

Iedere inkomensadviseur krijgt vroeg of laat te maken met een ernstig zieke klant. Je wilt oprechte belangstelling tonen maar bij een zakelijke relatie laat je de pan soep vermoedelijk thuis. Jouw rol is vooral uitleggen en begeleiden van het claimproces.

De beste stuurlui staan aan wal

TEKST ANNEMIEKE POSTEMA, AOVDOKTER.NL



Ga niet onaangekondigd op bezoek. Je weet niet hoeveel energie jouw klant heeft en het kan – vanwege jouw positie – als controlebezoek worden opgevat. Vraag van tevoren of en wanneer je langs kunt komen. Iets meenemen mag, maar hoeft niet. De aanwezigheid van een partner, familielid of andere bekende kan handig zijn. Zo hoeft jouw klant zich niet druk te maken over de koffie. Een (beeld)belafpraak is uiteraard ook prima.

Blijf je klant als volwaardige gesprekspartner behandelen en gedraag je niet anders dan anders. Extra vrolijk of juist ernstig doen is niet nodig. Te veel medelijden tonen kan betuttelend overkomen.

VRAGEN

Weet je niet wat je moet zeggen? Dat is niets om je voor te schamen, benoem dit gewoon. Informeer of je klant het goed vindt dat je vragen stelt. Dwing de ander niet om medische details te vermelden. De standaardvraag “Hoe gaat het met je?” is vaak lastig te beantwoorden voor een zieke. Misschien is dit een goede week, maar gaat het vergeleken met jullie laatste contactmoment erg slecht. Wat antwoord je dan? Dus maak het concreter en vraag bijvoorbeeld hoe iemand zich vandaag voelt. Luister aandachtig en laat dit merken. Stel gerust vervolgvragen. Wees niet bang voor stiltes.

Probeer aan je voelen of je klant het fijn vindt om over zijn situatie te praten of liever alleen het hoognodige met je deelt. Vraag hier desnoods naar.

CLICHÉS

Doe geen aannames, iedere situatie is anders en iedereen reageert verschillend. Dus roep niet

‘Gedraag je bij ernstig zieke klant niet anders dan anders’

“Je zult wel geschrokken zijn!”, maar vraag hoe iemand op de situatie reageerde. Zeg nooit dat je weet hoe iemand zich voelt, zelfs als je hetzelfde hebt meegemaakt. Blijf weg van “Had je maar...”. Ga niet speculeren over de oorzaak of het beloop van de ziekte.

Geef geen ongevraagde adviezen, hoe goedbedoeld ook. Niet iedereen zit te wachten op beweegtips, dieetsuggesties, alternatieve geneeswijzen, behandelingen uit jouw netwerk, een second opinion of jouw eigen ervaringen. Probeer het slechte nieuws niet te bagatelliseren met de mededeling dat jij daar ook weleens last van hebt, dat iemand positief moet blijven of dat het allemaal wel goed komt. Jouw klant krijgt hierdoor het gevoel dat hij zich aanstelt.

Als jouw klant vraagt hoe het met jou gaat kun je daar eerlijk op antwoorden, maar houd het kort. Wellicht heeft jouw klant behoefte aan enige afleiding, dus wuif de vraag niet meteen weg door te stellen dat dit allemaal onbelangrijk is vergeleken met zijn situatie.

Informeert hoe het met de gezinsleden gaat en wijs – indien van toepassing – op aanvullende diensten die de arbeidsongeschiktheidsverzekeraar hen kan bieden. Bespreek wanneer jullie volgende contactmoment is en agendeer dit.

Tot slot adviseer ik oma thuis te laten. Waarbij oma staat voor oordeel, mening, aanname. Ook wel bekend als het Nivea-principe: niet invullen voor een ander. ■