

Turkse koffie

Richard van Houten, 2-11-21

Er is een nieuwe fietsenmaker in het dorp. Naast het treinstation staat een gebouw waar fietsen gestald kunnen worden. En in dat gebouw zetelt de fietsenmaker, die voor iedereen alle tijd schijnt te hebben. In tegenstelling tot de concurrent op een steenworp afstand, waar je voor een bandenwissel een afspraak moet maken en doorgaans over 3 dagen terecht kan.

De A-merk concurrent

Deze concurrent die al heel lang op zijn plek zit, lijkt geen plezier te hebben aan zijn fietswinkel annex werkplaats. Ondanks de sterke opmars van de elektrische fiets met steengoede marges. Hij verkoopt A-merk fietsen en is derhalve A-merk dealer. Doet al jarenlang aan adverteren in lokale blaadjes en op borden langs sportvelden. De kwaliteit van zijn reparaties zijn ook prima. Maar de wachttijden werden steeds langer. Nieuwe (part time) mensen aannemen voor piekvragen lijken geen optie? Maar ik kan niet dagenlang wachten als mijn fiets noodzaak voor me is en ik een probleem heb dat ik niet zelf kan oplossen. Daarnaast is het humeur van de eigenaar ook steeds belabberder geworden. Bij een reparatievraag kijkt hij steevast met een sacherijnige blik van 'moet ik dat óók nog weer gaan doen...'. Maar vlak voor Oud & Nieuw is hij elk jaar altijd wél blij. Dan verkoopt hij veel vuurwerk. Heeft alleen niets met zijn fietsen-vak te maken.

Dus onacceptabel lange wachttijden bij iemand die er duidelijk geen zin in heeft.



Koffie?

De nieuwe fietsenmaker is een Turk van zo'n 65 jaar. Zijn zoon, zo blijkt later, is de baas en beheert 2 reparatieshops. Die zie je alleen nooit. Altijd zie je de oude 'baas'.

"Wilt u koffie?", vraagt hij me als ik voor een reparatie binnenkom. Aangezien de reparatie langer zal duren dan een uur

en ik daarop niet kan wachten, geef ik ook aan dat de koffie niet hoeft. Hij vraagt het me nogmaals. Dringt zelfs een beetje aan, op een vriendelijke manier. Ik voel dat ik hem een beetje beledig als ik nee blijf zeggen, dus zeg ja.

Hij laat mij zitten op zijn kruk, gaat koffie halen en blijft zelf staan.

We voeren een geanimeerd gesprek over van alles en nog wat. Wat een aardige man is dit. Hij vindt klantcontact leuk en dat is volgens mij een secundaire arbeidsvoorwaarde voor hem geweest. "Kost dit gesprek u niet teveel tijd?", vraag ik nog. "Vindt uw baas dit niet erg?"

"Mijn baas is mijn zoon", zegt de (dus geen) pensionado is gebroken Nederlands. "Dus kan ik doen wat ik wil...", glimlacht hij.

Inmiddels heb ik de duurste variant buitenband gekozen. Kwestie van kwaliteit + gunnen.

Hoge kwaliteit oprechte aandacht is nergens meer te krijgen

Nog nooit heb ik een dergelijke vrolijke oprecht gemeente aandacht mogen ontvangen van een fietsenmaker. Wat een feest. Het maakt mijn dag gelijk goed. Vrolijke energie. Én: iedereen kan elke dag wel wat aandacht gebruiken. Het is ook een soort van erkenning en waardering dat je bestaat. Dat iemand interesse in je toont en je levenswandel wil weten.

De Turkse koffie is niet de sterke koffie waar Turkije om bekend staat. Niet te vergelijken ook met mijn Nespresso koffie thuis. Het is een doodgewone filtermaling koffie, zelfs met een weinig gemalen



koffie, dan wel teveel heet water. In een plastic bekertje. Het boeit me allemaal geen zier. Zijn aandacht is van zeer hoge kwaliteit. Zeker ook omdat dat nergens meer te krijgen is.

Ik vertrek met een leenfiets (ook nog nooit aangeboden door andere fietsmakers) om straks mijn fiets weer op te halen. Maar goed dat ik hem nu weer aan het werk laat, denk ik nog. Want anders is mijn fiets straks niet klaar.

Ik waande me in Italië

Als ik wil vertrekken zegt/vraagt hij mij: *“Goede service toch? “Zeker!”*, antwoord ik hem.

Vervolgens zegt hij: *“Mooie prijs toch?”* En ondanks de hoogst gekozen prijs (maar wel met goed prijs-kwaliteit verhouding), zeg ik weer: *“Ja hoor, zeker ook”*.

Dan stopt hij 5 visitekaartjes van zijn shop in mijn hand en zegt zacht:

“wel goede promotie voor mijn winkel maken hé.....?” Ik kan niet anders. Graag zelfs. Slim van hem!

Ik waande me gevoelsmatig in Italië, waar gesprekken met klanten ook vaak belangrijker zijn dan de verkoop van het product. Toen ik ooit in Sienna een keer ‘zelfstandig’ een overhemd uitkoos en direct wilde afrekenen, gaf de verkoper mij te kennen dat dat zo niet werkte daar. Ik kon daar echt niet zomaar wat kopen zonder een gesprek. Nadat hij me uitgebreid gevraagd had waar ik vandaan kwam en ik welke situatie ik het hemd zou dragen, legde hij me diverse opties voor. Toch ook andere kleuren dan het witte shirt dat ik vroeg. Tijdens mijn afwegingen gaf hij mij aandacht en advies. Het is zeker 15 jaar geleden, maar ik weet het nog als de dag van gisteren.

En terwijl ik de fiets-werkplaats verlaat, komt een vrouw binnen, met een lekke band.... Nog net hoor ik hem haar vragen: *“Wilt u koffie?”*

Conclusie: ‘Personal interest selling’ als ultiem onderscheid

De verbeterde wachttijden en leenfiets zijn concurrerende voordelen t.o.v. andere winkels, maar het allergrootste concurrentieel voordeel is de onverdeeld hoge kwaliteit aandacht die je geeft/krijgt.

Bij ‘educational selling’ laat je de klant kopen, door hem voorafgaand gratis waardevolle kennis te geven, waarmee hij zichzelf en zijn keuzeprocessus professionaliseert en verbetert. Feitelijk geef je hem extra aandacht en erkenning voor zijn problemen of situatie. Door het ‘voor wat-hoort wat’ principe zal hij je zo eerder een aankoop bij jou gaan gunnen.

Maar vergeet naast zakelijke aandacht ook niet extra persoonlijke aandacht te geven. Ook al kost dat misschien best wat tijd en inlevingsvermogen. ‘Personal interest selling’ maakt jouw werk toch ook leuker, als je iets kunt geven? Helemaal mooi als het onverwacht is. ‘Vroeger’ vonden salesmanagers niets leuker dan aan het einde van het fysieke gesprek nog even onverwacht een aardigheidje uit de achterbak te halen speciaal voor de klant als persoon. Zo versterk je de relatie pas echt. Zeer nuttig, omdat je door een zeer goede relatie belangrijke dingen ook meer en eerder te weten komt.

Maar de klant vind het in ieder geval érg prettig, die persoonlijke aandacht.