

Taalemotie is zeg maar niet helemaal uw ding...

Organisaties sluiten vaak slecht aan bij de taalemotie van hun klanten, oftewel het gevoel dat de gebruikte taal bij hen oproept. Wat zijn de vijf meest gemaakte fouten?

1 Negatief taalgebruik

Hierbij moet u denken aan woorden die een negatieve lading bevatten, zoals 'probleem', 'moeilijk', 'onmogelijk', en 'lastig'. Deze klinken niet bepaald probleemoplossend.

2 Onduidelijke formulering

Lange zinnen en wollig taalgebruik laten de lezer al snel afhaken. Sterker nog: hij kan zich zelfs ergeren aan de klantcommunicatie.

3 Onjuiste tone-of-voice

Een formele organisatie communiceert formeel, een informele organisatie moet in al haar uitingen informeel taalgebruik toepassen.

4 Geen inhoudelijke beoordeling

Telefoongesprekken en correspondentie moeten naast de responstijden ook inhoudelijk worden getoetst. Welke gebruikte woorden hebben welke invloed op de klant?

5 Samenvatting ontbreekt

Met een bondige samenvatting van de gevoerde communicatie kunt u controleren of de beleving van de klant aansluit bij wat u beoogt.

Stug ongezonder, dus ontslag?

Werkgevers kunnen een (preventief) gezondheidsbeleid voeren. Hierbij is lastig dat medewerkers in principe vrij zijn om te bepalen op welke manier zij willen leven. De Centrale Raad van Beroep deed onlangs een uitspraak over een strafontslag voor een ambtenaar die leefstijl-opdrachten weigerde uit te voeren.

Sportles

De ambtenaar in kwestie kreeg van de bedrijfsarts de dienststopdracht om twee keer per week een sportles te volgen, te stoppen met roken en langs te gaan bij een diëtist.

Hoewel ze geen bezwaar maakte tegen de opdracht, volgde ze deze niet op. Volgens de gemeente maakte ze zich schuldig aan ernstig plichtsverzuim. Van de kans om zich te verbeteren, maakte de vrouw geen gebruik.

Inbreuk

De Raad vond dat de leefstijl-opdrachten een onaanvaardbare inbreuk maakten op het privéleven en persoonlijke keuzes. Een noodzaak hiervan voor de functie ontbrak. Weigering van de opdrachten betekende geen plichtsverzuim, en was dus niet ernstig genoeg voor ontslag.

Privacywet als reputatieboost

Privacy is momenteel een heet hangijzer. Uw organisatie moet er alles aan doen om persoonsgegevens netjes te verwerken en goed te beveiligen. Niet alleen omdat de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) boetes als een donkere wolk boven het bedrijfsleven laat hangen, maar vooral ook omdat een datalek funest kan zijn voor uw reputatie. Maar waarom draait u het niet om? Alle inspanningen die uw organisatie levert om persoonsgegevens veilig te houden, kunnen glans geven aan uw imago.

Wilt u een kostbare kras op uw reputatie voorkomen, vraag u dan af hoe u als organisatie wilt omgaan met data van klanten en medewerkers. Wilt u het Fort Knox zijn voor persoonsgegevens, draag dit dan uit. Veilig omgaan met persoonsgegevens past in het rijtje van het papierloze kantoor en het energieneutrale bedrijf.

Gewaagd

Dat wil niet zeggen dat u niets met data mag doen. Laat zien waar u de klantdata voor gebruikt. Laat ook zien wat uw klanten ervoor terugkrijgen. Iedereen heeft voordeel, niemand ondervindt nadeel, dat moet de oprechte en aantoonbare boodschap zijn. 'Wij bieden u deze korting aan dankzij uw klantgegevens', het is een gewaagde maar ook eerlijke uiting die we nog dit jaar zeker zullen horen.

Hoek

En dat het ook goed fout kan gaan, is de afgelopen periode meermaals bewezen. Facebook verloor miljarden dollars door het recente privacyschandaal. Lekken, hacken en handelen met klantdata beschadigen elke reputatie. Zonder een databeleid dat ontwikkeld is als onderdeel van uw maatschappelijk verantwoord ondernemen, komt u in de hoek terecht waar de klappen vallen. Daar gelden persoonsgegevens als 'vuile handel', vergelijkbaar met porno. Iedereen vraagt ernaar, u kunt er dik aan verdienen, maar toch bent u als leverancier besmet.

Obscuur

Ongeacht of het gaat om een lek, een hack of keiharde handel, zodra uw bedrijfsnaam in een adem wordt genoemd met handel in persoonsgegevens, zit u in de verdachtenbank. Manipuleren, obscuur, sollen met klanten



Direct het laatste #vaknieuws? Volg @OfficeRendement



en medewerkers, zo heet het. Het zijn dodelijke etiketten voor elke organisatie die zich presenteert als de beste maatschappelijk verantwoorde leerling in de klas. Alle investeringen in PR en reputatie liggen in het water. Al in 2015 stapten bedrijven naar de rechter om te voorkomen dat het (destijds nog) College Bescherming Persoonsgegevens zou onthullen dat ze privacyregels schonden.

Goud

Toch wordt het ene na het andere bedrijf betrapt. VUmc verkocht ooit privacyschennende beelden van patiënten aan RTL. Begin dit jaar werd vervoersmaatschappij Transvision ontmaskerd als datahandelaar. In april was de Kamer van Koophandel de klos. De verleiding is nu eenmaal te groot, want persoonsgegevens zijn waardevoller dan goud en ivoor. Wereldwijd gaat er naar schatting 150 miljard dollar in om. Maar een dubieuze reputatie veroorzaakt forse schade. Data-analist Cambridge Analytics ging onlangs failliet in de nasleep van het Facebook-schandaal. Bij VUmc ruimden alle bestuurders het veld na de roemruchte deal met RTL, dat met draaiende camera's kermende patiënten op de buis wilde brengen.

Vertrouwen

Hoopgevend is de aankondiging in april van de Redmore Groep – een Nederlandse financiële dienstverlener – dat zij klaar is voor de nieuwe privacywet. Het bedrijf durft te laten zien dat het ermee bezig is en zegt verantwoord om te kunnen gaan met klantdata. Dat het menens is, blijkt wel uit de aanstelling van een heuse data protection officer. We weten nog niet wat Redmore gaat doen met persoonsgegevens, maar het vertrouwen is al wel gewekt.

Stef Heutink is partner en strateeg digitale communicatie bij communicatie-adviesbureau IvRM.

Klanten trekken de grens

De AVG is inmiddels van kracht geworden, maar nog maar weinig bedrijven omarmen openlijk de nieuwe privacywetgeving. Bedrijven die slordig omgaan met persoonsgegevens, kunnen vanaf nu hard aangepakt worden. Deze wet komt na jaren van datalekken en privacyschandalen, waarbij dat van Facebook de kroon spant.

Matje

Baas Mark Zuckerberg moest op het matje komen in het Amerikaanse Congres, terwijl de miljarden die het bedrijf waard was in rook opgingen. In ons land barstte vier jaar geleden de bom al een keer. ING werd vol geraakt, nadat zij trots had verkondigd klantdata te gaan verkopen aan grote bedrijven als Albert Heijn. De bank werd neergesabeld in de media. Schielijk trok zij het plan weer in.

OFFICE ZAKENREIZEN

Prijskaartje aan rolkoffer

Prijsvechter Ryanair laat passagiers niet langer gratis een rolkoffertje in de cabine meenemen. Vanaf 1 november 2018 mogen alleen passagiers die voor Priority Boarding hebben gekozen dit nog, maar zij moeten dan wel een toeslag van €6 betalen. De rolkoffer mag daarnaast niet meer dan tien kilo wegen.

Ruim

Passagiers die géén Priority Boarding hebben, kunnen hun rolkoffers voortaan voor €8 in het ruim laten vervoeren. In de cabine van de Ierse luchtvaartmaatschappij is voor deze passagiers slechts het meenemen van een klein tasje nog gratis.

PERSONEEL PROJECTMANAGEMENT

Scrummers op vleugels

Professionals die scrumvaardigheden in hun arsenaal hebben, zitten op de huidige arbeidsmarkt gebakken: de vraag naar scrum masters is het afgelopen jaar met maar liefst 65% toegenomen. Volgens banenplatform Joblift stonden er de afgelopen twaalf maanden 1.239 van deze functies open, waarvan de meesten in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht.

Certificaat

Opvallend: slechts een minderheid van de werkgevers vraagt om het certificaat Certified Scrum Master (CSM) of Professional Scrum Master (PSM). Proactiviteit, flexibiliteit en gedrevenheid vindt men veel belangrijker.

OFFICE ZAKENREIZEN

Volle treinen de baas

De zomervakantie is voorbij en dat is te merken op het spoor: forenzen, studenten, scholieren, iedereen zit weer hutjemutje in de trein. NS heeft dan ook laten weten dat het voldoende maatregelen in petto heeft om de drukte de baas te blijven. Een greep:

- Meer capaciteit door de komst van 118 nieuwe sprinters (eind 2018);
- Op verschillende stations posters met alternatieve reisroutes aanbieden;
- Meer medewerkers op een hoop treinstations;
- Intercity Direct-treinen verlengen met drie rijtuigen en vanaf december 2018 een extra ID-trein per uur.



Bent u enigszins reisflexibel? In de reisplanner-app van de NS zit een handige drukte-indicator.