

BLOEI-BRIEF OVER DE EERSTE INDRUK

Beste mede-Bloeier,

Ken je dat gezegde: “je krijgt maar één kans om een eerste indruk te maken”? Niets is minder waar en dat geldt net zo goed voor een bedrijf. Ook daar kan die eerste indruk een groot verschil maken. Die eerste indruk bepaalt of een potentiële klant voor je bedrijf kiest. Of die talentvolle sollicitant ervoor gaat. Of die leverancier zich extra zal inzetten. En zo zijn er nog veel meer mogelijke voordelen.

ZORG VOOR EEN WARM WELKOM VOOR JE GASTEN

Stel je eens voor, je hebt voor je werk een afspraak bij een bedrijf dat zich bezighoudt met de zorg voor ouderen. Je komt aan op de parkeerplaats en ziet direct naast de ingang parkeerplekken met de bordjes ‘gasten’. Je denkt bij jezelf: “gelukkig, hier geen klantvriendelijke directieplaatsen”. Bij binnenkomst word je meteen verwelkomd door een aardige dame. Ze weet je naam al en biedt je een kop koffie aan. Het bedrijf heeft een fijne uitstraling en de entree is leuk ingericht. Aan een muur hangt een grote verzameling foto’s van evenementen met de medewerkers. Allemaal gekke en leuke foto’s van sportieve uitjes, bedrijfsfeestjes en andere dingen waar je blij van wordt als je ernaar kijkt. Op een andere muur hangen foto’s van medewerkers die uitstapjes maken met ouderen. Als de dame je koffie brengt, vertelt ze vol trots hoe het bedrijf een eigen goed doel heeft. Medewerkers gaan elke maand een dag op stap met eenzame ouderen om leuke dingen te doen. Dit idee kwam van de medewerkers zelf. Het bedrijf is actief in ouderenzorg en het goede doel is zo ook verbonden met waar de organisatie voor staat.

STRAAL UIT HOE JE BEDRIJF BRUIST VAN DE ENERGIE

Je krijgt een korte rondleiding door het bedrijf en de bruisende energie valt je direct op. Medewerkers stellen zich spontaan voor. Iemand laat je vol trots een nieuw ontwerp zien en vraagt je naar je mening. De bevoegenheid spat ervan af. Op verschillende plaatsen zie je dat de medewerkers hun eigen prestaties en doelstellingen op ludieke manieren bijhouden. Als je langs de kantine loopt, zie je veel fruit en gezonde producten staan. Vol trots vertelt een medewerker dat hier alleen maar biologisch geserveerd wordt. De koffie is trouwens heerlijk en afkomstig van de meest eerlijke koffieleverancier. Je ziet een tafelhoetbalspel, een dartbord en een gezellige bar in de hoek van de kantine. In de spreekkamer staan mooie bloemen op tafel en hangen de muren vol met het verhaal van dit bedrijf.

GEEF JE GASTEN EEN HEEL GOED GEVOEL

Er volgt een prettig gesprek. Voordat je weggaat vraag je of je nog even naar het toilet mag. Daar zie je een hele tafel met geurtjes en andere verzorgingsproducten. Er ligt zelfs een föhn klaar. “Die is voor als iemand door de regen is gekomen en zich nog even wil oprispen”, vertelt een medewerker trots. Voordat je weggaat krijg je van de aardige dame bij de receptie nog een tasje mee. “Ons verwenpakket”, legt ze uit. “Vanuit ons initiatief samen met eenzame ouderen, organiseren we ook workshops. In het pakket zitten een potje jam, een kaasje en een pakje kruidenthee. Allemaal zelfgemaakt, samen met de ouderen.” Je stapt met een heel goed gevoel weer in je auto.

MEER KANSEN OM EEN GOEDE EERSTE INDRUK TE MAKEN

Natuurlijk krijg je niet alleen door een bezoek een eerste indruk. Vaak kijk je eerst naar de website. Is deze goed verzorgd, actueel, makkelijk te navigeren en authentiek? Staat deze vol met van die gelijke plaatjes die duidelijk zijn gekocht? Of zie je vooral ‘echtheid’, zoals foto’s van de echte medewerkers, verhalen van echte klanten en uitleg van echte specialisten? Er is al genoeg nepnieuws in de wereld. Ook de medewerker die je aan de telefoon krijgt, is bepalend voor je gevoel over het bedrijf. Wordt

de telefoon snel en correct opgenomen? Word je vriendelijk te woord gestaan? Wordt er naar je geluisterd, kom je uiteindelijk bij de juiste persoon uit en word je ook echt verder geholpen? En wat dacht je van de impact van de medewerker die je toevallig ergens ontmoet en die vol trots over het bedrijf vertelt? Je krijgt een opvallend leuk visitekaartje en ontvangt al snel daarna nog een vriendelijk berichtje. Het zijn allemaal kansen om een goede eerste indruk te maken.

BESTEED BEWUST AANDACHT AAN DE UITSTRALING VAN JE BEDRIJF

Het gaat om bewuste aandacht voor die eerste indruk en de uitstraling van het bedrijf. Wat wil je met het bedrijf uitstralen? Waar ben je trots op? Waar staat je bedrijf voor? Wat is de identiteit ervan en hoe kan je die op de meest positieve manier laten zien? Als je met deze vragen aan de slag gaat, kun je de uitstraling van je bedrijf met eenvoudige, kleine stapjes al zo bijzonder maken. En het hoeft echt niet allemaal in één keer. Het gaat erom dat je bewust aandacht hebt voor de eerste indruk die je wekt. Dat je die ervaring elke keer nog een stukje leuker en mooier maakt. Uiteindelijk is dat niet alleen voor je gasten, maar zeker ook voor je medewerkers zelf veel leuker.

HOE DOE JE DAT DAN? HOE PAK JE DAT AAN?

Het is verstandig om iemand verantwoordelijk te maken voor de uitstraling van je bedrijf. Dit centrale aanspreekpunt hoeft zeker niet in het management te zitten. Kies liever iemand die er passie voor heeft, het perfect kan aanvoelen en er van nature goed in is. Geef deze medewerker de ruimte en bevoegdheid om er echt wat van te maken. Zo kan deze bijvoorbeeld een kleine 'taskforce' opzetten van medewerkers in het bedrijf die hun specialisme inbrengen. Als team kunnen zij goede ideeën in initiatieven in kaart brengen en steeds weer stappen zetten om het bedrijf een geweldige, authentieke uitstraling te geven.

Alle stappen om een goede eerste indruk te maken, dragen bij aan de positieve energie waar het bij Bloei om draait.

Denk mee, doe mee, Bloei mee!

Floris Koumans



FLORIS KOUMANS (Orange Pearl) – Voorzitter Bestuur “Visie & inspiratie”

Internationaal ondernemer die met zijn product-innovaties bijdraagt aan een betere wereld. Bedenker van Groei & Bloei concept. Zet ondernemers en hun bedrijven aan om niet allen te groeien maar vooral ook te bloeien.

Kernwoorden: visie en inspiratie, positieve energie, zingeving en verbinding.
“Life is either a daring adventure or nothing at all”