

Hej,

För några år sedan var hela familjen på väg hem från västkusten. Vi stannade vid E4 för att äta en bit mat och min dotter bestämmer sig för en 180-grams hamburgare med tillbehör.

När dottern lägger sin beställning tipsar kvinnan bakom kassan om att den portionen är väldigt stor och att hon istället rekommenderar den på 90 gram (dottern påminner väl inte så mycket om en hungrig lastbilschaufför till utseendet, kan tänka). Vi beställer den mindre hamburgaren och när den kommer in är det uppenbart att den räcker mer än väl.

Men nu undrar du väl vad detta har med vårt jobb att göra?

Jo, när vi satt där började jag fundera på vad som egentligen hände. Vi (kunden) trodde att vi förstod vårt behov och istället för att omedelbart prångla på oss varor vi inte behöver, inser personalen (leverantören) att det vi tror oss behöva inte riktigt är det som vi faktiskt behöver. De hjälper oss med ordern trots att det i detta fall innebär minskad försäljning! Varför gör de det?

För mig handlar det om att möta och se kunden där den är. Det tror jag är ett vinnande sätt. För om vi hade handlat den alldeles för stora portionen hade den som betalar (läs: undertecknad) förmodligen knorrat om att kasta mat och pengar (ja, man är trots allt smålänning) och knorrande kunder är ju aldrig bra ;-).

Efter det stannade vi alltid vid samma restaurang och jag mindes varje gång denna händelse.

Hur ser du din kund?

Med önskan om en trevlig helg

[Michael Nielsen](#)