

## Bent u goed?

Uw antwoord is zeer waarschijnlijk “Ja, natuurlijk.” Toch is het een vraag die belangrijk genoeg is om te stellen. Niet alleen voor ons, ondernemers in de zorg, maar voor alle dienstverleners en andere leveranciers die betrokken zijn bij de bedrijfsvoering van zorgpraktijken, van de wegwerphandschoenen tot de IT. Want...

de patiënt wil erop kunnen vertrouwen, dat hij de zorg of behandeling krijgt die hij nodig heeft, die hij als klant verdient. De zorgondernemer moet er van op aan kunnen dat de IT beschikbaar is, de patiëntgegevens in goede handen zijn en blijven, hij zonder problemen toegang tot internet heeft, de telefoon het doet en de schoonmaker zijn werk naar behoren heeft gedaan.

Omdat wij bedacht hebben dat de klant helemaal niet kan beoordelen wat goede dienstverlening is, hebben wij ons laten overtuigen dat wij de klant moeten overtuigen en voor ons moeten winnen. En hoe? Door met elkaar een wereld aan systemen, certificaten, contracten, SLA's en disclaimers op te tuigen. Om elkaar vooral aan te tonen dat ieder van ons betrouwbaar is. De één misschien nog meer dan de ander (gezien de hoeveelheid stickers op de voordeur).

### Blind vertrouwen?

Maar wat is dit allemaal waard? Is het wel nodig? Lezen uw klanten die - vaak ingewikkelde en met juridische termen

doorspekte - voorwaarden? Begrijpen uw klanten wat er staat en wordt bedoeld? Wat is een certificering echt waard? Kunnen uw klanten dat beoordelen? Wordt er blind vertrouwd op een vignet aan de gevel? Beleeft de klant meer kwaliteit door de hoeveelheid stickers? Kan hij u nu opeens wèl beoordelen?

Hebben wij als zorgondernemers al die adviseurs en juristen nodig om ons zelf te overschreeuwen en in te dekken? Maken onze klanten, patiënten of afnemers keuzes op basis van onze hoeveelheid etiketten? Of is het onze manier om ons in te dekken, durven we het niet om niet aan te haken, uit angst de boot te missen?

Mensen, klanten en opdrachtgevers willen goede zorg, goede service en goede producten. En zij moeten er zonder meer op kunnen vertrouwen dat hun zorgvraag, hun hulpvraag of hun consumptievraag door betrouwbare mensen of bedrijven wordt beantwoord of geleverd.

### Feestjes op social media

Ik wil daarom collega's en zorgpraktijken oproepen ons (weer) te focussen op: leveren van kwaliteit waarop klanten en patiënten kunnen vertrouwen.

Om de klant dit te laten zien zijn inmiddels genoeg maatschappelijke “tegentrends” zichtbaar. Vroeger hoorden we op een feestje van mensen die we vertrouwden welke fysiotherapeut het beste was voor welke behandeling. Dat gebeurt nu eigenlijk nog steeds. Wij gaan alleen naar veel

meer feestjes dan vroeger. Daar zijn we niet altijd meer allemaal lijfelijk aanwezig maar we horen het wel van elkaar. We gaan af op het oordeel van lotgenoten, mensen zoals jij en ik, ervaringen van collega's of reviews op een website.

Werd het vroeger op een verjaardagsfeestje in kleine kring verkondigd, nu delen wij via de sociale netwerken en 'likes', een positieve (en negatieve) ervaring al snel met honderden mensen.

En al die mensen willen graag weten: bij die zorgverlener krijg ik de zorg, aandacht, dienst, service of het product dat ik nodig heb. Zij nemen in hun afweging de 'likes' mee. En dat is toch waar het uiteindelijk om draait, tevreden klanten met vertrouwen in hun zorgverlener.

Dus zorgverlener, dienstverlener of leverancier: doe je werk goed, schaad het vertrouwen van je klanten niet en geef ze een podium waarop ze hun tevredenheid kunnen delen. Plak dat maar op je deur!!

*Jan Pieter Dijkstra*

*Jan Pieter Dijkstra is directeur Comvio BV en partner van MoveMens Media*

*Reageren?*

➔ [www.moveemens.nl](http://www.moveemens.nl)