

Bezuinigen? Probeer authenticiteit eens.

Authenticiteit, het is een tijd erg in geweest om het daar over te hebben. Bedrijven die authentiek zijn, hebben de toekomst. Ze houden klanten vast en groeien waar anderen alleen maar klanten verliezen. Authentiek zijn dus. Maar wat blijkt, het is een beetje naar de achtergrond verschoven. De economische berichten en het overal verkondigde 'zware weer' voeren nu de boventoon. De toekomst ziet er heel anders uit. En authenticiteit? Daar hebben we nu even geen tijd voor. Is dat terecht of gooien we meer weg dan alleen het badwater? Kan authenticiteit meer zijn dan een goede reclame, dan een marketing instrument? Het blijkt van wel.

Authenticiteit waar hebben we het dan eigenlijk over. Over de appeltaart bij de supermarkt, 'authentiek gebakken volgens grootmoeders recept'? Maar natuurlijk. Geef me haar adres even dan stuur ik een bedankbrief omdat het zo lekker was. Nee, dat niet. Grootmoeder bestaat niet maar is een verzinsel van de marketingafdeling. Dat had ik natuurlijk wel kunnen weten. Maar is dat nou zo gek? Er voor uitkomen wat je echt doet. Het je klanten gewoon vertellen, zonder het op te leuken. Ze zelfs mee laten kijken. Is dat eigenlijk niet authenticiteit? De eerste reactie is meestal: kom nou toch, dat gaat echt niet. Ik heb al genoeg uit te leggen zonder dat de klant meekijkt. Ik ga me niet nog meer op mijn hals halen. Kost alleen maar meer moeite.

In sommige restaurants, van zeg maar het niveau appeltaart meer dan ontstegen, denken ze daar anders over. Daar bestaat het fenomeen kokstafel. Een tafel in de keuken waar gasten, net zo als in het restaurant, hun maaltijd kunnen nuttigen. Alleen zitten ze er bij het klaarmaken met hun neus bovenop. Letterlijk een kijkje in de keuken dus. In eenvoudiger vorm zie je dit terug bij restaurants met een open keuken. Dit meekijken van klanten heeft nogal wat gevolgen. Alles is zichtbaar, de operatie presteert onder de ogen van de klant. Hoe zou dat zijn voor andere bedrijven?

In eerste instantie kan dat best nogal wat gevolgen hebben. De keuken die het niet zo nauw neemt met hygiëne en netheid zal een uitdaging hebben bij het plaatsen van een kokstafel. Zo ook een onderneming waarbij de operatie nogal wat vuile was heeft binnen te houden. Het is dan nogal een omschakeling. Maar wanneer die fase voorbij is gaat het er anders uitzien. Het meekijken van de klant dwingt namelijk tot het gericht zijn op die klant. Die is niet meer een abstract begrip maar, soms letterlijk, lijfelijk aanwezig. Iets waar we ook ons voordeel mee kunnen doen.

Om te beginnen kan een klant veel sneller aangeven of wat we aan het doen zijn wel past binnen de verwachting. Activiteiten die leiden tot iets wat de klant niet wil worden eerder gestopt of aangepast. Of, een stapje verder, activiteiten die eenvoudiger door de klant zelf kunnen worden gedaan kan de klant zelf oppakken. Klanten kunnen beter inschatten wat de impact is van bepaalde wensen. Vaak is het mogelijk om met een kleine bijstelling realisatie veel makkelijker te maken. De communicatie hierover wordt ook directer en eenvoudiger. Wat allemaal weer helpt bij het krijgen van een goed imago. Iets waar de communicatie afdeling normaal haar handen vol aan heeft. Tegen bijbehorende kosten. Eenvoudig weg vertellen wat er aan de hand is kost veel minder dan elke keer maar weer recht praten wat eigenlijk krom is. Dit zijn zomaar wat voorbeelden want er valt op veel meer manieren geld te verdienen met authenticiteit.

Samengevat, het is niet eenvoudig maar de opbrengsten zijn er ook naar. Streven naar een authentieke organisatie of project, vanuit marketing- en kostenoverwegingen. De praktijk heeft het al vaak bewezen, het werkt. Voor allerlei organisaties in allerlei branches. Het blijkt zelfs zo te zijn dat openheid de marges niet onder druk zet maar dat er juist meer ruimte ontstaat.

Van mensen wordt wel gezegd: hij of zij is zo ontspannen zichzelf. Voor organisaties en projecten gaat dat ook op. Jezelf zijn, het ontspant meer, kost minder en geeft meer resultaat.

Jan Baljeu, Pracsens