

Column

11/12/2000

Kwaliteit schoonmaakdienstverlening

VMS-makelaars worden momenteel steeds meer geconfronteerd met het feit dat veel schoonmaakdienstverleners er niet in slagen de aan hun gegunde contracten naar behoren na te komen.

Enkele jaren geleden kon men als oorzaak wijzen naar onevenwichtig marktgedrag veroorzaakt door pogingen om onrealistische marktdoelstellingen ten koste van alles naar rendement te vertalen. Interessant is daarbij te zien dat de grotere schoonmaakbedrijven, met een omzet van meer dan 30 miljoen gulden per jaar, aanzienlijk meer contractproblemen etaleren dan de middelgrote, vaak regionaal werkende, schoonmaakbedrijven met een omzet tussen de 5 en 25 miljoen gulden per jaar. Over het algemeen kan men stellen dat de grote bedrijven aanzienlijk meer 'shareholders' gericht zijn. De aandeelhouders zijn alleen geïnteresseerd in rendement (het liefst zo hoog mogelijk in zo'n kort mogelijke periode) en men zal er dus alles aan doen dit rendement te realiseren. De genoemde kleinere, middelgrote bedrijven zijn veel meer 'stakeholders' gericht. Voor hen is rendement eveneens belangrijk maar daarnaast hechten zij veel belang aan goede verhoudingen met hun werknemers, klanten, sociaal maatschappelijke positie. Veelal zullen in het dagelijks beleid deze laatste genoemde factoren prevaleren boven het ten koste van alles verkrijgen van rendement.

Het verkrijgen van rendement wordt nogal eens behaald uit hogere prestaties dan in de offerte wordt aangegeven. Het tarief is immers niet altijd dekkend voor alle kosten dus het opvoeren van de productiviteit maakt middelen vrij om onvoorziene kosten te dekken en extra rendement te creëren. Het al jarenlang onder druk zetten van uitvoerend personeel breekt op het ogenblik de schoonmaakbedrijven op. Het uitvoerend en direct toezichthoudend personeel laat het massaal afweten. Er zijn regio's in ons land waar letterlijk en figuurlijk geen hond nog wil schoonmaken. Te laat zien de schoonmaakbedrijven (de grote bedrijven nog later dan de middelgrote) de gevolgen hiervan in en starten te laat met 'human resource' activiteiten om het tij te keren.

Nog meer dan anders zullen VMS-makelaars de afnemers van schoonmaakdiensten moeten aantonen dat een goede schoonmaakdienst tot stand komt op basis van:

- realistische projectgerichte productiviteit
- passend tarief waarmee de leverancier alle haar toebedeelde taken mee kan financieren
- procesindicatoren die er toe bijdragen dat het schoonmaakproces overeenkomstig afspraak wordt uitgevoerd.

Veel, heel veel uitvoerende schoonmaakbedrijven hebben hun processen beschreven in al dan niet ISO-gecertificeerde kwaliteitssystemen. Het verdient aanbeveling dat VMS-makelaars zich bij pré-selecties meer richten tot het auditen van deze kwaliteitssystemen. Zowel theoretische als praktische oriëntatie op organisatie én uitvoering geven veel inzicht in, en verhogen de kans dat een bij de cliënt uit te voeren schoonmaakdienst overeenkomstig afspraak zal verlopen. Daarnaast is natuurlijk een zorgvuldige offerte-analyse belangrijk om vervolgens aan te tonen dat alle noodzakelijke organisatorische-, productie-, begeleiding-, controle- en continuïteitsaspecten financieel haalbaar en uitvoerbaar zijn. Een verantwoorde schone werkomgeving kost nu eenmaal geld.

De VMS-makelaar is de partij bij uitstek die in deze moeilijke markt de afnemers van schoonmaakdiensten kan leiden naar een succesvol verlopend contract dat gebaseerd is op een evenwichtige prijs - prestatie - kwaliteitsverhouding.