

Een klant wil ook wel eens lachen

Een grappige tekst op een vrachtwagen, een kwinkslag tijdens een lastige onderhandeling. Humor helpt om op te vallen of meer gedaan te krijgen. Er zijn wel risico's, want grappen kunnen flauw, misplaatst of zelfs beledigend zijn. 'Ik zag het gezicht van mijn klant verstrakken.'

Door *Jolan Douwes*

Niek Snel staat bekend om zijn aanstekelijke lach. Als hij eenmaal begint, trekt hij anderen mee, ook juridische gemeenteambtenaren die gewend zijn in de plooi te blijven. De Amersfoortse eigenaar van een adviesbureau voor de exploitatie van buitenreclame vertelt dat hij een keer in een vergaderzaal zat te overleggen over aanbestedingen. Het ging er zo vrolijk aan toe dat de burens vroegen of het wat zachter kon.

'Ik heb er lol in wat luchtigheid in een zakelijk gesprek te brengen',

'Ik floepte eruit: bij dit merk krijg je er bijna een monteur bij.' Tot zaken is het niet gekomen.



zegt Snel (61). 'Daar bereid ik me ook op voor. Als ik een afspraak heb, onderzoek ik of er iets opvallends in het nieuws is geweest. Laatst las ik over een gemeente waar vandalismebestendigeabri's kwamen. Bij de feestelijke opening mocht de wethouder er een testen met een hamer. Bij een tweede klap ketste de hamer terug en sloeg een tand uit haar mond.'

De ondernemer schat dat 80% van zijn klanten zijn aanpak waardeert. Klanten introduceren hem regelmatig bij anderen met de woorden: 'Die wil jou even zien.' Er zijn ook mensen die hem te luidruchtig vinden. 'Maar ik weet wanneer ik mijn mond moet houden of serieus moet zijn.'

Eén keer viel een grap verkeerd. Dat was bij een dealer van Engelse auto's die zijn bestellingen te laat binnenkreeg. De reclameadviseur floepte eruit: 'Bij dit merk krijg je er bijna een monteur bij.' Tot zaken is het niet meer gekomen. 'Ik zag het gezicht van mijn klant verstrakken.'

Kwetsende grappen

Klanten vinden en binden met humor. In het pas verschenen boek *Thuis ben ik niet zo leuk!* geeft spreker en auteur Jos Burgers (68) tips om vaker zaken te doen met een knipoog. Uit onderzoek blijkt niet alleen dat grappige mensen sneller het vertrouwen winnen, ze kunnen lastige boodschappen ook gemakkelijker brengen en lossen ruzies eerder op, citeert hij gedragswetenschapper Peter McGraw van de universiteit van Colorado.

Het inzetten van humor is iets om goed over na te denken. Verkeerd begrepen, flauwe of kwet-

UITGLIJSERS

Een greep uit de grappen die spreker en auteur Jos Burgers in zijn boek 'Thuis ben ik niet zo leuk!' flauw, belegen of tenenkrommend noemt:

● *Klant vraagt of hij ook batterijen kan krijgen. Verkoper: 'Ik verkoop alles, behalve mijn schoonmoeder. Die geef ik gratis weg.'*

● *'Zo, dat heb je snel gedaan', zegt een klant tegen een verwarmingsmonteur. 'Dat zei mijn vrouw vannacht ook.'*

● *Slogan van een horrenleverancier: 'Wespen horren buiten'.*

● *Poster met kort rokje waar blote billen uit piepen, draagt de tekst: 'Voor ieder reetje een Aarts wc-tje'.*

sende grappen kunnen potentiële klanten afstoten of bestaande relaties weggagen. En pas op met humor als een klant al geïrriteerd is, waarschuwt hij, want dan kan een grap olie op het vuur zijn.

Burgers merkte dat er nog geen Nederlandse managementboeken over zijn geschreven. 'Het verbaast me dat er veel adviseurs en experts zijn op het gebied van klantbenadering, maar dat niemand zich heeft verdiept in het gebruik van humor. Een boek met een titel als *Hoe word ik grappig?* geeft algemene tips. Uit het buitenland heb ik twaalf boeken laten komen over humor op het werk. Mij gaat het erom hoe je bij klanten op een verrassende manier uit de hoek kunt komen.'

Glas champagne

Onlangs maakte de auteur het nog mee toen hij vanuit Midden-Amerika naar Nederland terugvloog. De stewardess vroeg of ze een glas champagne kon inschenken. Burgers keek op zijn horloge en zei: 'Is dat niet wat vroeg?' Waarop de stewardess antwoordde: 'We vliegen intercontinentaal, het is altijd wel ergens tijd voor champagne.' Burgers kreeg er meteen zin in.

Hij vermoedt dat de stewardess die opmerking niet ter plekke had bedacht. 'Misschien heeft een passagier zo ooit bij haar gereageerd. Ze kan die opmerking toen hebben toegevoegd aan haar repertoire. Zo kan iedereen erover nadenken waar en wanneer een beetje humor past. Of dat nu voor een visitekaartje, een LinkedIn-profiel, een presentatie of een tekst op de nieuwe bedrijfsauto's is.' In zijn boek geeft Jos Burgers soft-

Pas op met een humor als een klant al geïrriteerd is: dat kan olie op het vuur zijn





warebedrijf Afas als voorbeeld. Eén keer omdat hij op het hoofdkantoor in Leusden grinnikend van het toilet kwam. In alle wc's hangen grote posters van medewerkers met een vergrootglas, wijzend of met een meetlat. De tweede keer noemt hij de topman van het bedrijf, Bas van der Veldt. Die staat met opvallend persoonlijke teksten en informele foto's op de bedrijfswebsite.

'Wij zijn een famili-air bedrijf waar we onszelf en elkaar niet te serieus nemen', zegt marketingmanager Klantsucces Rik ten Wolde (36) van Afas. De software moet 100% kloppen, maar daar kunnen we natuurlijk wel grappen over maken. Ons motto zou kunnen zijn dat er al genoeg saaie bedrijven bestaan. "Gek" is een van onze kernwaarden.'

Geen leedvermaak

Gek is de foto van Bas van der Veldt waarop hij zijn eigen hoofd in zijn hand heeft zeker. De een kan daarom lachen, de ander kan het een beetje eng vinden. 'Als klanten of medewerkers problemen hebben met foto's, gaan we erover nadenken of we ze houden', reageert de marketingmanager. Het bedrijf heeft ook foto's waarop zijn baas als toerist verkleed is,

omdat 'Bas vindt dat de meeste directeuren als een toerist in hun bedrijf rondlopen'.

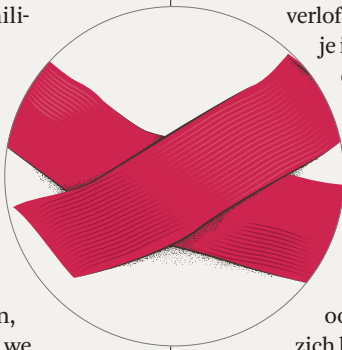
Een veilige bedrijfscultuur is een voorwaarde om grappen te kunnen maken. 'Als er een cultuur is van controle en wantrouwen, durf je dat niet', zegt Ten Wolde. 'Onze directie vindt regels vaak harteloos en hersenloos. Als een dierbare is overleden, bepaal je in overleg met je manager hoe lang je

verlof opneemt. En als je iets onder de €100 declareert, controleert niemand dat, omdat we uitgaan van vertrouwen.'

Bij een gezonde bedrijfscultuur hoort ook een leiding die zich kwetsbaar opstelt, voegt Jos Burgers eraan toe.

Als de leidinggeveden om zichzelf kunnen lachen, durven anderen dat ook. 'Wie in dienst komt bij Afas, krijgt een afvinkkaart. Je kunt bijvoorbeeld een vinkje krijgen als je een directielid hebt tegengesproken.'

Reclameadviseur Niek Snel heeft als stelregel: geen leedvermaak. 'Mijn vader had cynische humor. Hij kreeg de lachers op zijn hand als hij mensen in de maling nam. Aan grappen ten koste van anderen heb ik juist een hekel. Dat hoort niet.' Jos Burgers schrijft dat ook: lach mét de klant, nooit om de klant. □



'Aan grappen ten koste van anderen heb ik een hekel'