken, tot het moment kwam dat de klant via een nieuwe collega per ongeluk het echte verhaal te horen kreeg. Niks kwaliteitscontrole, gewoon menselijke blunders en dat mocht ik allemaal gaan uitleggen. Ik kon mijn smoezenboek thuis laten en moest met de billen bloot. De blaren doen nog steeds zeer.

Auteur

Harro Willemsen

hw@presentpresents.com