



De Telegraaf

Column: Huub van Zwieten - aug '10

Maak je werk van jezelf

Het is altijd een feest om met Southwest Airlines te vliegen, de binnenlandse luchtvaartmaatschappij met het bijzondere personeelsbeleid. Tijdens de reis die ik met mijn zoontje maakte, hadden we drie keer dat genoeg, want met Southwest reizen is meer dan met een vliegtuig van A naar B gaan. Je merkt als klant dat het bedrijf anders is dan andere luchtvaartmaatschappijen. Als klant ervaar je hoe het motto van Southwest 'Employee First' geen loze kreet is.

Medewerkers van Southwest Airlines krijgen één advies van hun leidinggevenden mee: 'Make it your own.' Maak je werk van jezelf. Maak het persoonlijk. Zorg dat het jouw ding wordt. En dat merk je de houding waarmee men jou als klant benadert. Of in de collegialiteit tussen de medewerkers. Aan het cabaretseke van sommige omroep teksten van het grondpersoneel. Je merkt het in de vrijheid die pursers en piloten nemen als ze de passagiers toespreken.

Een paar voorbeelden:

Onze eerste vlucht had maar liefst 5 uur vertraging door slecht weer, waardoor we onze aansluiting misten en onverwacht in Chicago moesten overnachten. De uitleg van de stewardess in het vertrekkende vliegtuig begon met: 'De reden dat we vertraging hebben, is omdat onze piloten bangerikken zijn, watjes.' Om dan het hele verhaal te vertellen.

Als de vertraagde vlucht eindelijk landt in Chicago, vertelt de piloot dat zij ook blij zijn er eindelijk te zijn, omdat ze dan naar huis kunnen om van een vrije avond te genieten. En hij persoonlijk met zijn lieve vrouw, met mooie ogen. En dan vertelt hij dat de stewardess die eerder sprak zijn vrouw is.

In een vlucht naar Las Vegas klinkt vlak voor een landing: 'Bent u in transfer naar een andere Southwest vlucht, meldt u zich bij de balie en we helpen u graag verder. Als u overstapt op een andere maatschappij, dan zal het ons worst wezen of u uw vlucht vindt.'

Net na een landing: 'Pfff... we made it!'

Vlak voor het uitstappen in Vegas: 'Vergeet niet, niemand houdt meer van u en van uw geld dan Southwest airlines.'

De vluchten met Southwest zijn een ervaring, omdat je merkt dat het personeel zich vrij voelt, lol met elkaar en met de klanten maakt en ze het naar hun zin hebben. Als klant merk je dat men naar je luistert, je oprechte aandacht geeft en erop gericht is om het naar je zin te maken. Niet omdat het moet, niet omdat het hun werk is, maar omdat ze er lol in hebben en het hun eigen werk en leven leuker maakt.

Southwest heeft een niet alleen een hart in het bedrijfslogo, maar ook in haar dienstverlening. De officiële afkorting voor de luchtvaartmaatschappij is LUV en je merkt dat dit in het bedrijf verweven is. Employee first, customer second? Graag wat mij betreft, want het werkt!