

Girobank Curaçao ontmoet Friesland

In de jaren '90 maakte Postbank een enorme marketingontwikkeling door in het klantgericht denken. Klantsegmentatie, aanbod op maat en voldoen aan de klantverwachting waren hoofdbegrippen. Dit leidde bijvoorbeeld tot productontwikkeling om voor iedere klantgroep een juist aanbod te hebben en tot gerichte mailacties met vele mailpacks. Dezen werden door het mailingcentrum Leeuwarden met ijzeren discipline samengesteld en op tijd verstuurd in enorme aantallen. Postbank vergde van medewerkers een professionele en efficiënte aanpak. In deze werksfeer diende meneer Klaassen* van de Girobank uit Curaçao zich aan.

Hij was een paar maanden 'uitgezonden' om in Nederland de kneepjes van het bankieren op te pikken om dat vervolgens op de Antillen uit te rollen. Onze afdeling Marketing Sparen, bestaande uit 5 marketeers en een manager, had het genoeg meneer Klaassen gedurende een week de 'Spaarfabriek' te laten ervaren. Een mooi programma werd samengesteld en iedere marketeer nam meneer Klaassen een dag onder de hoede.

De eerste dag van de week ging meneer Klaassen met mij mee naar Leeuwarden om het call centre, afdeling klantregistratie en het mailingcentrum te bekijken. Ik had een strak programma in elkaar gezet om de hele dag goed te benutten. Op de drie locaties en de verschillende afdelingen had ik een ontmoeting geregeld met de manager voor een uitleg van de werkzaamheden. Deze echt Nederlandse aanpak zou die dag helemaal in de soep lopen...

Om 10.30 uur had ik de eerste ontmoeting in Leeuwarden geregeld, dus om 9.00 uur zouden we vertrekken uit Amsterdam. Rekeninghoudend met een Antilliaans halfuurtje, had ik meneer Klaassen gevraagd om om 8.30 uur op onze afdeling te komen.

Ruim een uur later dan afgesproken kwam meneer Klaassen goedgemutst binnen. Het was voor Hollandse begrippen een snikhete dag, dus meneer Klaassen was helemaal in zijn element. Inmiddels parelde het op mijn voorhoofd en had ik de eerste manager al gebeld dat het 'ietsje later' zou worden.

Snel de auto maar in en flink gas geven, dacht ik. In de parkeergarage bleek het goede bankleven meneer Klaassen parten te spelen. Zijn broek zat zo strak dat hij de auto niet in kwam. Geen probleem, want hij deed gewoon de riem en knopen los en zakte met een brede glimlach in de autostoel. Ach, het ijs was wel gebroken, laten we maar zeggen.

Bij de eerste afspraak kwamen we ruim een half uur te laat, waar de manager een keurige uitleg gaf van de activiteiten van de afdeling. Meneer Klaassen was overdonderd door het aantal call agents, de informatie die op het scherm beschikbaar was en de service die kon worden geboden aan klanten. De tijd begon weer te dringen en inmiddels had ik al de tweede manager gebeld dat we 'ietsje later' zouden zijn.

Op een holletje dan maar naar de volgende afspraak, dacht ik. Maar niks, want meneer Klaassen kon mijn tempo niet aan en begreep niet waarom wij Nederlanders toch zo snel moesten lopen. Ruim een uur later kwamen we bij de afdeling klantregistratie aan. Het was allemaal zo veel en overweldigend dat meneer Klaassen geen vraag aan de manager wist te stellen. Ik probeerde me ook zo veel mogelijk te verplaatsen van een bank van 7 miljoen klanten naar een bank met 70.000 klanten. Meer dan de helft van de Curaçaose bevolking had toentertijd helemaal geen bankrekening en leeft, als ze geld hebben, in een chartale wereld. Dat maakt zelfs het toepassen van de basismarketing voor giraalbankieren een lastige klus!

Gelukkig had ik een uur lunchpauze gepland, dus konden we mooi een broodje kopen en mijn programma weer inlopen om op tijd in het mailingcentrum te zijn, dacht ik. Maar dat gebeurde niet; meneer Klaassen kwam in opstand, want hij had behoefte om even relaxed te zitten en warm te eten. Ik belde de manager van het mailingcentrum dat het 'ietsje later' zou

worden. In het mailingcentrum leken de ogen van meneer Klaassen wel op stokjes te staan. Overall printstraten, enorme rollen afschriftenpapier, enveloppen die zich uit zichzelf leken te vullen en pallets met mailings. Het bleek dat in Curaçao nauwelijks post wordt verstuurd; de klantgerichte aanpak vindt daar letterlijk persoonlijk plaats, dus via het kantoor.

Nadat bleek dat de flamboyante Antilliaanse en nuchtere Friese werelden toch wel erg van elkaar verschilden, leek het me wel leuk als meneer Klaassen een Fries presentje mee naar huis zou nemen. Aan het einde van de dag stopte ik in Harlingen bij een banketbakker om voor de Klaassen-familie 'Fryske dúmkes' te kopen. Dit typisch Friese zoete koekje sprak meneer Klaassen, met de te weinig gaatjes in zijn riem, zeer aan.

Nu weer snel de afsluitdijk over, dacht ik. Maar meneer Klaassen had met het warme weer wel erge dorst, dus wilde hij ergens wat drinken. Terecht, maar ja, ik heb mijn tennisvrienden gebeld en aangegeven dat ik die avond 'ietsje later' zou komen....

Annette Zondervan.

* naam gewijzigd