
Klant Terrible

Wie heeft hem niet in zijn portefeuille? Eerlijk zeggen wie heeft er wel eens afscheid van zijn klant terrible genomen?



Ze komen in allerlei vormen en maten, maar ze gaan nimmer. Lastige klanten maken het leven van de verkoper zuur, maar ach daar wordt hij voor betaald, hoor ik u al scanderen. Deze 'losers' hebben een mening over alles: productspecificaties, distributie, verpakking, levertijd, communicatie, andere klanten enzovoorts. Vaak zijn ze in de omgang stug, veeleisend en zeurderig. Zo'n kennis in uw privé leven zou toch ook 'persona non grata' zijn?

De klant terrible is ook een last voor het primaire proces en de bedrijfsafdelingen. Door af te wijken van de verkoopstandaarden heeft dit een negatieve impact op de onderneming. Soms is 'pleasen' te verantwoorden intern, maar in alle gevallen kost het geld en mogelijk interne goodwill. In een klantrelatie gaat het om twee dingen: 'de relatie' en 'win+win'. Bij lastige klanten staat de relatie continue onder druk en is van win' (voor de onderneming) geen sprake.

Hoe nu verder? Stel en geef uw eigen grenzen aan. Maak een analyse van de klanten terribles. Bepaal welke relaties wel winstgevend kunnen worden en denk hierbij aan alle facetten (bijvoorbeeld het primaire proces, tijdsinspanning etc.). Neem afscheid van de groep die de toets der relatie niet doorstaat. Kijk ook eens naar de betalingsachterstanden dit is tevens een goede verantwoording naar het hoger management.

Hoe nu afscheid nemen op een win+win+win manier? Als de lastige klant weer eens aankomt met zeurderige vragen, bedien hem dan op zijn wenken. Vertel hem dat

deze dienstverlening niet helemaal past binnen uw onderneming, maar dat bedrijf XYZ zijn wensen perfect kan invullen. Met als resultaat: een tevreden ex-klant, een opgeruimd staat netjes gevoel en een concurrent met een nieuwe klant. Een gegeven paard wordt niet meteen in de bek gekeken.

Door: Christian ter Maat MCC, MMC, CMC; Directeur [Carevolution](#); organisatie-, management- en communicatieadvies [Consultants who care about clients, people & society]. Organisatie & management adviesbureau met aandacht voor: strategie, organisatie structuur & besluitvorming, verander management, communicatie & marketing, efficiency, verminderen van bureaucratie, verkoop en kritische succesfactoren.