

# Business

## COLUMN



**PIERRE MERCIER,**  
managing director  
COMPUTER PROFILE  
[pierre@computerprofile.com](mailto:pierre@computerprofile.com)

**BRUNO VAN MARSENILLE,**  
managing director  
SIZE COMMUNICATION  
[bruno@sizecom.be](mailto:bruno@sizecom.be)

## De fout van de klant

Herinnert u zich nog de slogan 'klant is koning'? Waar is deze befaamde slagzin in hemelsnaam naartoe? We hebben onlangs een ongelooflijk maar waar gebeurd verhaal gehoord. Een Belgisch bedrijf besluit het beheer van de loonbetalingen aan een gespecialiseerd IT-bedrijf uit te besteden. Een werknemer van het bedrijf stapt het kantoor van zijn baas binnen en zegt dat hij het vreemd vindt dat hij in twee muisklikken toegang krijgt tot alle salarissen van het bedrijf, dus ook dat van de baas. De zaakvoerder vraagt zijn secretaresse om dit na te gaan en iedereen binnen het bedrijf blijkt toegang te hebben tot de loonfiches.

De leverancier stelt het probleem vast en antwoordt nijdig dat het de schuld van de klant is. De klant had immers enkele maanden eerder een e-mail ontvangen met het voorstel om software aan te kopen om dergelijke problemen te vermijden. Omdat een antwoord uitbleef had de leverancier geconcludeerd dat zijn klant zoiets niet nodig vond. Laten we hopen dat deze leverancier niet in staat is voor de software voor online betalingen van deze klant. Wat is hier eigenlijk het probleem? Als men dit soort diensten gaat uitbesteden, moet vertrouwelijkheid gewoon standaard in de SLA (*Service Level Agreement*) opgenomen zijn, dus niet als optie. Sterker nog: diezelfde leverancier haalde iets later moeiteloos de kranten toen de werknemers van een bekende autoconstructeur één dag het werk neerlegden wegens vertraging in de uitbetaling van de salarissen. Ditmaal stuurde de leverancier een e-mail naar alle klanten om uit te leggen dat hij niet verantwoordelijk was voor deze vertraging en dat al zijn klanten tevreden zijn over de geleverde service. U kunt zich voorstellen hoe de eerste klant moet gereageerd hebben bij het ontvangen van deze e-mail.

Met de stijgende populariteit van bedrijfsadvocaten wordt het inderdaad steeds gevaarlijker om zich te verontschuldigen en zijn fouten te erkennen, wegens het verhoogde risico op processen, met miljoenen euro's aan boetes en intresten tot gevolg. Maar dan moeten we natuurlijk lachen als we de leveranciers horen spreken over '*partnerships*' in plaats van klant/leverancierrelaties en ze dan zulk kinderachtig gedrag zien vertonen, dat een langetermijnrelatie zo goed als onmogelijk maakt.

België is een te klein landje om een dergelijke brand met een e-mailtje te blussen. Pas als problemen opdagen, kan men echt oordelen over zijn bankier of verzekeringsmakelaar. Op dat moment ziet men of de relatie echt is en dan worden ook de banden gesmeed voor de langere toekomst.

Elke klant/leverancierrelatie, zeker in het gevoelige domein

*outsourcing*, krijgt vroeg of laat te kampen met problemen en op die momenten kunt u de echte waarde van uw personeel en uw organisatie aantonen. We moeten allen 'verzekeringsmakelaars' worden die uitkijken naar de alledaagse problemen omdat ze ons de kans bieden te tonen dat we de besten zijn en dat de klant gelijk had om op ons te vertrouwen.

De klant waarover we in het begin spraken, wil geen schadevergoedingen of intresten, hij verwacht enkel dat zijn leverancier zich excuseert. Orison Swett Marden, een Amerikaanse schrijver uit het begin van de 20ste eeuw en lid van de New Thought Movement, schreef ooit: "U mag niemand beoordelen op zijn mislukkingen maar op wat hij hiermee heeft aangevangen. Wat hebben ze voor hem betekend en welke lessen hebben ze hieruit getrokken." ■

---

“Pas als problemen opdagen, kan men echt oordelen over zijn bankier of verzekeringsmakelaar.”

---