

---

# Dienstverlening, een kwestie van service?



**Geld**  
Jaap Jongasma

**E**en lastige vraag waar we wel eens mee worstelen is: hoe ver gaat service? We zijn gewend om onze klanten zoveel mogelijk te 'ontzorgen'. Maar hoe ver kun je daarin gaan, en wat verwachten onze klanten? Als ik om me heen kijk dan wordt het begrip service steeds meer afgemeten en berekend. Overal moet voor worden betaald. In de *Van Dale* staat dienstverlening omschreven als 'hulp die een persoon, instantie of onderneming biedt aan het publiek'.

Ik denk dat Van Dale gelijk heeft: mensen willen graag geholpen worden en niet een product kopen.

Het gaat erom mensen te helpen met hun probleem. Wij bieden als kantoor heel mooie verzekeringsproducten aan, maar dat interesseert een klant niet. Die wil geen gedoe als hij schade heeft, en een vlotte uitkering.

Als ik in een bouwmarkt kom en ik heb nergens verstand van, dan hoop ik dat er iemand is die me wat kan uitleggen. Iemand die mee-

denkt. Dit vind ik veel belangrijker dan te horen welke producten ik daar kan kopen. In de kranten staan elke week berichten dat er hele winkelketens failliet gaan. Hoe komt dit? Zijn de kosten te hoog of komen er geen klanten meer? De waarheid zal ergens in het midden liggen. Wat mij betreft is het wel eens goed om na te denken waarom je als bedrijf kan bestaan. Je bestaat namelijk dankzij je klanten.

Het verlenen van service kost wel tijd en geld, maar wat een plezier heb je als je klanten ook blij zijn. Plezier in je werk straalt je uit. Als je ergens werkt en je krijgt de ruimte om klanten fatsoenlijk te helpen, dan wordt iedereen daar volgens

**Wanneer je denkt aan het milieu, de medemens en de klant, dan komt het verdienen er vanzelf achteraan**

mij beter van. Kortom: klanten goed kunnen helpen, motiveert. Daar wil je als klant graag bij horen.

We zijn als kantoor bezig geweest met het Koploperproject. Dit gaat onder meer over het maatschappelijk verantwoord ondernemen. Wat we moesten doen is een visie maken op het gebied van *people*, *planet* en *profit*. Door dit project zijn we anders gaan kijken naar onze bedrijfsvoering. Wanneer je denkt aan het milieu, de medemens en de klant, dan komt het verdienen er vanzelf achteraan. Dus eerst de *people* en de *planet*, en dan de *profit*.

Een heleboel goede voornemens. Nu maar weer de handen uit de mouwen steken!