

Sneue bedrijven (deel 4)

Deze week ontving ik er alweer een... Een déjà vu: het gratis, ongeadresseerde magazine van de Bijenkorf vol damesmode. Bedrijven die niet luisteren naar hun klanten zijn sneu. Maar bedrijven die doof zijn en ondanks herhaalde signalen blijven irriteren zijn supersneu. Terwijl de Bijenkorf toch ooit enige grandeur genoot.

Ik heb een Nee-Nee-sticker omdat ik niet elke dag de post leeg en voor je het weet, zit de bus in mijn flat dan vol. Kan de krant er niet meer bij. Omdat menig bedrijf de sticker omzeilt met reclame op naam, heb ik ook een blokkering bij Infofilter. Werkt in combinatie vrij aardig.

Geniale vinding

Maar de marketeers van de Bijenkorf hebben lang nagedacht en kwamen met een geniale vinding. Zet op het wikkeltje 'Aan de bewoner(s) van' en dan het adres. Zo omzeil je de Nee-Nee-sticker. Zo omzeil je Infofilter. Zie daar hun uitgekende en innovatieve marketingstrategie. Een aanpak met toekomst. In 2006 had ik ditzelfde aan de hand en had ik er werk van gemaakt omdat ik een optreden had voor Marketing Live. Leek me een passend voorbeeld van hoe het niet moet. Individualisering, klantsegmentatie, hoe bereik je tegenwoordig je klant? Steeds minder goed met een Ster-spot. Je moet daar zijn waar je klanten zich ophouden. Een mooi vak, marketing. Bij de Bijenkorf houden ze het op strotduwen.

Belminuten

In 2006 kostte het me gedurende een paar weken de nodige belminuten om ervan af te komen. "Nee, u moet daarvoor bij BIJcard zijn." "Nee, u moet daarvoor bij de servicedesk zijn." Uiteindelijk kwam ik na veel gedoe uit bij een medewerkster in Amsterdam. "Als u van de mailinglijst af wilt, moet u een brief schrijven naar de directie." Pardon? "Ja, per adres Hoofdkantoor de Bijenkorf, Dam 1, 1012 JS Amsterdam." Zo gezegd zo gedaan. Uiteraard was de Bijenkorf niet zo sportief om überhaupt te reageren, maar het werkte wel. Ik ontving na enige tijd het blaadje niet meer. Tot begin dit jaar dus. Blijkbaar is er ergens een oude back-up teruggezet. Ik ben nog steeds niet erg geïnteresseerd in damesmode. Als deze column geplaatst is, zal ik hem eens opsturen naar de Dam. Of zijn ze inmiddels verhuisd naar een bedrijventerrein? Zou me niks verbazen.

Cheers!

DAAN QUAKERNAAT (daan@quakernaat.nl, www.quakernaat.nl) is spreker. Met zijn voordrachten helpt hij bedrijf en bestuur met het bouwen van kathedralen. Met het vinden van de balans tussen de zwarte en de witte wereld.

Ik deel uw wereld in, in een zwarte wereld en een witte wereld. Uw zwarte wereld is dat deel dat je kunt vatten in cijfers en regels. Structuur, checklistje, blokje, pijltje. Uw witte wereld past fundamenteel niet in een computer of blokjes en pijltjes. Visie, mensen, passie en ideeën, de dingen die we softere zaken noemen.

