

Wat wil de klant?



Enkele weken geleden viel mijn zoon met zijn fiets. Fiets kapot, en omdat hij toch al te klein was zijn we op zoek gegaan naar een nieuwe fiets. Zomaar een fiets kopen kan natuurlijk niet, dus besloten we tot een projectmatige aanpak. Eerst maar eens de requirements opstellen: wat voor fiets willen we eigenlijk? We kwamen op de volgende lijst:

- De fiets wordt gebruikt voor woon-school verkeer. Op school wordt er slordig met fietsen omgegaan, dus dient hij heel degelijk te zijn.
- Mijn zoon houdt van fietsen en gaat regelmatig zo maar een rondje om. De fiets dient dus lekker te fietsen.
- De fiets mag niet teveel kosten. Er wordt netjes een budget vastgesteld.

Bij de rijwielhandelaar leggen we ons lijstje voor en hij komt al snel met verschillende mogelijkheden. Een fiets met een Shimano Nexave T300 groep schijnt erg goed te zijn. Als we nog sportiever willen is de Shimano Alivio natuurlijk beter, die lopen nog soepeler. De top is natuurlijk de Shimano Deore. Een Shimano Nexus wordt ons afgeraden. En willen we rollerbrakes of V-brakes?

We zijn een beetje beduusd, en vinden de gevraagde prijs toch wel aan de hoge kant. We besluiten dat concurrentie een goede zaak is en gaan bij enkele andere rijwielhandelaren langs. Daar worden we geconfronteerd met verende voorvoren (vroegen we daarom?), een 7005 frame en een carbon frame. Weer ergens anders blijken we een hybride te moeten nemen.

Als klant is het lastig om een keuze te maken, omdat de vakmensen praten in voor de klant onbegrijpelijke termen. Ondanks het feit dat we allemaal al sinds onze vroege jeugd een fiets berijden en precies weten wat we als gebruiker wel en niet willen, blijkt dit niet zo eenvoudig te formuleren in termen die de vakmensen begrijpen.

Natuurlijk zijn de requirements 'degelijk' en 'lekker' lastig. Voor onszelf als klant zijn ze overduidelijk. Voor de rijwielhandelaar blijken ze nogal vaag te zijn en op meerdere manieren uit te leggen. Hij komt terug met taalgebruik dat wij weer niet herkennen. De kans dat je de verkeerde fiets koopt is evenredig aan de mate van miscommunicatie die plaatsvindt.

In de IT zien we vaak hetzelfde. Klanten die vertellen wat ze willen en dat echt schijnen te weten. Vaak vallen termen als 'flexibel' of 'gebruikersvriendelijk'. De IT-vakmensen vinden dat vaak moeilijk te begrijpen en vertalen dat naar hun vaktaal. Leverancier één begrijpt: u wilt een service georiënteerd (flexibel) systeem met een rich client (gebruikersvriendelijk). De volgende leverancier vindt dat u een metadata driven (flexibel) systeem met een Ajax (gebruikersvriendelijk) front-end nodig heeft. De derde leverancier stelt dat u een component based (flexibel) applicatie nodig heeft met een echte Windows interface (gebruikersvriendelijk). De klant vraagt zich vervolgens af wat dit allemaal is en hoe het relateert aan zijn wensen. Echte communicatie blijkt lastiger dan we denken.

De oplossing zal moeten komen van twee kanten. De IT-er zal moeten beseffen dat hij de klant veel moet vragen en goed moet luisteren om achter de echte wensen van de klant te komen, terwijl de klant dient te beseffen dat hij in dit traject serieus tijd moet stoppen.

De laatste rijwielhandelaar die wij bezochten gaf het goede voorbeeld. In plaats van moeilijke termen roepen stelde hij vragen die wij begrepen. Op grond hiervan kwam hij met een advies dat past bij onze echte wensen.

Willen we tot systemen komen die beter passen bij wat er echt nodig is, moeten we de dialoog aangaan. Veel vragen dus, en vooral héél goed luisteren.

Jos Warmer,
Partner Ordina SI&D.
E-mail:
jos.warmer@ordina.nl.