

Hoe moest ik dat weten?

door Rita Bylsma

10 September 2012

Verhaaltje 1: korrelig eten

Stel dat je bij de bakker brood koopt en als je ervan wilt eten, merk je dat er kiezelsteentjes in zitten. Je gaat natuurlijk niet meer bij die bakker brood kopen. En andere mensen, die ook kiezelsteentjes in het brood vonden, ook niet meer. Daardoor gaat deze slechte bakker failliet en komt er een nieuwe bakker.

Dit noemen we stemmen met de voeten. Door niet meer naar een slechte leverancier te gaan, dwing je leveranciers tot het leveren van een bepaalde kwaliteit. Dat is fijn, zo heb je als klant invloed. Dat doen we natuurlijk allemaal al. Maar dat kan alleen als we het weten, dus bij leveranciers die vaak slechte kwaliteit leveren. Maar wat als het moeilijk is te weten wat je zou willen weten?

Verhaaltje 2: hard eten

Stel dat je bij de bakker brood koopt en als je ervan eet, bijt je een kies stuk op een kiezelsteentje. Dat kost je heel wat tandartskosten en het komt nooit meer helemaal goed. Je gaat bij die bakker verhaal halen, maar die haalt zijn schouders op. Je kunt nergens terecht met je klacht, want je leeft in een land met een heel vrije markt. Het enige wat je kan doen is stemmen met je voeten, dus je gaat niet meer bij die bakker brood kopen. Maar genoeg andere mensen blijven daar wel kopen, want bij hen was geen kiezelsteentje in het brood of ze hebben hem ingeslikt zonder het te merken.

Jij wilt andere mensen overtuigen dat de bakker onbetrouwbaar is, maar nog voordat jij daarmee begon, is een neef van de bakker jou zwart gaan maken bij de mensen in de buurt. Daarom zeggen de mensen dat jij dat rare verhaal van die kiezel uit wraak verzonnen hebt en geloven ze je niet. Drie jaar later bijt iemand anders op een kiezelsteentje in een brood van die bakker, maar de mensen denken dat hij/zij dat verzonnen heeft, omdat hij/zij verliefd op jou is. Vijf jaar later gebeurt het weer en nu beginnen mensen jullie te geloven.

De bakker verhuist nu naar een andere stad en opent een zaak met een andere naam. Sommige buurtbewoners vinden het onzin om de nieuwe klanten te waarschuwen; die moeten dat zelf maar uitvinden. Anderen willen die bakker eigenlijk wel in de gaten houden, want ze willen niet dat iemand met zoiets ongestraft weg kan komen, maar in jullie land met heel

vrije markt bestaat geen kamer van koophandel zodat het niet mogelijk is hem terug te vinden. Dus die bakker kan ongestoord doorgaan met zijn onveilige werkmethodes.

In dit geval wist jij het wel, maar de anderen niet. Voordat mensen ergens achter komen, kan er al van alles mis gegaan zijn. Je kunt dat accepteren. Mensen accepteren dat ze in het verkeer kunnen omkomen. Je kunt ook incidentele kiezels in brood accepteren. Maar iedereen zal wel ergens een grens trekken. Zoals bij compleet falende producten, giflozingen, fijnstof, ongezonde dampen uit meubelen, brandgevaarlijk materiaal, onnodige medische ingrepen, etc. Zelfs als je er verstand van zou hebben, hoe kun je deze zaken controleren als je alleen op je eigen ervaring als klant kunt afgaan? Je mag niet in de bedrijfsruimten kijken en je weet niet wat andere klanten hebben meegemaakt. Hoe kun je dan stemmen met je voeten?

Bij puur stemmen met de voeten zouden klanten elkaar niet eens proberen te waar- schuwen, want dan stemmen klanten niet op grond van hun eigen productervaring, maar op grond beweringen van anderen, die gelogen zouden kunnen zijn, of verkeerd begrepen. Bij puur stemmen met de voeten staat iedereen er dus alleen voor. Voor bedrijven is het dan het gunstigst om helemaal geen garantie te geven, want slechts enkele klanten blijven dan weg, namelijk die de pech hadden een falend product te kopen. Dan is het een groot risico om te sparen voor een product, want je kunt het allemaal kwijt zijn.

Maar laten we ‘stemmen met de voeten’ zo opvatten dat klanten elkaar wel adviseren. Bovenstaand verhaaltje laat zien dat er dan nog steeds heel wat gevallen overblijven waar de gezamenlijk klantervaring niet genoeg is om erachter te komen wat je zou willen weten.

Stemmen met de voeten werkt alleen als alle slechte leveranciers voornamelijk producten van minder kwaliteit zouden leveren. Maar die zijn het probleem helemaal niet. Die pik je er zo uit. Problemen geven andere slechte leveranciers:

- *leveranciers die meestal goede producten, maar soms een onbewijsbaar gevaarlijk of falend product leveren.*
- *leveranciers die goede producten leveren, maar opeens een ramp veroorzaken:: zoals een ontploffing of gifwolk.*
- *Leveranciers wiens producten goed functioneren, maar ongemerkt de gezondheid schaden.*
- *Leveranciers van goede producten, waarvan het productieproces de gezondheid van omwonenden schaadt.*

De gevolgen kunnen groot zijn, terwijl doorkrijgen wie de oorzaak was, vanuit klantervaring erg moeilijk is. Toezicht werkt dan beter dan stemmen met de voeten. Want een inspecteur kan vaststellen of de apparatuur en werkmethodes van een

bedrijf veilig zijn. In goed overleg natuurlijk. Je wilt geen inspecteurs die slechts één werkmethode kennen en goedkeuren. De ondernemer moet wel iets mogen uitleggen. Dus die inspecteurs moeten wel goed opgeleid zijn. Dat is dan allemaal weer duur, dus je moet kosten en baten wel tegen elkaar afwegen. Goed toezicht is duur, overdreven toezicht is onbetaalbaar, maar geen toezicht is desastreus.

Als het kan, willen we liever dat klanten zelf kunnen bijsturen. En dat kunnen klanten meer als ze meer informatie krijgen. Als producten worden geleverd met meer specificaties, dan kunnen klanten beter geïnformeerd kiezen.

Anecdote 1: brandbaardere auto's

Als sommige goedkope auto's (Ford Pinto) bij een botsing van achter bijna zeker in brand vliegen, zodat de inzittenden levend verbranden, dan willen klanten die auto misschien toch, omdat hij erg goedkoop is. Een verbetering van het ontwerp is erg duur en maakt dus de auto duurder. OK. Maar betekent eerlijke concurrentie dan niet dat de klant dat mag weten? Er kan een even goedkope auto zijn die meteen al anders ontworpen was. Misschien is het aantal doden en gewonden van de Ford Pinto niet groter dan dat van andere auto's in dezelfde prijsklasse, maar willen mensen als ze dood gaan liever anders dood gaan dan levend verbranden.

Welke risico's klanten nemen mogen ze toch zelf kiezen? Dat hoort dan toch ook bij eerlijke concurrentie? Waarom werd het dan geheim gehouden (tot het opviel)?

Hoe wordt betere informatie voor klanten bereikt? Je hebt toch op één of andere manier een overkoepelende organisatie nodig waar klanten hun ervaringen in kaart kunnen laten brengen. Want zelfs als leveranciers zelf informatie geven is dat zinloos als er geen middel is om elkaar te waarschuwen als één leverancier blijkt te liegen. En we leven niet meer in de Middeleeuwen in kleine dorpjes waar we met elkaar kunnen praten over eenvoudige producten waarvan de kwaliteit snel duidelijk is. Dat werkt niet meer.

Webadres is pdtrg39.home.xs4all.nl/hoeWeten.html