

# Preselect en Aftersales

**A**ls in patronen vastgeroeste Hollanders struinen we dagelijks naar het goedkoopste. Geeft niet wat, als we 's avonds onderuitgezakt voor de breedbeeld, 10 procent extra korting vanwege het krasje aan de zijkant, maar tevreden naar niet oplettende huisgenoten kunnen roepen dat we weer flink bespaard hebben. We zijn er ook als de kippen bij. Het tijdstip waarop de supermarkt met afprijzen van dagvers begint wordt nauwkeurig bijgehouden, zo ook de prijzen van Kelkoo, Kieskeurig en andere vergelijkende websites. Dankzij de transparantie weten we nu waar de laagste prijs is en wie de hoogste bezorgkosten hanteert. En elk koopje is behaalde winst totdat iemand je humeur verpest door fijntjes op te merken dat niet-kopen nóg meer winst is.

Gedrag van mensen is voer voor de marketingafdelingen. In een onophoudelijke stroom van aanbiedingen wordt telkens een nieuwe prijs opgeworpen, waarbij andere prijzen en condities in negatieve zin worden aangepast. Het lijkt net een soort waterorgel waarbij de omhoogspuitende straal meer opvalt dan al die anderen die iets zakken, en uiteindelijk betaal je dus hetzelfde als voorheen. Met die elastieke bewegingen zijn startbedrag, prijs per seconde, minimum aantal seconden na de start, dal en piek tarief, belbundel en weet ik wat voor mooie kreten nog meer te manoeuvreren. Hoe je jezelf ook in bochten wringt, altijd is bellen een synoniem voor aderlaten.

Gedrag is ook bepalend voor je selectie. Je denkt dat je ergens goedkoper uit bent, hebt alle details vergeleken, je verwacht dat je een goede slag hebt geslagen en na een paar maanden constateer je dat intussen de condities weer zijn aangepast, dat de tarieven ineens in andere kolommetjes staan, waardoor het voordeel uiteindelijk een nadeel kan zijn. Carrier preselect is zo'n valkuil. Met het instellen van je *least-cost routing* ga je uit van een bepaald belgedrag en denk je een goede slag te hebben geslagen. Nu zal de rekening drastisch dalen per maand. Een paar maanden verder, net als je bezig bent de goedkoopste verzekering

te selecteren, blijkt ineens dat Verwegistan wel goedkoper is, maar de buurlanden minder. Bellen naar Berlijn is ineens verdubbeld in prijs. En het tarief van mobiel bellen lijkt bij een ander toch weer 2 centen per minuut goedkoper te zijn. Maar hoe zat het ook al weer met de kosten van die eerste minuut? Langdurig zoeken in al die enveloppen die je links en rechts ergens op een stapeltje had neergelegd. Waar was dat velletje waarop je alle bedragen had gekrabbeld? Op de website nemen de lettertekens inmiddels het formaat aan van de kleine lettertjes in je contract. Je probeert op de website van de opgezwollen

carrier de selectie aan te passen, maar raar genoeg kun je wel inschakelen maar niet ongedaan maken. Uiteindelijk zit je weer minuten lang te pielen om via 0800-1273 de permanente selectie aan te passen. Want telkens 4 of 5 cijfers voor je lange telefoonnummer gaan intoetsen, is een werkje dat je liever aan monniken overlaat. Wanneer komt er een aanbieder die je achteraf op je belgegevens de laagste prijs aanbiedt? Een soort credit korting op je omzet. Dat idee zal ook wel weer mislukken, zoals budget flyers goedkoper zijn dan frequent flyers. En luchthavenbelasting en creditcardtoeslag veel weg hebben van het starttarief en incassokosten.

Zoals we de preselect verwaarlozen bij de telecom aanbieders, zo laten we ook de aftersales verwaaien. Twintig jaar geleden werd dat handiger opgelost. Een IT-manager van een zuidelijk vrachtwagenconcern kocht 1.000 computers, en liet er 50 op voorraad staan als pluk-PC. Bij storing verwisselde men harddisk, printplaat, monitor of toetsenbord, en de meervoudig defecte bureaucomputers werden in doos klaargezet voor D-Day. Drie dagen voor het verlopen van de fabrieksgarantie stuurde hij alle dozen met defecte apparaten terug naar de leverancier, met de claim om ze met garantie te repareren of vervangen. Een simpele manier van probleemoplossing en kostenbeheersing. In de tegenwoordige tijd zijn we dagen bezig om RMA-nummers te



Jacob van Kokswijk is parttime ICT-consultant bij Caggemini, veelgevraagd spreker bij congressen, lid van de stuurgroep Next Generation Networks initiative van de EU. (tm@kokswijk.nl, www.kokswijk.nl)

**Belkosten lijken net een waterorgel waarbij de omhoogspuitende straal meer opvalt dan de anderen die iets zakken.**

vergaren en voor we het beseffen staan er stapels defecte PC's wekenlang in een loods te wachten op reparatie. Met een lifecycle van enkele maanden is een garantie periode van een jaar iets als regeren over je graf. De aftakeling hou je niet meer bij. Zelfs de inflatie gaat sneller dan de afschrijving. Om meer te doen met minder, moet je met minder meer doen.

Aftersales valt het eerst onder de bezuinigingsbijl. Verkopen is prima, maar je gaat toch geen tijd of energie, laat staan geld steken in iets dat eigenlijk al weer aan vervanging toe is? Zo worden de vuilnisbakken steeds groter en komt er geen eind aan de afvalberg. Of het nu pre- of aftersale is, alleen geld kunnen we hergebruiken. ■

Jacob van Kokswijk