

Klantkansen

Human resources management (HRM) heeft tot taak de juiste mensen op de juiste plek te krijgen. Maar als deze afdeling niet weet wat de klant wil, hoe kan zij dan de juiste medewerkers aanstellen? Ik stel voor om de personeelsselectie voortaan door klanten te laten doen...

Afgelopen weekend gingen mijn vrouw en ik ter oriëntatie naar een caravan- & campershow bij de Gelderse Caravan Centrale in Barneveld. We hebben daar meerdere campers van binnen en van buiten bekeken, we hebben er zeker 30 minuten rondgelopen, maar er is niet één personeelslid op ons afgestapt met de vraag of hij/zij iets voor ons kon betekenen.

Klanten zijn eng!

Natuurlijk hoef je als klant niet besprongen te worden als je een winkel, een showroom of een andere verkooppriimte binnen treedt. Maar enige vorm van interesse zou toch wel gewaardeerd worden. De klant is namelijk nog steeds degene die het salaris van alle medewerkers betaalt. Waarom is het dan toch zo moeilijk om aangesproken te worden?

Misschien heeft het bedrijf de verkeerde personen aangetrokken. In mijn optiek gaat Personeel & Organisatie / HRM over 'het vinden, verkrijgen, behouden en benutten van medewerkervoorkeur', waardoor alleen de meest gemotiveerde medewerkers worden geselecteerd. Louter die medewerkers die er plezier aan beleven om de (potentiële) klanten te helpen, mogen werken voor het bedrijf. Bij de camperverkoper uit Barneveld is dit duidelijk niet het geval; daar leek het alsof de medewerkers liever niet met klanten in contact wilde komen...

Klantgericht HRM?

Juist nu de economie weer aantrekt is het van belang om de wensen van de klant duidelijk voor ogen te houden. Dus moeten alle medewerkers op z'n minst klantgericht zijn, hetgeen betekent dat de HRM medewerkers minimaal één keer per maand met een groep klanten moeten praten. Alleen op die manier kunnen zij de meest geschikte kandidaten aantrekken.

Ik ben echter bang dat dit een brug te ver is voor de meeste P&O medewerkers. Mij rijst een donkerbruin vermoeden dat de meeste P&O-ers absoluut geen beeld hebben van de wensen van de klant en daarom (per definitie) niet toereikende personeelskeuzes maken.

Klantkansen

Uit onderzoek komt naar voren dat als HRM meer klantinzicht heeft, zij haar processen beter uitvoert en dus betere resultaten boekt voor het bedrijf. De kwaliteit van de HRM processen stijgt, de effectiviteit van de processen stijgt, de proceskosten dalen. Daardoor selecteert het bedrijf betere medewerkers, die beter weten hoe om te gaan met (potentiële) klanten, waardoor de verkoopresultaten van het bedrijf stijgen. Een meervoudige win-situatie dus...

De volgende keer dat u een medewerker aanneemt, nodig dan eens een betrokken klant uit voor het laatste selectiegesprek. Dan weet u in ieder geval dat uw toekomstig personeel geen waardevolle klantkansen laat liggen!