

White paper: aan het stuur van Ritbeleving

Uitgegeven door Stichting TX-Keur, het keurmerk in personenvervoer

01.09.2019

Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Inleiding | 3 |
| <i>Ritbeleving, wat, wie, waar, hoe</i> | |
| Hoofdstuk 1: Waarom Ritbeleving | 4 |
| <i>In dit hoofdstuk gaan we dieper in op wat ritbeleving nu eigenlijk is en betekent voor een chauffeur. Waarom is ritbeleving zo belangrijk? Hoe kun je er je voordeel mee doen als chauffeur?</i> | |
| Hoofdstuk 2: Ritbeleving, de klant staat centraal | 7 |
| <i>Hoe de klant een rit beleeft en beoordeelt hangt af van een aantal factoren, sommige kun je beïnvloeden, andere niet. En hoe bepaal je voor jezelf wat jouw verbeterpunten zijn voor de ritbeleving van de klant?</i> | |
| Hoofdstuk 3: Praktijkvoorbeelden en succesverhalen | 10 |
| <i>Praktijkvoorbeelden</i> | |
| Hoofdstuk 4: Tips en trucs voor een mooie ritbeleving | 12 |
| <i>Handige en simpele tips en handvatten om de ritbeleving beter te maken</i> | |
| Hoofdstuk 5: Conclusie en handige links | 16 |
| <i>Ritbeleving is belangrijk! En soms al met simple aanpassingen of kleine slimme trucs aan te pakken. Doen dus. Hier staan ook de handige links.</i> | |

Inleiding - Ritbeleving

Ritbeleving is een groot onderdeel van elk klantonderzoek in de zorgvervoer- en taxibranche. Klanten die een goede rit beleven zijn je beste ambassadeurs. Een chauffeur weet dit meestal onbewust, maar waarom is juist ritbeleving ook zo ingewikkeld voor chauffeurs om grip op te krijgen? En wat is ritbeleving nu eigenlijk? Hoe kun je de ritbeleving van je klanten gebruiken in je eigen voordeel?

In deze whitepaper vindt je het antwoord op de bovenstaande vragen.

We leggen allereerst uit wat ritbeleving nu eigenlijk inhoudt en waarom juist een betere, fijnere ritbeleving van klanten de doorslag kan geven bij het succes van een chauffeur en zijn onderneming.

Het kan een hele mooie manier zijn om je klanten blijer te maken en waardering voor het bedrijf en de mensen die er werken te vergroten. En dat hoeft niet, zoals veel wordt gedacht, door grote investeringen te zijn, maar kan ook op andere manieren.

We gaan in deze white paper dan dieper in op deze manieren, geven je tips en tricks, en checklists om zelf aan de slag te gaan.

We laten je aan de hand van een paar praktijkvoorbeelden zien hoe je zelf je eigen doelen stelt om de ritbeleving van je klant te verbeteren. En hoe je die vervolgens ook echt handig en effectief inzet. Win-win. Want een tevreden klant is ook een aardige garantie voor een tevreden opdrachtgever.



1. Waarom Ritbeleving

Iedere dag zijn tienduizenden mensen in Nederland afhankelijk van taxivervoer.

Taxivervoer is ook heel uitgebreid, en bestaat eigenlijk uit twee delen:

1. De opstapmarkt (20%)
2. Contractvervoer, grofweg op te splitsen in zorgvervoer en taxivervoer (80%)

De klanten van deze groepen zijn heel verschillend:

In het contractvervoer zie je bijvoorbeeld veel zorgbehoevenden, scholieren, lichamelijk en/of verstandelijk beperkten, ouderen enz.

In de opstapmarkt vind je meestal gelegenheidsvervoer. Reizigers, van en naar het station, vliegveld, evenementen, toeristenvervoer, uitgaanspubliek, noem maar op.

En iedereen beleeft de rit met de taxi op een andere manier. Wat voor de één vanzelfsprekend is, is voor de ander helemaal niet zo normaal. En wat de één fijn vindt, bijvoorbeeld een praatje of muziek, vindt een ander juist niet prettig. Voor de één is comfort belangrijk, voor de ander reistijd en ga zo maar door.

Hoe weet je dan wat voor de klant belangrijk is? Waarop scoor je punten? En hoe pak je je verbeterpunten aan? En waarom zou je dat eigenlijk doen?

Daarom dus ritbeleving

Ritbeleving is belangrijk voor de klant. En als een klant een fijne rit heeft met een ritbeleving naar zijn of haar wens, dan is dat ook voor de chauffeur en zijn bedrijf een goede rit (dat is trouwens niet altijd hetzelfde als een fijne rit voor de chauffeur).

De beoordelingen van een rit door de klanten geven niet altijd de doorslag voor de algemene service score van een bedrijf. Maar ze zijn wel degelijk van belang voor de baas en de opdrachtgever!

Ook is het niet mogelijk om alle klanten altijd tevreden te houden. Maar het managen van de ritbeleving en de klantverwachtingen maakt een dag als geheel wel leuker en gemakkelijker. Voor de klant, én voor de chauffeur.

Ritbeleving sturen

Hoe de klant een rit beleeft kun je als chauffeur ook voor een deel zelf sturen, wat verwachtingen en wat ritbeleving betreft.

Dit kan bijvoorbeeld door de klant een beetje in te schatten en op basis daarvan te bepalen hoe je met hem/haar/hen omgaat. Op die manier kun je al vanaf het begin met een paar trucjes zorgen voor een positievere sfeer en benadering. Daarmee scoor je punten op ritbeleving. En het werkt ook nog prettiger.

Maar wat zijn dan verschillende onderdelen van die ritbeleving? Dat nemen we hieronder als eerste door.

Onderdelen van Ritbeleving

Wat maakt een goede chauffeur een goede chauffeur en het beroep leuker?

Weten waar je staat en goed op situaties reageren. In de afbeelding hieronder zijn een paar van de kwaliteiten van een goede chauffeur op een rijtje gezet:



Tip: Zet je eigen unieke kwaliteiten in!

Alle kwaliteiten van een goede chauffeur die hierboven staan bezit je zelf ook in meer of mindere mate. En je kunt ze zo leren toepassen dat ze je werk prettiger en gemakkelijker maken. Het managen en verbeteren van de ritbeleving van de klant is een goede manier om je werk leuker te maken en je klanten een nog betere rit te bezorgen. Goede communicatie met je klant geeft bijna altijd een positief effect aan de rit.

Je kunt ritbelevings trucs kiezen die bij jouw karakter passen, dat is het gemakkelijkst vol te houden.

Aan het einde van dit document staan een aantal handige links om je eigen persoonlijke kwaliteiten nog beter te leren kennen en te gebruiken in je werk als chauffeur.

Een klein voor de hand liggend voorbeeld:

je bent zelf niet zo'n prater maar hebt een klant die graag een praatje maakt. Dan kun je bijvoorbeeld, nadat de klant op zijn plek zit vragen of de klant wat muziek wil horen. Of je maakt een kort praatje bij het instappen en geef dan aan dat je je op het verkeer moet concentreren en niet veel kan praten. Stel tussendoor een paar vragen en laat de klant lekker praten. Dan hoef je alleen af en toe te knikken.

Of:

vraag aan het begin of de temperatuur van de auto fijn is. Sommige mensen zijn hier heel gevoelig voor maar durven het niet te vragen. Vraag dus of de temperatuur comfortabel is en pas deze eventueel aan naar wens. Zo gemakkelijk kan het zijn om de klant op zijn/haar gemak te stellen.

2: Ritbeleving, de klant centraal

Wat draagt er nou echt bij aan een goede ritbeleving? Dit kun je op twee manieren bekijken. De ene vanuit de klant, de andere vanuit de chauffeur en de opdrachtgever. En wat doe je als één van de onderdelen niet loopt? We beginnen met het gezichtspunt van de klant.

1. **Betrouwbaarheid.** Op tijd zijn is daarbij het belangrijkste, dus laat het even weten (via de centrale of bel zelf) als het niet lukt om op de verwachte tijd te zijn. Dat kan de centrale dat leten weten. Of, als je een speling hebt van 10 minuten tussen ritten, geef dat telkens duidelijk aan zodat de klant daar rekening mee kan houden en zich niet druk maakt. Je kunt er vaak zelf niets aan doen om dit punt te verbeteren, maar een goede uitleg is al het halve werk.
2. **Goede eigenschappen van de chauffeur:** Servicegericht, bagage aannemen, (professioneel) vriendelijk, sociaal vaardig (lees: aardig tegen de klant), en behulpzaam. Hier scoor je meestal gemakkelijk ritbelevingspunten mee, dus het is de moeite waard om te kijken of je daar wat mee kunt.
3. **Beeld van de klant wordt bepaald door een chauffeur die:** rustig reageert, zonder zichtbare stress zijn werk doet, gezellig en positief is, professioneel, die informeert, een goed idee heeft van de échte reistijd (niet de ideale reistijd, want die is meestal veel korter en bijna onhaalbaar), de klant op zijn gemak laat voelen.
4. **Voelt zich veilig:** De chauffeur is zichtbaar bezig met de veiligheid tijdens de rit. Rijdt netjes, veilig en comfortabel. Dit is bijvoorbeeld belangrijk voor zieken, mensen in een rolstoel, ouderen, vervoer van kleine kinderen en mensen met wagenziekte.
5. **Presentatie chauffeur en voertuig:** De eerste indruk is belangrijk, zowel voor het voertuig als de chauffeur. Schone, opgeruimde auto? Nette werkkleding? Glimlach? 3-0!

Let op:

De beleving en de mening van de klant wordt niet alleen bepaald door de rit zelf, maar ook door wat er vóór en ná de rit gebeurt. Dit betekent dat als er bij het bestellen al iets mis gaat, de score voor ritbeleving in zijn totaal vaak wat minder is. Want een chauffeur heeft niet alles zelf in de hand. Dat hoeft ook niet. Maar het is wel goed om in het achterhoofd te houden dat sommige dingen domweg niet te voorspellen zijn, buiten je eigen invloed liggen of niet met één enkele perfecte rit op te lossen zijn. En niet alle klanten zijn even makkelijk, natuurlijk...

De belangrijkste onderdelen voor een goede ritbeleving:

Als we het bovenstaande in punten samenvatten, kom je op de volgende onderdelen die de ritbeleving positief kunnen beïnvloeden.

Onderdeel betrouwbaarheid

- ✓ Op tijd
- ✓ Betrouwbaar en rustig overkomen
- ✓ Je weet wat je kunt verwachten
- ✓ (bij straattaxi) juiste tarief hanteren en juiste prijsinformatie richting klant
- ✓ Reistijd

Onderdeel chauffeurskwaliteiten

- ✓ Servicegericht
- ✓ Vriendelijk en (professioneel) betrokken
- ✓ Sociaal vaardig
- ✓ Behulpzaam
- ✓ Aardig
- ✓ Gezellig
- ✓ Professioneel
- ✓ Positief
- ✓ Zonder stress/niet gehaast
- ✓ Zorgt dat de klant zich op zijn gemak voelt
- ✓ Informatie geven

Onderdeel verschijning taxi en chauffeur

- ✓ De eerste indruk telt en zet de toon
- ✓ Schone taxi
- ✓ Nette taxi (opgeruimd)
- ✓ Fris ruikende taxi (maar niet té veel luchtverfrisser)
- ✓ Muziek/radio of niet?
- ✓ Nette en verzorgde chauffeur (werkkleding of niet, maar altijd schoon en verzorgd)

Onderdeel rijgedrag

- ✓ Veilig rijden
- ✓ Zorg dragen voor en correct vastzetten van klant (met name gordel en rolstoelen)
- ✓ Controleren of de klant goed vastzit
- ✓ Comfortabele, rustige rijstijl
- ✓ Net rijgedrag

Dit zijn onderdelen voor een minder goede ritbeoordeling:

Onderdeel klanterwachtingen

- ✓ (Te) hoge verwachtingen van de klant
- ✓ Mensen zijn gewend aan “alles, nu meteen”, zoals ik het wil, en dat kan niet altijd

Onderdeel planning en kennis

- ✓ Te late aankomst (buiten de planningsgrenzen)
- ✓ Te lange rit (in het hoofd van de klant of door andere oorzaken)
- ✓ Geen idee van de planning
- ✓ Geen idee van de afgesproken tijd
- ✓ Reiziger wordt niet (voldoende) geïnformeerd
- ✓ Piekmomenten, steken laten vallen als chauffeur door drukte
- ✓ Onvoorziene zaken

Voorwaarden combinatieritten

- ✓ Informatievoorziening vanuit verzekeraar is niet goed
- ✓ Informatievoorziening vanuit aanbieder rit is niet goed
- ✓ Reiziger niet goed op de hoogte van voorwaarden of geen interesse in informatie tot het te laat is

Arbeidsmarkt, arbeidsomstandigheden en bedrijfsvoering

- ✓ Krappe arbeidsmarkt; veel vraag, weinig aanbod van mensen voor chauffeursbaan
- ✓ Geschikte chauffeurs
- ✓ Inzet langdurig werklozen met weinig ervaring
- ✓ Werkdruk, privésituatie chauffeur en invloed op de werkuitvoering
- ✓ Onderhoud
- ✓ Training
- ✓ Opvang bij ziekte of verlof
- ✓ Investeren in medewerkers en technologie

Onjuiste informatieverstrekking

- ✓ Onjuiste informatie over (met name) rolstoel en rolstoelregels
- ✓ Opschrijven/geven verkeerde informatie
- ✓ Verkeerde keuze vervoer (vervoer blijkt niet geschikt voor een bepaalde reiziger)

Klik tussen chauffeur en reiziger

- ✓ Oorzaak chauffeur
- ✓ Oorzaak reiziger/medereiziger
- ✓ Sociale vaardigheden/vriendelijkheid van chauffeur of reiziger

Onderdeel overheid

- ✓ Openbaar vervoer
- ✓ Infrastructuur

3: Praktijkvoorbeelden

Praktijkvoorbeeld 1: De chauffeur die je écht niet wilt zijn

Het voorbeeld van een chauffeur die een gehandicapte klant met haar rollator niet helpt maar haar op een kleinerende manier pest, heeft in 2019 de landelijke kranten gehaald. Omstanders maakten filmpjes van het respectloze en onprofessionele gedrag van de chauffeur. Dit ging rond op Facebook en heeft enorm veel kritiek gekregen. Ook de ritbeleving vanuit het oogpunt van de klant was in dit geval héél slecht, al ver voor het instappen. De chauffeur is uiteindelijk op staande voet ontslagen om zijn gedrag. Wat ging er mis? **Een paar belangrijke punten:**

1. De chauffeur was niet hulpvaardig, vriendelijk of beleefd.
2. De chauffeur heeft de klant ongeduldig en boos benaderd.
3. De chauffeur heeft de klant opzettelijk beledigd.
4. De chauffeur heeft zich onprofessioneel gedragen.

Op alle onderdelen van goed chauffeurschap en ritbeleving scoorde deze chauffeur helaas erg slecht. De reden weten we niet, maar zelfs als we ervan uitgaan dat hij zijn dag niet had, is dit geen slimme insteek. Zo'n gedrag is natuurlijk slecht voor je eigen imago als professional én als mens. En ook voor je werkgever. Door je zo te gedragen zet je jezelf negatief te kijk bij omstanders, de klant, én je baas. En zelf wordt je er uiteindelijk ook niet wijzer of vrolijker van. Er ontstaat in korte tijd veel schade aan het beeld dat mensen van jou persoonlijk en van je werkgever hebben. Kortom: zelfs één keer onprofessioneel gedrag kan grote gevolgen hebben voor jou, je baas, en je baan.

Betere aanpak in stappen:

1. De chauffeur had haast, dat was wel duidelijk. Maar dat kun je ook positief aanpakken. Hij had dit ook rustig kunnen uitleggen aan de klant en de centrale bellen om de andere klanten te laten waarschuwen. Informatievoorziening is dus een onderdeel van het managen van een lastige situatie zoals deze.
2. Hij had de klant kunnen helpen met het lopen naar de taxi en met het instappen. Dat zou sneller zijn geweest dan de klant toe te roepen om om te schieten en niets te doen. Efficiëntie is een belangrijk onderdeel van organisatie. Een je zaakjes op orde hebben is weer een onderdeel van een betere ritbeleving voor de klant en jezelf.
3. De chauffeur had professioneel vriendelijk kunnen blijven en de klant met respect kunnen behandelen. Dat levert altijd meer op dan vervelend doen omdat bijvoorbeeld je eigen humeur op dat moment niet zo best is.
4. De chauffeur had dit goed in zijn log kunnen melden zodat de situatie bij vragen duidelijk zou zijn. Een goed log is het halve werk en geeft je zekerheid als chauffeur bij misverstanden. Een duidelijk verhaal op papier (of digitaal) is echt goud waard en onmisbaar in het duidelijk maken van moeilijke situaties! Houd je log dus goed bij.
5. En: de chauffeur had er rekening mee kunnen houden dat hij het visitekaartje van de onderneming is, en dat hij dus altijd in de kijker staat (in dit geval letterlijk: hij staat op video). Let er dus op dat je je altijd zo professioneel mogelijk en correct gedraagt!

Praktijkvoorbeeld 2: Het leek zo'n simpele rit...

Het leek een simpele rit te worden. Iemand ophalen en afzetten op het werk. Een rit van 25 minuten totaal. De chauffeur kende de klant (nog) niet maar had wel een adres, geen telefoonnummer. De klant was slecht ter been en werkte in een sociale werkplaats.

Het probleem:

Het woonadres klopte helaas niet. En de chauffeur had ook geen telefoonnummer. Hij kende de klant nog niet en had dus geen idee hoe de klant eruit zag. De centrale had ook geen telefoonnummer. De tijd tikte intussen wel door. Dit zijn geen goede voorwaarden voor een fijne rit of ritbeleving. Je weet als chauffeur niet of je deze rit wel gaat halen, en de volgende is ook al ingepland. De klant heeft geen idee waar je blijft. Kortom, het was niet zo gemakkelijk als het er in het begin uitzag.

Toch heeft deze chauffeur alle ritten uiteindelijk wel naar tevredenheid gereden. Hoe? Door zijn hoofd koel te houden, de centrale direct om hulp te vragen, en oplossingsgericht mee te denken in de situatie.

Zo heeft hij het aangepakt:

1. Als eerste de centrale gebeld, deze hadden geen telefoonnummer van de klant maar wel van het werkadres van de klant.
2. Door het werkadres te bellen kon de centrale het goede adres van de klant achterhalen, en het telefoonnummer.
3. Zo kon de chauffeur binnen een paar minuten de juiste gegevens van de klant krijgen, deze woonde gelukkig maar een halve straat verderop.
4. Hij belde de klant meteen.
5. Ook de centrale heeft de klant naderhand gebeld met een uitleg en excuses.
6. De chauffeur heeft uitleg gegeven en namens de organisatie die de verkeerde gegevens heeft verstrekt excuses aangeboden (het was niet de schuld van de chauffeur, maar van de organisatie in dit geval).
7. De klant is vriendelijk en professioneel naar zijn werk gebracht.
8. Daar heeft de chauffeur de klant nog even verder begeleid en aan de werkleider uitgelegd wat er was gebeurd.
9. Door snel en in oplossingen na te denken duurde de rit maar 32 minuten, 7 minuten langer dan totaal gepland.
10. Zo was de chauffeur maar een paar minuten later bij de volgende rit.

Kortom, deze ritbeleving is zo goed gemaakt als het maar kon op dat moment:

De chauffeur dacht in oplossingen (niet in problemen), hield zijn hoofd koel en is klantvriendelijk en professioneel gebleven. Deze klant toonde gelukkig wel begrip. Sommige klanten doen dat minder. Maar deze chauffeur heeft in alles zijn best gedaan om de rit goed te laten verlopen en hij heeft een probleemsituatie zo goed mogelijk aangepakt. De ritbeleving was uiteindelijk goed:

1. Door klantgericht en in oplossingen te denken.
2. Door goed met de klant te communiceren, mee te denken met de klant, en begrip te tonen voor toen de klant aan het begin een beetje boos reageerde.

4: Tips en trucs voor een mooie ritbeleving

Natuurlijk weet je als chauffeur wel wat je zou moeten doen vóór, tijdens en na een rit. Maar het is toch gemakkelijk om een lijstje in je hoofd te hebben dat je kunt nalopen. Zo is het ook gemakkelijker om de ritbeleving te sturen. Als een klant vriendelijk en professioneel behandeld wordt, en het idee heeft dat er op hem gepast wordt, dan telt dat al. Dát is nou ritbeleving. En dat kun je dus ook voor een deel zelf sturen.

“Spiekbriefje” voor een betere ritbeleving

Je hoeft natuurlijk niet alles uit het onderstaande lijstje precies zó te doen, alleen dat wat je nodig hebt. En als je de voor jou belangrijke stappen eenmaal op de automatische piloot kunt doen, dan heb je minder stress en houd je meer concentratie over voor de rit.

Dit zijn de stappen voor een betere ritbeleving:

1. Bij instappen: klant inschatten en begroeten
2. Informatie geven over de rit
3. Bij opstapmarkt: check eventueel vooraf wat betaalmogelijkheden zijn voor de klant en zet meter aan waar de klant bij is
4. Helpen met inladen van bagage
5. Deur openhouden
6. Klant inladen en vastzetten (bij rolstoelen en mindervaliden)
7. Zit de klant goed in de stoel? Vraag het nog even na
8. Route samenvatten (hier gaan we naar toe en ik ga zo rijden, omdat...)
9. Muziek? (Vind u het goed als ik de radio aanzet/houd?)
10. Airco? (te warm, te koud?)
11. Praatje?
12. Helpen bij uitstappen (losmaken van rolstoel mindervaliden, evt naar de deur begeleiden).
13. Afrekenen, bon (geef eventueel aan dat de klant het nummer van de centrale kan bellen als hij iets vergeten is).
14. Bij vragen: gegevens op de bon?
15. Afsluiting: vragen of klant niets is vergeten en alles bij zich heeft? (Ben je zelfstandig? Zet dan ook eventueel je werktelefoonnummer op je bon, dan is het altijd mogelijk om een gevonden voorwerp terug te brengen).
16. Tot ziens, en nog een fijne dag!

Handige tips voor verbetering van de ritbeleving

Om de ritbeleving te verbeteren, kun je zelf aan de slag met een aantal dingen:

Het is belangrijk om te weten dat de ritbeleving al begint vóóordat de chauffeur zelf op het toneel verschijnt.

Goede communicatie vooraf over de rit, zoals verwachte aankomsttijd, een belletje over eventuele vertraging, informatie over het soort voertuig etc, is daarom erg belangrijk.

Vanuit de ondernemers

Een betere klantbeleving begint bij de ondernemer, of dit nu een zelfstandig ondernemer is of een bedrijf. Hiermee score je als ondernemer in de taxibranche:

1. Als ondernemer is het aantrekken van de juiste chauffeurs van het grootste belang. Op het moment dat dit document geschreven is, is de markt krap en zijn mensen met chauffeurstalent moeilijk te vinden. Kijk niet alleen naar de rijervaring, trainingen of werkverleden. Kijk vooral ook hoe de chauffeur in zijn werk staat, hoe vriendelijk, verzorgd, vlot, beleefd en professioneel de indruk is die je krijgt, talenkennis enz. Kortom: de soft skills zijn net zo belangrijk als de harde eisen van het vak! Investeer daarom in je mensen en ontwikkel de soft skills waar je kan.
2. Hoe zit het met je professionele communicatie naar klant en chauffeur? Loopt die soepel? Is de chauffeur goed op de hoogte van de door klant verwachte aankomsttijden, is de centrale goed bereikbaar, zijn de gegevens van de klant bekend en doorgegeven? Controleer regelmatig of dit het geval is.
3. Weet je als ondernemer met kritiek om te gaan en hier op een goede manier mee om te gaan? Vaak niet, en toch kun je juist daar veel van leren wat betreft ritbeleving. Denk als een klant, en gebruik de klachten van je klanten om er zelf beter van te worden. Wees eerlijk tegenover je klanten en jezelf. Communiceer en informeer naar de klant toe. Doe wat met de feedback van de klant en bedank voor de opmerkingen. Daar wordt je zelf namelijk ook beter van. Win-win dus.

Vanuit de chauffeurs

Wie staat centraal in de ritbeleving? De klant natuurlijk, want deze bepaalt wat hij/zij van de rit vindt. Dus als de klant de rit goed waardeert, dan zit je als chauffeur of ondernemer uiteindelijk ook goed als het om ritbeleving gaat.

Het is daarom goed om te weten waar je aan toe bent en wat je echt zelf kunt doen. Hieronder wat tips en meer over positief beïnvloeden van de ritbeleving van de klant. We verklappen alvast één ding: goede communicatie is de sleutel.

1. **Ben je (volgens de klant) te laat:** biedt dan in ieder geval excuses aan of zeg sorry uit naam van het bedrijf en eventueel jezelf. Dat kost niets en geeft de klant een reden minder om geïrriteerd te zijn. Geef bijvoorbeeld aan dat je dit gaat bespreken na afloop van je dienst. Laat het verder van je afglijden en trek het je niet aan als dat lukt. Sorry zeggen is veel gemakkelijker dan in discussie gaan met de klant, en haalt meestal de scherpe kantjes er al af. Leg uit wat de reden is van een belemmering (als dat zo is). Als de rit langer duurt doordat het drukker is dan normaal op de weg bijvoorbeeld.

2. **Doe aan verwachtingsmanagement**, zo weet de klant waar hij aan toe is. Je kunt zo ook een beetje de verwachting sturen, want als de klant weet waar hij aan toe is dan heeft hij al een beeld in zijn hoofd:
dus
 - a. Geef bij aankomst aan wat de rit inhoudt
 - b. Waar gaat de rit naar toe
 - c. Hoe lang je inschat onderweg te zijn
 - d. Wat de regels zijn in jouw taxi (bv niet eten/drinken)
 - e. Heeft de klant al zijn spullen bij zich?
3. **Vraag of de klant behoefte heeft aan aanpassingen in de auto**
zoals
 - a. Muziek bijvoorbeeld kan voor de één prettig, en voor de ander vervelend zijn
 - b. Staat de temperatuur in de auto prettig voor de klant
 - c. Waar wil de klant zitten (indien van toepassing)?
 - d. Zit de klant comfortabel?
4. **Na de rit**
neem
 - a. Afscheid van de klant, neem gepast en vriendelijk afscheid
 - b. Is er iets buitengewoons, vervelends of vreemds gebeurd? Schrijf het duidelijk op (datum en tijd, beschrijving gebeurtenis) in je log, en breng de centrale meteen op de hoogte. Op die manier gaat er geen mogelijk belangrijke informatie verloren en is jouw kant van het verhaal in ieder geval duidelijk vastgelegd.
5. **Vertaal app.**
Moet je iets duidelijk maken aan een klant en spreken jullie elkaars taal niet? Overweeg dan om een stemvertaal-app te installeren op je mobiele telefoon uit de Google Play of de App Store. Daarmee kun je tekst intypen of inspreken, die dan meteen vertaald wordt. Er zijn een hoop apps beschikbaar, zoals SayHi, Voice Translator, Voice Vertaler etc etc. Kies er een die bij je past en probeer hem van te voren uit.

Handige Standaardzinnen

Omgaan met ontevreden klanten door de juiste standaardzinnen te gebruiken

Je bent natuurlijk al gewend om te gaan met conflictsituaties. Je kunt niet iedereen tevreden stellen en ook niet doen wat iedereen van je wil. Het is daarbij wel handig om neutraal te blijven en professioneel medeleven te laten zien, zeker als je zelf verder niets met de situatie te maken hebt en het jouw schuld niet is.

De onderstaande zinnen zijn zo opgebouwd dat ze de klant gevoel geven dat hij serieus genomen wordt, en ze zijn neutraal voor jezelf.

Probeer in ieder geval beleefd te blijven en de klant iets aan te reiken waar hij misschien iets aan heeft (als jij hem zelf niet verder kan helpen). Deze zinnen uit je hoofd leren helpt soms echt. Ze zijn overgenomen uit de klantcontactcenters, waar ze veel worden gebruikt om ontevreden klanten netjes te woord te staan. Met deze zinnen houd je ook een goede afstand.

Zo kun je aangeven dat je iets heel vervelend vind (voor de klant), maar dat je zelf niets kan doen. Dan laat je zien dat het je vanuit persoonlijk oogpunt vervelend vind, maar dat je zelf geen oplossing kunt bieden:

Dit kun je zeggen als het iets is wat je niet kunt/wilt doen of veranderen

1. *“Ik vind het heel vervelend voor u/dat u ontevreden bent, maar ik mag hierover zelf helaas geen beslissing nemen (van mijn baas). U kunt het beste contact opnemen met (aangeven wie en telefoon/mail).”*
2. *“Ik mag hierover zelf helaas geen beslissing nemen/ik mag dit helaas niet doen. U kunt het beste (klacht indienen bij taxibedrijf, verzekeraar, hotel, etc). Dit is het telefoonnummer/e-mailadres. Ik hoop voor u dat het lukt.”*
3. *“Ik vind het heel vervelend voor u/dat u ontevreden bent, maar ik kan er persoonlijk niets aan veranderen. Als u een klacht hebt, dan kunt u het beste (uitleggen wat klant moet doen)...*
4. *“begrijp dat u op dit moment ontevreden bent en dat vind ik erg vervelend voor u. Ik kan hier helaas niet zelf een beslissing over nemen. U kunt het beste contact opnemen met (naam bedrijf) via (mail of telefoonnummer).*
5. *“Onze excuses (dus niet jouw persoonlijke excuus, maar die van het bedrijf en jou samen, dat is veel minder persoonlijk voor jouzelf), wij vinden het heel vervelend dat u ontevreden bent. Ik zal dit zelf na afloop van mijn dienst met mijn collega’s bespreken. Als u een klacht wilt indienen, dan kunt u het beste (uitleggen wat klant moet doen om klacht in te dienen, zo geef je de klant door naar waar die hoort).*

Je kunt ook zelf een paar standaardzinnen bedenken zoals hierboven. Houd het vooral simpel, dat past vaak het best bij jezelf, is het gemakkelijkst te onthouden en altijd een goede keuze.

5. Conclusie en handige links

Ritbeleving gaat om het gevoel dat de klant heeft bij een rit. Als chauffeur kun je deze beleving gedeeltelijk sturen, maar niet helemaal.

De zaken die een ritbeleving beter maken hebben in hoofdzaak te maken met goede communicatie en het gevoel van de klant dat hij/zij serieus genomen wordt.

Er zijn veel manieren om ritbeleving te sturen, bijvoorbeeld door het volgen van een aantal vaste punten tijdens de rit. Door goed contact te houden met de centrale, altijd professioneel te blijven (ook als het soms moeilijk is). Door waar dat nodig is je excuses aan te bieden namens een organisatie of ook vanuit jezelf.

Vanuit het klantperspectief denken werkt ook goed.

Probeer niet alles tegelijk te doen, maar kies een paar punten waarop jij kan scoren met ritbeleving. Begin daarmee. Leer jezelf beter kennen en doe daar je voordeel mee. Kijk daarom ook hieronder of je wat hebt aan de links zoals de competentietest. Succes!

Contact

Meer weten over ritbeleving en hoe die te verbeteren?

Neem dan contact op met [Stichting TX-Keur](#) of bel 070-3490925.

Handige Links 2019

1. Op werk.nl staan een aantal gratis tests om jezelf betere te leren kennen. Met deze tests krijg je meer inzicht in je sterke en zwakke punten, persoonlijkheid, competenties, gedrag, werkwaarden etc. Leuk om te doen en handig.
<https://www.werk.nl/werkzoekenden/solliciteren/test>
2. Je sociale vaardigheden nog eens testen?
<https://www.cbr.nl/nl/beroepsexamens/taxi-1/examen-taxi-sociale-vaardigheden.htm>
3. Beroepscompetentieprofiel: wat wordt er van een taxichauffeur verwacht?
<https://www.sociaalfondstaxi.nl/werknemer/opleidingen-sft/beroep-taxichauffeur>
[https://www.sociaalfondstaxi.nl/application/files/4415/1930/1611/Beroepscompetentieprofiel Taxichauffeur februari 2010.pdf](https://www.sociaalfondstaxi.nl/application/files/4415/1930/1611/Beroepscompetentieprofiel_Taxichauffeur_februari_2010.pdf)
4. Weten wat voor soort verwachtingsmanager jij bent?
<https://assertief.nl/verwachtingsmanagement/>
5. Praktijkvoorbeeld Taxipro:
<https://www.taxipro.nl/contractvervoer/2015/02/10/chauffeurs-en-communicatie-bepalen-kwaliteit-regiotaxi/>
<https://www.taxipro.nl/contractvervoer/2010/09/09/communicatie-voorkomt-problemen-met-leerlingenvervoer/>