

Geloofwaardigheid

Geloofwaardigheid loont, ook in zakelijke relaties. Hoe kan een facilitair inkoper zijn eigen geloofwaardigheid vergroten? Dit artikel is deel 2 in een tweeluik over geloofwaardigheid. Deel 1 is verschenen in *Facto Magazine* nr. 3, maart 2010. GEERT GEERTSEMA *

Hoe geloofwaardiger iemand is, hoe makkelijker en effectiever de zaken lopen. In *Facto Magazine* nr. 3 is betoogd dat geloofwaardigheid loont. Nu is het tijd om te laten zien hoe iemand zijn eigen geloofwaardigheid kan vergroten. We nemen het voorbeeld van een facilitair inkoper en vragen ons – mede aan de hand van de dertien ‘gedragingen’ van *Stephen Covey jr.* – af: hoe kan een facilitair inkoper zijn geloofwaardigheid vergroten?

1. Wees recht door zee

Wees eerlijk tegen de leverancier

Als facilitair inkoper heb je in een inkooptraject verschillende petten op in contact met potentiële leveranciers en de interne klant. Je bent bijvoorbeeld zowel gespreksleider als onderhandelaar, maar misschien ook degene die uiteindelijk de beslissing neemt. Laat de leverancier en de interne klant in elk gesprek weten waar je staat. Maak duidelijk welke pet je op hebt en mis-

bruik je wisselende rollen niet om de opdrachtnemer uit te spelen.

2. Toon respect

Betrek de eindgebruikers

Het komt nogal eens voor dat de eindgebruikers van een nieuw product of dienst wel worden betrokken bij het inkoopproces, maar niet echt serieus worden genomen. Realiseer je dat je dienstverlenend bent aan de organisatie en zet doelmatigheid voorop. Inventariseer de behoeften van eindgebruikers en gebruik vervolgens die informatie. Laat weten: ‘We hebben jouw mening nodig’ of vraag ‘Hoe kijk jij er tegenaan?’. Zo toon je respect.

3. Creëer transparantie

Speel open kaart naar de leverancier

Je vraagt van de potentiële leverancier dat hij al zijn kaarten op tafel legt. Maar wat geef je terug? Als inkopende partij heb je vaak een verborgen agenda of houd je troeven achter de hand. Uit gewenning, spanning of angst om je sterke positie te verspelen. Spastisch gedrag. Speel open kaart. Laat weten wat je wilt. Bijvoorbeeld: ‘Vanwege juridische bepalingen kan ik alleen maar dit zeggen’ of ‘Mijn intentie is om zo weinig mogelijk voor dit hefboomproduct te betalen.’ Zo stel je de opdrachtnemer in staat om de beste dienst te leveren.

4. Zet fouten recht

Geef je fout toe

Vaak zie je in de relatie tussen opdrachtgever en dienstverlener dat de laatste per definitie schuldig is aan gemaakte fouten. ‘Er is niet goed schoongemaakt’ of ‘De beveiliging



Een facilitair inkoper wil graag dat een potentiële leverancier al zijn kaarten op tafel legt. Maar wat geeft hij terug?

loont (2)

werkt onvoldoende'. Kijk eens naar je eigen aandeel in de fout. Is de schoonmaakdienst vooraf wel goed geïnformeerd en zijn medewerkers wel aangespoord veiligheidspasjes te gebruiken? Geef toe dat je fout zat, verontschuldig je en maak het weer goed.

5. Toon loyaliteit

Waardeer openlijk de deskundige

Na een lang traject is een nieuwe cateraar binnengehaald. Een professioneel bedrijf gespecialiseerd in biologisch en gezond eten en drinken. Helemaal in lijn met de organisatiedoelen. Tijdens het proces heb je veel gehad aan een materiedeskundige. Zet je eigen ego aan de kant, waardeer zijn inbreng openlijk en gun hem het behaalde succes.

6. Boek resultaten

Houd rekening met ondernemingsdoelstellingen

Je bent lekker bezig. Je sluit goede contracten tegen een scherpe prijs. Goedkope leaseauto's, leuk. Maar zijn ze ook duurzaam? Duurzaamheid is immers één van de speerpunten die de directie voor de komende vijf jaar heeft vastgelegd. Kijk eens in de spiegel. Doe je eigenlijk wel waarvoor je bent aangenomen? Draag je daadwerkelijk bij aan de ondernemingsdoelstellingen? Zorg dat de juiste dingen worden gedaan!

7. Verbeter jezelf

Organiseer feedback

De markt verandert continu. Als je een jaar niets doet aan je marktkennis, ren je al achteruit. Zorg dat je jezelf blijft ontwikkelen. Doe een opleiding. Zoek het vooral dichtbij huis, in je eigen organisatie en bij leveranciers. Vraag hen om feedback: op je werk, je processen en je werkwijze. Organiseer dat jij en je afdeling gestructureerd dergelijke reacties ontvangen. Maar daar houdt het natuurlijk niet op, je moet er ook iets mee doen en eraan handelen.

8. Zie de realiteit onder ogen

Pak een probleem direct aan

Je hebt goed contact met de leverancier

van de archiefsystemen. Aardige vent, altijd in voor een grapje en niet te beroerd om jou en jouw organisatie te fêteren. Maar de digitalisering van het archief duurt nu wel erg lang. Ga dat moeilijke onderwerp niet uit de weg. Pak de lastige zaken meteen aan. Maak de slecht geleverde dienst bespreekbaar en blijf bij de kern van het probleem. 'Ik denk niet dat we het hebben over datgene waar we het wél over moeten hebben, namelijk de vertraging in de digitalisering van ons archief.'

9. Schep duidelijkheid over verwachtingen

Vertel interne klanten wat je wel én niet doet

De inkoopafdeling is binnen organisaties vaak een vergaarbak. Allerlei vragen en verzoeken komen op jouw bureau terecht. Wees duidelijk in wat

'Ik denk niet dat we het hebben over datgene waar we het wél over moeten hebben'

je wel en niet doet. Laat weten wat andere afdelingen van je kunnen verwachten. Vraag ook om duidelijkheid; 'Wat wil je precies dat ik doe? En wanneer?' Bespreek wie waarvoor verantwoordelijk is. 'Wat is mijn volgende stap en die van jou?'

10. Leg verantwoording af

Neem verantwoordelijkheid voor je eigen daden

Wees in een functioneringsgesprek reëel over je eigen daden. Blijf bij je eigen stuk. En neem zowel verantwoording voor je goede als je slechte resultaten. Is er iets waar je niet trots op bent? Verschuil je dan niet achter de organisatie of je collega's. Kies voor duidelijkheid: 'Ik ben verantwoordelijk voor ...'

11. Luister eerst

Stel je op als intermediair

Als facilitair inkoopbevind je je vaak tussen diverse krachtenvelden. De

kunst is om eerst goed te luisteren naar de verschillende belanghebbenden. Inventariseer de behoeften en vat deze samen: 'Wat ik je hoor zeggen is ...' Maak vervolgens een keuze of leg je dilemma's terug bij de diverse partijen.

12. Kom toezeggingen na

Beloof niet te veel

Je belooft je leverancier 1.000 stoelen af te nemen. Er komt immers een nieuw schooljaar aan en de inschrijvingen zijn veelbelovend. De leverancier gaat aan de slag. Hij komt met een scherpe prijs en een speciale kleur en werkt keihard om de deadline te halen. Maar er komen toch minder leerlingen dan gepland. Je moet de order halveren. Je bent je toezegging niet nagekomen. Dus: wees zorgvuldig in het doen van beloftes.

13. Draag vertrouwen uit

Gebruik andermans deskundigheid

Je hebt een nieuw beveiligingssysteem nodig. Natuurlijk weet je wat je ongeveer wilt hebben en hoeveel het mag kosten. Profiteer van collega's die alles

weten van beveiliging. Gebruik hun expertise. Betrek een deskundige bij je plannen. Durf te vertrouwen op zijn kennis. 'Laten we hier samen verder aan werken.' «



* Geert Geertsema is directeur/eigenaar van Conducto, specialist in inkoopadvies, interimopdrachten en Europese aanbesteding (www.conducto.nl)