

## Transparantie duurt het langst.

"Graag wil ik inzicht in de kosten die jij maakt, en waarom jij die kosten maakt". Een normale vraag die bijvoorbeeld een algemeen directeur aan zijn unit managers stelt, of een unit manager aan zijn teamleiders. Er bestaat ook een hele riedel aan regels, hulpmiddelen, tools en controle mechanismen (en controllers!) om die vraag te beantwoorden en op volledigheid en juistheid te toetsen. Maand-, kwartaal-, ziekteverzuim-, klanttevredenheid-, personeeltevredenheid-, verstoringen-, tijdschrijf-, uurnietschrijf-, prognose-, trend-, uitnutting-, uitputting,- en vooral ook de rapportagerapportages maken het leven van een lijnmanager overzichtelijk en voor zijn baas inzichtelijk. Zodat hij aangesproken kan worden op het nakomen van zijn afspraken en op feiten gebaseerde verwijten of complimenten kan krijgen ten aanzien van de gevolgen van zijn handelingen en beslissingen.



Edoch, de 'ik' in "Graag wil ik inzicht in de kosten die jij maakt..." is helemaal niet de leidinggevende van de lijnmanager, maar is de interne klant. Die zo de balen heeft van de gedwongen winkelnering, niet werkende producten, de belabberde service, het zelden of nooit nakomen van gemaakte afspraken, het van het kastje-naar-de-muur, en als klap op de vuurpijl de maandelijks onbegrijpelijke en veel te hoge bedragen op de eerst-betalen-en-dan-pas-reclameren facturen dat het enige redmiddel om nog enige invloed te kunnen uitoefenen de beruchte vraag om Transparantie is.

De lijnmanager die om die Transparantie gevraagd wordt vindt eigenlijk ook wel dat hij onbegrijpelijke facturen stuurt voor niet werkende producten, een belabberde service, niet-nagekomen-afspraken en Ik-ben-muur en daar-is-kastje gedrag, maar hij is toch echt niet van plan om over het hoe en waarom inzicht te geven aan al die ontevreden klanten. En niet alleen omdat dat onmogelijk veel tijd kost, maar vooral omdat hij door die Transparantie inzicht geeft in zijn eigen falen en dat van zijn medewerkers, en dat het inderdaad waar is wat 'ze' zeggen: je kost te veel voor wat je levert, in de markt is het voor veel minder veel sneller veel mooier veel leuker te krijgen.

Nu heeft de lijnmanager één geluk: de Transparantie-vragende klanten verwarren die Transparantie met Eerlijkheid. Zij denken dat als je getallen aanlevert deze gebaseerd zijn



op echte feiten, ontstaan door echte metingen. Dat deze gegevens de waarheid vertellen over het presteren van de afdeling, op basis waarvan de prestaties van die afdeling bijgestuurd en verbeterd kunnen worden.

Ha! Dat laat de lijnmanager zich niet gebeuren. Dat een klant invloed krijgt op zijn werk, never! Bemoeien kent grenzen! Door zijn eigen lijnmanager, alla, maar dan moet het ook wel afgelopen zijn. Wel wat beters te doen.

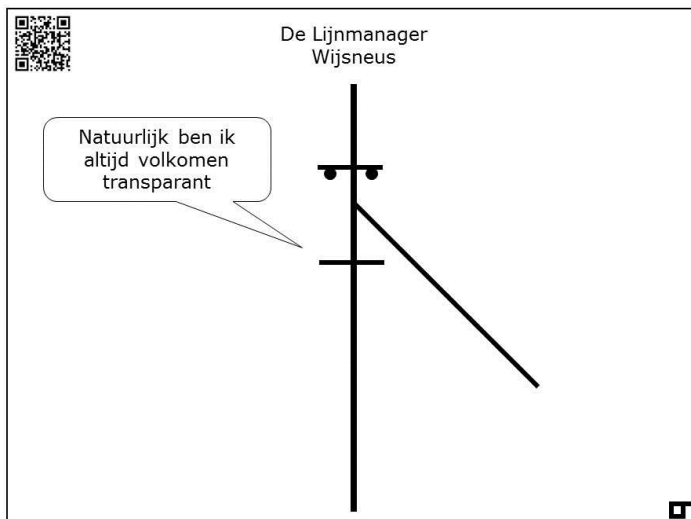
De Transparantie-vrager denkt dat ie een eerlijk antwoord krijgt op zijn bezorgde vragen, maar dat is niet zo; hij krijgt niet een eerlijk antwoord, hij krijgt een transparant antwoord. En dat is echt iets heel anders. De kunst van een transparant antwoord is het geven van zeer gedetailleerde maar onbegrijpelijke gegevens in een vaktaal die de klant niet begrijpt, van toepassing op tal van variaties op de geleverde producten en diensten waarvoor die gegevens slechts voor een deel relevant zijn. Daarnaast dient de klant duidelijk gemaakt te worden dat een complex aan factoren de totale kostprijs bepalen, en dat het logisch is dat een belangrijk deel van die factoren buiten de invloedssfeer van de lijnmanager liggen en derhalve uiteraard niet de lijnmanager aangerekend kunnen worden.

De maandelijkse Transparantie Rapportage ziet er dan ongeveer als volgt uit:  
“De kosten van uw thin client zijn gebaseerd op de norm van drie gigabyte dataopslag met een 16 megabyte ram 8.3 megahertz memory access, een non managed user account met read only privileges, gemiddeld 11,3 servicedesk calls type rfi of rfc en een gegarandeerde uptime van 88% gedurende 75% van onze openingstijden”.

“Deze kosten zijn van toepassing op 1573 door u bij ons afgenomen producten, hetgeen 15 minder is dan vorige maand, maar voor 268 van deze 1573 afgenomen eenheden geldt de thick client toeslag van 273,59 euro”.

Het is heel Transparant om geleverde aantallen te noemen. Het effect is dat het veelal een dispuut met de klant over de aantallen met zich meebrengt, en aldus afleidt van de kostprijs.

“Aangezien een deel van uw producten op een speciaal daarvoor ingerichte locatie staat wordt door de afdeling Faciliteiten een toeslag berekend, die weliswaar in de stuksprijs welke wij u aanrekenen verwerkt is, maar waarvoor u voor de verklaring van de hoogte daarvan bij die afdeling moet zijn”. (telefoonnummer en email altijd noemen).



De resultaten van een goede Transparantie Rapportage zijn bevredigend. De klanten voelen zich serieus genomen en denken daadwerkelijk invloed te hebben op het niveau van de kosten en service. De lijnmanager lijkt eerlijk en open, hetgeen zijn reputatie ten goede komt, terwijl hij gewoon zijn ding kan blijven doen. Transparantie kent alleen maar winnaars!

En klein nadeel is dat voor de rapportages en de intensieve gesprekken met de klant minstens twee FTE's extra nodig zijn. Maar laten we wel wezen: eerlijkheid, sorry ik bedoel natuurlijk Transparantie, kent geen prijs. Toch?