

## De Klantgerichte Column van de CRM Association NL

### Zit CRM in de genen?

Volgens mij wordt iedereen geboren met klantgerichtheid in de genen. Iedereen heeft wel door wat klantgericht zijn betekent. We zijn immers allemaal klant en we ervaren dagelijks hoe dat is. Toch zie ik veel bedrijven worstelen met hun klantgerichte houding.

Kinderen zijn over het algemeen in van alles geïnteresseerd. Ze willen van alles leren en te weten komen. Ook van andere mensen. Ze vragen en reageren hierop. Hoe ouder de kinderen worden, des te meer neemt hun onbevangenheid af. Als we eerlijk zijn, vinden we dat allemaal jammer. We worden gekleurd door allerlei ervaringen en eigen ontwikkeling. Opgroeien is dus erg bepalend voor ons gedrag.

Voor bedrijven is dat niet anders. Jonge bedrijven zijn over het algemeen ook nieuwsgierig, ze investeren veel tijd in hun klanten en doen er alles aan om de klanten het naar de zin te maken. Over het algemeen kost dat niet eens veel moeite. Jonge bedrijven groeien ook op en leren van hun ervaringen. Ook hier zie je vaak dat de onbevangenheid plaats maakt voor een wat meer terughoudende houding. Er komen steeds meer regels, meer meningen, waardoor daar eerst aandacht voor komt en pas daarna aandacht voor de klant. Dit gaat vaak ongemerkt en op een bepaald moment lijken we het normaal te gaan vinden. In alles wat we bedenken lukt het ons niet om ons even in de klant te verplaatsen.

Als ik tijdens mijn CRM projecten met diverse mensen individueel spreek, dan merk ik dat men vaak duidelijk voor ogen heeft hoe klantgericht werken eruit zou moeten zien. Het valt me op dat dat tijdens groepssessies ineens heel anders wordt. Dan gaan ineens alle formele en informele regels werken en dreigt klantgerichtheid het onderspit te delven. Zonde! Hiermee gaat zoveel werkplezier verloren en dat merken je klanten.

Zodra je met je team in staat bent over je klanten te spreken in plaats van voor je klanten, ben je ook in staat een invulling te geven aan ieders individuele rol hierin. Als de klant ervan profiteert, dan profiteer je er uiteindelijk ook zelf van.

CRM initiatieven worden vaak sterk beïnvloed door processen en technologie. Daarbij gaan we er kennelijk gemakshalve vaak vanuit dat de mens klantgericht werken zelf ontwikkelt, al dan niet ondersteund met gerichte training. Vaak is dat individueel gericht en is onvoldoende oog voor de samenhang van het individu met het geheel. CRM wordt naar mijn idee ook echt succesvol als je het onderling eens bent over hetgeen je voor je klanten wilt betekenen. Daarmee kun je ook invulling geven aan je eigen route hierin.

Ik heb daar alle vertrouwen in, want het zit in ons van kinds af aan. We moeten het alleen weer activeren en over alle "regels" heen stappen.

**Douwe Deinum** is mede-eigenaar en –oprichter van CRM excellence en SparklingCRM en bestuurslid van de CRM Association NL.

### CRM Association NL - Platform voor klantgericht ondernemen



De CRM Association NL biedt vele mogelijkheden om kennis te vergroten en contacten te leggen in een prettige, informele sfeer. Meer dan 180 bedrijven zijn lid. Voor een overzicht van de komende activiteiten, kunt u [hier](#) klikken voor meer informatie. Voor meer informatie over de CRM Association NL raadpleeg de website [www.crmassociation.nl](http://www.crmassociation.nl) of mail naar [communicatie@crmassociation.nl](mailto:communicatie@crmassociation.nl)