



Tevreden mensen geven  
Léonie Vermeulen goed gevoel

# Ik hou van gezichten

Al meer dan tien jaar is Voorwaarde expert op het gebied van klantbeleving en klantmanagement. Met als enige doel mensen blij te maken. Je moet wel een ijskonijn zijn, wil je niet ontdooien bij het aanstekelijke enthousiasme van directeur Léonie Vermeulen, die ook privé graag een steentje bijdraagt aan een betere wereld.

optimisme.

# blijje



optimisme.

# Lach eens wat vaker

## Een mooi partnership

“Aan het starten van mijn eigen bedrijf gaat wel een geschiedenis vooraf. Tijdens mijn hbo-opleiding management, die ik in 1985 heb afgerond, deed ik klantonderzoek voor Center Parcs. Zij wilden graag weten waardoor klanten nou uiteindelijk tevreden zijn. Dat heeft veel met beleving en emotie te maken, weet ik inmiddels. Dat onderzoek heeft mij nooit meer losgelaten. Na diverse banen op sales-, marketing- en organisatiegebied was ik tot de conclusie gekomen dat er veel factoren zijn, die ervoor zorgen dat een klant al dan niet tevreden is. Ik vond het een uitdaging om die verschillende disciplines samen te bundelen en ben zodoende Voorwaarde, mijn eigen bedrijf, begonnen. Daarbij wil ik graag de nadruk leggen op ‘waarde’. Waarden die mensen hebben, daarmee bedoel ik hun persoonlijkheid en wat je belangrijk vindt. Dat zal altijd in het klantencontact naar voren komen. En dat wat het bedrijf belangrijk vindt, moet je ook uitstralen via medewerkers richting je klanten. En je klanten hebben weer bepaalde waarden en die zoeken een partij of organisatie, die daarbij past. Als je elkaar op dat niveau weet te raken, heb je een mooi partnership.”

## Ongelooflijk veel mogelijkheden

“Ik ben altijd op zoek geweest naar wat medewerkers bijdragen aan het gedachtegoed vanuit een bedrijf en hoe je dan die verbinding legt via je klanten. Ik ga vaak met bedrijven in gesprek en dan blijkt dat zij niet zo makkelijk spreken over wat ze vinden van de manier waarop er wel of niet moet worden gecommuniceerd. Dat vind ik nu het mooie van wat er is ontstaan door social media: het heeft ongelooflijk veel

mogelijkheden. Het is een vorm van communicatie, waar veel bedrijven nu nog op afstand naar kijken, terwijl ik zeg: ‘Je moet het integreren in je hele manier van werken’. Je kunt vanuit het bedrijf prima communiceren waar je voor staat. Vervolgens moet je monitoren wat er gebeurt en daar moet je goed de regie over houden. En dan hoeft je nergens bang voor te zijn, als je er maar bovenop zit. Als je maar communiceert. Niet alleen met tevreden klanten, ook met klanten die dat niet zijn. Het mag misschien vervelend worden gevonden dat je met social media in de openbaarheid treedt, het fijne ervan is dat je met elkaar in gesprek gaat. En dat houdt de waarden tussen elkaar scherp. Dáár staat Voorwaarde voor. Wij vinden het belangrijk dat klanten blij worden. Dat is onze uitdaging.”

## Iedere klant heeft specifieke wensen

“Vaak is er binnen bedrijven een bestaande cultuur, die moet worden veranderd in klantgericht denken en handelen. Kortom: meer de dialoog aangaan met de klant, zodat je weet wat er speelt. Wij worden erbij gehaald als bedrijven kiezen voor dat veranderingsproces en daar tijdelijk assistentie bij nodig hebben. Die kunnen wij bieden op verschillende vlakken. Voorwaarde wordt gevormd door een ploegje van vijf professionals, daarnaast werken we met deskundige partners. Een van onze partners bemiddelt bijvoorbeeld vaak op directie- en bestuursniveau als er onenigheid is over wat een bedrijf wil zijn en de weg er naartoe. Dan brengt hij dat helder in kaart. Een van onze vaste mensen kijkt naar bedrijfsprocessen. Hoe kun je die bijvoorbeeld verbeteren door een stukje automatisering? We hebben een communicatiespecialist in dienst op het gebied van social media. Hij volgt de status van klanten en helpt ze om beter vindbaar te zijn op internet. Hij geeft ook tips over hoe je een website kunt verbeteren, waardoor je je boodschap duidelijker kunt uitdragen. Dat is uiteraard maatwerk, want iedere klant heeft specifieke wensen. We hebben ook een financiële man, die bekijkt hoe een bedrijf kan verdienen aan zijn klanten. En we hebben iemand op human resource-gebied, want het kan zijn dat een bedrijf een tijdelijke of vaste kracht moet aantrekken. We doen tevens wervings- en selectietrajecten, gericht op klantvraagstukken.”

## Geen ellenlange processen

“Dus als je met je klanten een slag wilt maken, een ander soort communicatie op orde wilt brengen, ben je bij ons aan het juiste adres! Bij ons is het: snel gas geven, goed analyseren wat er speelt, daarop inzoomen, mensen inspireren, zorgen dat verbindingen tot stand komen, keuzes maken en daarmee aan de slag gaan. Geen ellenlange processen. Dat kan vervelend overkomen en confronterend zijn, maar meestal zijn bedrijven er blij mee. Je moet niet alleen over dingen praten, je moet gewoon handelen. Daar is steeds meer behoefte aan, merken we. Bedrijven beseffen steeds vaker dat het niet alleen gaat om het verkopen van een product, maar dat er meer bij komt kijken: mensen, middelen,

## Waarde

Directeur Léonie Vermeulen bundelt disciplines zoals sales en marketing met de nadruk op ‘waarde’. Waarden van mensen en hun persoonlijkheid matchen met waarden van een organisatie. Als je elkaar op dat niveau weet te raken, heb je een mooi partnership.





Léonie Vermeulen  
aan het werk tijdens  
een vrijwilligersproject  
in Tanzania.

extra's... Je merkt dat klanten er soms moeite mee hebben om anders te gaan denken. Wij helpen hen daarbij. Voorwaarde biedt een totaaloplossing. Niet voor niets hebben wij al gewerkt met grote bedrijven als het UVW, ABN AMRO en AEGON. Voor Rabobank doen we nu een groot social media-project en met InHolland werken we aan een veranderings-traject. We hebben ook wat kleinere klanten in Den Haag, Amsterdam en Utrecht. En zo zijn we lekker bezig.”

### ‘Kies wat bij je bedrijf past’

“Toen vorig jaar social media zo’n grote rol gingen spelen binnen het zaken doen, heb ik meteen een afstudeerder onderzoek laten doen naar wat onze organisatie ermee zou kunnen doen. En toen ontdekte ik snel dat veel bedrijven ermee aan het worstelen zijn. Ze hebben gewoon een leidraad nodig. Iemand die ze uit het doolhof weghoudt en de strategie bepaalt. Want veel mensen weten niet waar ze moeten beginnen. Er zijn nogal wat organisaties die zeggen: ‘Ik heb een Twitter-account, een Facebook-pagina en ik sta op LinkedIn. Maar wat heb ik eraan? Het kost mij alleen maar tijd’. Terecht dat ze zo redeneren, want het levert je ook niet direct iets op. Sterker nog: het levert je per definitie helemaal niets op als je zomaar gaat twitteren. Als ik met bedrijven praat over social media en ze zeggen: ‘We moeten er iets mee’, antwoord ik dat ze er helemaal niets mee moeten. Je hebt de keuze of je dat wilt. Je moet wel duidelijk gaan nadenken en bepalen of het onderdeel moet gaan uitmaken van je totale pakket van communicatiemiddelen. Je kunt niet alles, dus kies wat bij je bedrijf past.”

### Een voorwaarde voor de toekomst

Vervolgens maken wij een korte analyse van een bedrijf hoe het al bekend staat op social media, Daarna wordt bekeken hoe het goed vindbaar kan worden door erover te vertellen. Dat gaat verder dan alleen het droppen van je naam. Je kunt uitwiden over gedachten die achter het bedrijf zitten. Wat wil je uitdragen? Dat kun je laten zien door inzet van allerlei social media, desgewenst aangevuld met allerlei foto’s en filmpjes. Dat is per geval verschillend. Hoe dan ook: social media zijn een voorwaarde voor de toekomst. Wij hebben

bijvoorbeeld tijdens sessies pasafgestudeerden en managers van bedrijven voorgelegd of ze vonden dat elk bedrijf moest communiceren met de buitenwereld. Terwijl de jongeren dat de normaalste zaak van de wereld vinden, zien veel ouderen het als levensgevaarlijk en willen zij de dingen blijven doen, zoals ze al jaren gewend zijn. Maar dat gaat niet. Als je daar niet de verbinding legt, gaat het botsen. Houd je de deuren dicht, dan komt er niemand binnen. Er zal hoe dan ook dus iets moeten gebeuren.”

### We krijgen er energie van

“Angst om meer openheid te geven, speelt vaak ook een rol. Maar dat zegt meer over de persoon, dan over hoe de werkelijkheid is. Als je dat ervaart, moet je mensen daarbij helpen, vind ik. Bij veel bedrijven wordt ook zo geredeneerd van: ‘Ach, social media is een hype, die gaat wel weer voorbij’. Ik kan je vertellen, dat dit niet het geval is. We hebben computers en mobiele telefoons gekregen, social media is daar onderdeel van en zal echt niet meer verdwijnen. Ik vind het begrijpelijk dat bedrijven eerst nadenken wat ze er mee zouden willen, kunnen en gaan doen. Ik vind het geweldig om dat proces te begeleiden. Geniet er ontzettend van en dat heeft meestal zijn weerslag op de klant. Het woord energie valt heel vaak. Zo van: ‘We krijgen er energie van en zien het weer anders en positief in’. Dat geeft mij weer energie om door te gaan. Maar ja, ik ben nu eenmaal graag behulpzaam. Niet alleen naar klanten toe vind ik dat vanzelfsprekend, ook in mijn privé-leven. Zo heb ik samen met Jos, mijn partner, meegedaan aan een vrijwilligersproject in Tanzania. We hebben voor een school toiletten gebouwd en een tuintje aangelegd. Bovendien steunen we een weesmeisje, zodat het kan studeren. Dat zorgen voor, zit er dus wel in. Ach, als ik de mogelijkheden ervoor heb, vind ik het normaal om te doen. Dat geeft me een goed gevoel...” ■ [www.voorwaarde.nl](http://www.voorwaarde.nl)

TEKST: JOËL POLLEMANS BEELD: LÉONIE VERMEULEN

# Doe

de social media check