



# Economisch Nederlands 2

## Thema: „klantenservice“

### Aspecten:

- Medewerkerskwaliteit
- Mystery shopping
- Ergernissen in de winkel

### Inhoud:

- p. 2 Oefening 1: Woordenschat
- p. 3 Inleiding: Het klantgerichte personeelsbeleid  
Opdracht 1
- p. 4 Tekst 1: Mystery shopping  
Opdracht 2 en 3  
(synoniemen/vertaling)
- p. 5 Tekst 2: Mystery shopping  
opdracht 4 (uitdrukkingen)
- p. 6 Oefening 2: (spelling: t - d - dt)
- p. 7: Wat klanten in de winkel frustreert  
Opdracht 5 (tegenstellingen)  
Opdracht 6 (mondeling verslag)  
Opdracht 7 (teksten vergelijken)
- p. 8 Oplossingen en Woordenschat

**Oefening 1** woordenschat: *Zoek de passende Nederlandse uitdrukking. Kies uit:*

het personeel	de klacht	een gemiddeld gezin	het openbaar vervoer	
de selectie	klantenbehandeling	de consument	het marktonderzoek	de kassa
de detailhandel-verkoop	de bekwaamheid		de winkelwagen ( het winkelkarretje )	alert
het klantgerichte personeelsbeleid	de klantenbinding	de uitgaven	peroonlijkheidstrekken	

Duits	Nederlands
aufgeweckt, behende, frisch	
die Auswahl	
der öffentliche Verkehr	
die Marktuntersuchung	
die Fähigkeit/Tüchtigkeit	
das Personal, die Angestellten	
die Ausgaben	
eine durchschnittliche Familie	
die Kundenbindung	
der Einkaufswagen	
Kundenbehandlung	
Persönlichkeitsmerkmale	
der Verbraucher	
die Kasse	
die kundenorientierte Personalpolitik	
der Einzelhandelsverkauf	
die Beschwerde	

# Het klantgerichte personeelsbeleid

(teksten gebaseerd op: F.van Lier: "Klantgericht ondernemen", Utrecht 1994)

Iedereen wil vooral mensen in dienst nemen die, naast een specifieke **bekwaamheid**, ook over een servicegevend talent beschikken. **Klantgerichtheid** is namelijk te leren.

Het **personeelsbeleid** heeft onder andere deze belangrijke onderdelen: **werving, selectie, training en behoud van medewerkers.**

Hieronder zie je een lijst met **persoonlijkheidstrekken**. Kruis aan, welke hiervan de ondernemer graag terug wil zien bij (nieuwe) medewerkers, vooral gelet op het verlenen van service en klantvriendelijkheid. Het gaat daarbij om het **stilstaan bij de kwaliteit van personeel.**

Eigenschap	heel belangrijk	behoorlijk belangrijk	onbelangrijk
evenwichtig			
zelfstandig			
flexibel			
initiatiefrijk			
vrolijk			
luistervaardig			
kritiekbestendig			
betrouwbaar			
spontaan			
alert			
ambitieuus			
doorzettend			
vertrouwenwekkend			
stressbestendig			
behulpzaam			
begrijpend			
kritisch			
vitaal			

**Opdracht 1 :** Kies drie van de genoemde eigenschappen en noem telkens een voorbeeld uit de praktijk, waaruit bleek dat de desbetreffende medewerker over deze eigenschap beschikte.

---

## MYSTERY SHOPPING

### TEKST 1

*Ondernemingen* maken nogal wat gebruik van zogenaamde ‚mystery shoppers‘, die ongemerkt komen kijken wat er eventueel niet *deugt* in **de service** en de **klantenbehandeling**. Ongeveer tien procent van **de grotere bedrijven** maakt gebruik van zulke **waarnemers**.

NMO **Marktonderzoek** doet voor twintig **opdrachtgevers** *continu checks* in **supermarkten**, bij **benzinstations**, bij **openbaar vervoer** en *elders*. Opvallend mengen de mystery shoppers zich tussen de andere **klanten**, **doen boodschappen**, **vragen om advies** of *pingelen* voor **kortingen**. Daarbij letten ze scherp op en werken een checklist af met **criteria** als **orde** en *netheid*, **snelheid**, **kwaliteit van advies**, **afrekeningdrag** en **klachtenbehandeling**.

NMO **directeur** De Korte: “Wij signaleren natuurlijk alle ongerechtigheden die *zich voordoen*, zoals **personeel** dat *uitvoerig* privé-telefoongesprekken staat te voeren of boterhammen zit te eten achter **de kassa**. We komen *per filiaal* verschillen tegen in **advisering** of in de hoogte van kortingen waartoe men bereid is.“

Ook wordt **gecontroleerd** of speciale **instructies** worden **uitgevoerd**. Bij voorbeeld de gewenste nadruk in de **winkelverkoop** op een bepaald **merk**. De mystery shopper controleert of men ook werkelijk probeert, hem een camera of computer van dat merk *aan te smeren* ...

De checks verschillen per **opdrachtgever** zeer in omvang en frequentie. Afgezien van **voorbereidingskosten** kost een bezoek van een mystery shopper ongeveer f 100,-.

**opdracht 2** : Zoek in het woordenboek synoniemen voor de cursief gedrukte woorden:

**voorbeeld** : *Ondernemingen* = *bedrijven, firma's*,

*deugen* = ...

*continu* =

...

**opdracht 3** : Maak een lijst met de vet gedrukte economische woorden en schrijf de Duitse vertaling erachter:

<b>voorbeeld:</b>	ondernemingen	=	die Unternehmen, die Betriebe
	service	=	der Service, Dienst am Kunden
	klantenbehandeling	=	...

---

## TEKST 2

Mystery-shoppingonderzoek is gedragsonderzoek: het brengt het gedrag van mensen in allerlei, vooral commerciële, situaties in kaart. Een geïnstrueerde onderzoeker (interviewer) doet zich als klant voor en gaat een gesprek aan met bij voorbeeld èèn van de verkopers en rapporteert daarna gedetailleerd over dit gesprek. Interessant hierbij is dat het onderzoek zich buiten het medeweten en gezichtsveld van de medewerker voltrekt. De methode wordt vooral toegepast in de detailhandelsverkoop, maar ook door fabrikanten die willen weten, welke informatie de verkopers in ‚zijn‘ winkels de consument over zijn merk aanbieden (en natuurlijk ook over zijn concurrenten!). Het kan ook een importeur of agent betreffen, die wil *vaststellen* of zijn actieprogramma onder verkopers aanslaat. Of de eigenaar van een winkelketen die wil (laten) *onderzoeken* of de gehoorde klachten terecht zijn. Welke van zijn winkels leveren goede en welke minder goede service aan de klant? En ten slotte kan ook soms worden *gemeten* of experimenten in de winkel of werkplaats effect sorteren.

Enkele voordelen van de mystery-shoppingmethode:

1. Er wordt gemeten hoe iemand (bij voorbeeld een verkoper) zich feitelijk gedraagt. Het gaat om feiten, niet meningen!
2. Eén enkele persoon kan worden onderzocht, bij voorbeeld in verband met promotie; enkelen, zoals bij personeelselectie; of velen, bij voorbeeld om winkerverkopers met elkaar te vergelijken.
3. De methode leent zich uitstekend om gedragsveranderingen door de tijd heen vast te stellen. Denk aan de effecten van een verkooptraining.
4. Met deze methode kan men natuurlijk ook een kijkje nemen bij de concurrentie.

De methode kent ook nadelen:

1. Er worden gedragsgegevens verkregen, maar de achterliggende motieven (waarom gedraagt een medewerker zich op deze manier ?) blijven verborgen.
2. De rol van de onderzoeker is van doorslaggevend belang. Wanneer hij of zij een slecht beoordelaar is, komt dit tot uitdrukking in het onderzoek.

**opdracht 4 :** *Verzamel de onderstreepte of cursieve uitdrukkingen:*  
**voorbeeld.** in kaart brengen van = eine Übersicht verschaffen über  
zich voordoen als = ...  
...

---

**Oefening 2 : Vul in -t of -d of -dt ! (presens of participium?)**

Mystery-shoppingonderzoek is gedragsonderzoek: het breng\_\_\_ het gedrag van mensen in allerlei, vooral commerciële, situaties in kaart. Een geïnstrueer\_\_\_e onderzoeker (interviewer) doe\_\_\_ zich als klant voor en gaat een gesprek aan met bij voorbeeld èèn van de verkopers en rapporteer\_\_\_ daarna gedetailleer\_\_\_ over dit gesprek. Interessan\_\_\_ hierbij is dat het onderzoek zich buiten het medeweten en gezichtsveld van de medewerker voltrek\_\_\_. De methode wor\_\_\_ vooral toegepas\_\_\_ in de detailhandelsverkoop, maar ook door fabrikanten die willen weten, welke informatie de verkopers in ‚zijn‘ winkels de consument over zijn merk aanbie\_\_\_en (en natuurlijk ook over zijn concurrenten!). Het kan ook een importeur of agen\_\_\_ betreffen, die wil vaststellen of zijn actieprogramma onder verkopers aanslaa\_\_\_.

Enkele voordelen van de mystery-shoppingmethode:

1. Er wor\_\_\_ gemeten hoe iemand (bij voorbeeld een verkoper) zich feitelijk gedraag\_\_\_. Het gaat om feiten, niet meningen!
2. Eén enkele persoon kan worden onderzoch\_\_\_, bij voorbeeld in verband met promotie; enkelen, zoals bij personeelsselectie; of velen, bij voorbeeld om winkelverkopers met elkaar te vergelijken.
3. De methode leen\_\_\_ zich uitsteken\_\_\_ om gedragsveranderingen door de tijd heen vast te stellen. Denk aan de effecten van een verkooptraining.
4. Met deze methode kan men natuurlijk ook een kijkje nemen bij de concurrentie.

De methode ken\_\_\_ ook nadelen:

5. Er worden gedragsgegevens verkregen, maar de achterliggen\_\_\_e motieven (waarom gedraag\_\_\_ een medewerker zich op deze manier?) blijven verborgen.
6. De rol van de onderzoeker is van doorslaggeven\_\_\_ belang. Wanneer hij of zij een slech\_\_\_ beoordelaar is, kom\_\_\_ dit tot uitdrukking in het onderzoek.

---

## Wat klanten in de winkel frustreert

Lang wachten bij de kassa en gebrekkige winkelwagens staan aan de top van de rij ergernissen die mensen ervaren in supermarkten. Dat blijkt uit de ‚Frustratiemeter‘ die het Centraal Bureau Levensmiddelen samenstelde uit het eigen onderzoek ‚Consumententrends‘.

De Frustratiemeter inventariseerde een rangorde van alle ergernissen:

1. Lang moeten wachten bij de kassa
2. Winkelwagentje rijdt niet goed
3. Artikel zonder prijs op het schap
4. Rommel en obstakels in de winkel
5. Bijvullen van de vakken als de winkel open is
6. Aanbiedingen die uitverkocht zijn
7. Storend gedrag van het publiek
8. Geen gelegenheid om boodschappen rustig in te pakken
9. Onvoldoende parkeergelegenheid
10. Wachten bij het inleveren van lege flessen
11. Er is niemand aan wie je iets kunt vragen
12. Artikelen/produkten die uitverkocht zijn
13. Plotselinge veranderingen in de winkel waardoor je alles weer moet gaan zoeken
14. Gesjouw met boodschappen naar de auto
15. Artikelen/produkten die bedorven/niet goed van kwaliteit zijn
16. Onbeleefd winkelpersoneel
17. Lang moeten wachten bij de bedieningsafdelingen
18. Verkeerd geprijsde artikelen
19. Tekort aan winkelwagentjes
20. Storende muziek in de winkel

**Opdracht 5** : Zoek het tegenovergestelde. Als filiaalhouder heb je de 20 verschillende ergernissen in je eigen vestiging ontdekt en beholpen. Maak een lijst.

**Voorbeeld:** Vroeger moesten de klanten lang wachten bij de kassa. Dat probleem is opgelost. We hebben drie nieuwe kassa's erbij gekregen en daardoor geen lange wachttijden meer.

**Opdracht 6** : Bereid een korte mondelinge verslag met trefwoordjes voor. Stel je hebt als mystery shopper een supermarkt onderzocht en 7 storende ergernissen ontdekt. Hiervan maak je een kort rapport aan je werkgever. (Kies uit de bovenstaande lijst 7 verschillende ergernissen).

**Opdracht 7** :Vergelijk de teksten 1 en 2.

a) Welke informatie krijg je in beide teksten ?

b) Welke informatie staat alleen in èèn van de twee teksten ?

**voorbeeld:** ad a) In beide teksten wordt het begrip ‚mystery shopping‘ omschreven.  
ad b) Alleen tekst 1 vermeldt hoeveel bedrijven gebruik maken van zulke onderzoekers.

**Oefening 3: Woordenschat:**  
**Vertaal de volgende woorden:**

- hilfreich :.....
- die Beschwerde :.....
- die Auswahl :.....
- Tatsachen :.....
- Rabatte :.....
- der öffentliche Verkehr :.....
- das Personal :.....
- der Einzelhandelsverkauf :.....
- die Marktuntersuchung :.....
- ausgeglichen :.....
- um Rat fragen :.....
- eine durchschnittliche Familie :.....
- die Kasse :.....
- zuverlässig :.....

Kriterien

**OPLOSSING:**

**oefening 1 woordenschat:**

<b>Duits</b>	<b>Nederlands</b>
aufgeweckt, behende, frisch	alert
die Auswahl	de selectie
der öffentliche Verkehr	het openbaar vervoer
die Marktuntersuchung	<u>het</u> marktonderzoek
die Fähigkeit/Tüchtigkeit	de bekwaamheid
das Personal, die Angestellten	het personeel
die Ausgaben	de uitgaven
eine durchschnittliche Familie	een gemiddeld gezin
die Kundenbindung	de klantenbinding
der Einkaufswagen	de winkelwagen ( het winkelkarretje )
Kundenbehandlung	klantenbehandeling
Persönlichkeitsmerkmale	persoonlijkheidstrekken
der Verbraucher	de consument
die Kasse	de kassa
die kundenorientierte	<u>het</u> klantgerichte personeelsbeleid

<b>Personalpolitik</b>	
<b>der Einzelhandelsverkauf</b>	<b>de detailhandelverkoop</b>
<b>die Beschwerde</b>	<b>de klacht</b>

oefening 2 zie tekst 2 en vergelijk zelf

## Economisch woordenschat 2

alert	aufgeweckt, behände, frisch
ambitieuus	ehrgeizig
begrijpend	verständnisvoll
behulpzaam	hilfreich
betrouwbaar	zuverlässig
checks	Kontrollen
continu	regelmäßig
criteria	Kriterien
de bekwaamheid	die Fähigkeit, Tüchtigkeit
de consument	der Verbraucher
de detailhandelverkoop	der Einzelhandelsverkauf
de kassa	die Kasse
de klacht	die Beschwerde
de klantenbehandeling	die Kundenbehandlung
de klantenbinding	die Kundenbindung
de selectie	die Auswahl
de uitgaven	die Ausgaben
de winkelwagen	der Einkaufswagen
deugen	taugen
een gemiddeld gezin	eine durchschnittliche Familie
elders	anderswo
evenwichtig	ausgeglichen
feitelijk	tatsächlich
feiten	Tatsachen
filiaal	Filiale
gedragsgegevens	Verhaltensmerkmale
gedragsonderzoek	Verhaltensuntersuchung

het klantgerichte personeelbeleid	die kundenorientierte Personalpolitik
het marktonderzoek	die Marktuntersuchung
het openbaar vervoer	der öffentliche Verkehr
het personeel	das Personal
het winkelwagentje	Einkaufswagen
initiatiefrijk	Initiativreich
instructies	Anweisungen
klantenbehandeling	Kundenbehandlung
kortingen	Rabatte
luistervaardig	Sprachkompetent
nadelen	Nachteile
obstakels	Hindernisse
opdrachtgever	Auftraggeber
orde	Ordnung
persoonlijkheidstrekken	Persönlichkeitsmerkmale
schap	Regal
verkrijgbaar	lieferbar
vragen om advies	um Rat fragen
vrolijk	fröhlich
waarnemer	Beobachter
waarnemers	Beobachter, Pl
zelfstandig	selbstständig