



Dikke vrienden

Té goede accountmanagers van verkopende partijen; ik haal ze d'r zo uit. Nu wel. Toen ik zo'n twintig jaar geleden nog aan de start van mijn carrière stond, ben ik eens flink gedold. Kwestie van ego en te weinig gevoel voor het inkopen van routineproducten. Een routineproduct is overigens een product met een laag toeleveringsrisico en met weinig invloed op de winst van een onderneming. Ze hebben een geringe waarde en er zijn veel alternatieve leveranciers in de markt.

Ik weet het nog goed. Ik werkte als inkoper voor een grote bank. Met accountmanager Klaas van onze pakketdiensten had ik een bijzondere band. Hij was van mijn leeftijd en het contact was altijd plezierig. Het klikte tussen ons. Het ging zo lekker dat het leek alsof we vrienden waren. We gingen samen naar het voetbal en lieten ons fêteren in de business-seats. Ik ging mee naar hun distributiecentrum in België, natuurlijk met een etentje en overnachting. Klaas nodigde me zelfs uit om een keer met onze beide vrouwen een avondje te gaan stappen.

Hartstikke leuk vond ik het. Totdat het contract was afgelopen en mijn baas een nieuwe tender uit wilde schrijven. Toen voelde ik dat ik verkeerd zat. Ik hoopte namelijk dat de bestaande pakketdienst er goed uit zou komen. Waarom? Ten eerste omdat ik er tegenop zag om Klaas eventueel te moeten vertellen dat onze samenwerking ten einde zou komen. Ten tweede omdat ik zelf waarde was gaan hechten aan ons aangename contact. Waar is het misgegaan? Achteraf gezien besef ik dat ik Klaas teveel ruimte heb gegeven. Hij heeft de intermenselijke trucjes uit zijn verkooptraining volledig op mij botgevierd. Hij belde me

regelmatig, stuurde mails en was met bijzondere dagen altijd attent. In de gezellige onderonsjes liet ik me al snel in de kaarten kijken. De zakelijke onderhandeling aan tafel werd overbodig. En natuurlijk wist Klaas mijn ego te strelen. Hij roemde mijn inkoopkwaliteiten en wist mij te paaieren met zijn vriendschappelijke houding. Op de goede momenten was daar ineens zijn baas en die bleek me ook al geweldig te vinden.

Eigenlijk had ik het als professioneel inkoper helemaal niet zo handig aangepakt. Pakketdiensten zijn immers een routineproduct. Het grote volume en het homogene product maken dat ik deze leveranciers had moeten laten concurreren. Ik had de scherpste prijs moeten bedingen en mijn kostbare tijd anders moeten besteden. Klaas heeft mij behandeld als een strategische leverancier. Nu weet ik dat ik juist afstand had moeten nemen, onderwijl de pakketdienstenwereld in de gaten houdend. Dan was Klaas of Piet of Jan harder voor me gaan rennen. Het ging Klaas niet om mij als persoon, maar om mijn rol als inkoper. Hoe naïef kun je zijn?

En die tender? De trucjes van Klaas hadden gewerkt. Hij kreeg meer gespreksruimte en kansen dan zijn concurrenten. Uiteindelijk heeft hij de helft van het nieuwe contract weten binnen te slepen. Hij geslaagd, ik wijzer.

Geert Geertsema

is directeur van inkoopadviesbureau Conducto BV.