

Customer Experience

Ditzo

Die het heel anders doen dan Datzoo! En dat laten ze ook zien in hun contactcenter. Een zeer persoonlijke service, gericht op het superieur ondersteunen van de klanten die zichzelf helpen. Geen verzekeringsadvies, maar persoonlijk advies voor het afsluiten van de beste verzekering. Ditzo is net begonnen, en vormt een belofte voor de toekomst in 'het anders doen' en het creëren van echte klantloyaliteit

T-Mobile

Het uitvoeren van een integratie van twee bedrijven is geen sinecure, maar door de T-Mobile klantenservice is het zeer goed uitgevoerd. De twee bedrijven hadden andere klanten, andere culturen, andere systemen en andere processen. Dit succesvol samenvoegen, zodat voor T-Mobile de klanttevredenheid bleef bewaard, is gelukt! Een voorbeeld een integratie-operatie waar de branche trots op mag zijn

Achmea Zorg

Achmea had een enorme uitdaging voor zich liggen: veel beter worden in de ogen van de klant en tegelijkertijd veel geld besparen. En dat is gelukt: met eigen mensen, eigen creativiteit en een enorme eigen inzet. Het concept heet Customer Intimacy, het creëren van memorabele experiences bij klanten, die dit niet meer vergeten. Het succes van de case is dat zeer loyale klanten gecreëerd worden samen met een forse kostenbesparing door bijbehorende procesverbeteringen. Een voorbeeld voor de branche, beter en efficiënter tegelijkertijd.

Change management

Nuon

Het splitsen van één bedrijf in twee afdelingen, had ingrijpende gevolgen voor het contactcenter van Nuon in Leeuwarden. Een deel van het werk ging naar Arnhem, daar moesten mensen worden geworven en opgeleid en een deel van het werk in Leeuwarden verdween: daar moesten mensen worden herplaatst. En dit alles met de winkel open: omzet, klanttevredenheid en service behouden op topniveau. En dat is gelukt! Met eigen mensen, zelf georganiseerd is een uitmuntende splitsing georganiseerd. Medewerkers en management hielden daarbij het heft in handen. Goede prestatie, die laat zien wat met eigen mensen bereikt kan worden.

Achmea Zorg

Een grote uitdaging was het, om kosten te besparen en beter te worden. Customer Experience Management aan de ene kant en Change Management aan de andere kant. Het sluiten van centers, het bewegen van de organisatie en het verbeteren aan alle kanten is excellent uitgevoerd. Achmea heeft laten zien dit soort grote operaties uitstekend uit te kunnen voeren: klanten meer tevreden, medewerkers meer tevreden, kosten naar beneden en omzet omhoog. Een voorbeeldtraject voor de branche.

PGGM

PGGM heeft als gevolg van hun strategische planvorming, besloten om het verzekeringsbedrijf en het pensioenbedrijf te scheiden. Deze ingrijpende operatie is door het contactcenter excellent uitgevoerd door een zeer succesvolle implementatie. De leiding en medewerkers hebben zélf het changemanagement vormgegeven en uitgevoerd. Zowel op gebied van commercie, klanttevredenheid, medewerkersmotivatie als de processen is het succes duidelijk meetbaar.

Partnership Award

Sitel en Linksys

Sitel en Linksys zijn al enige tijd gezamenlijk geconcentreerd op de markt bezig voor de helpdeskactiviteiten van Linksys. Door de expansie van Linksys is er een bijzondere band ontstaan tussen met name de Nederlandse tak van Sitel en Linksys. Sitel Nederland, waar zowel de Nederlandse- als Turks gesprekken van Linksys worden afgehandeld, vormt de innovatieve backbone voor Linksys. Bij bewezen succes werd dit later in andere

landen uitgerold. Regelmatig en inhoudelijk discussie vormen de kracht van dit partnership waarbij eigenlijk ieder onderwerp bespreekbaar is

Randstad en KPN Contact

Randstad en KPN Contact werken al geruime tijd samen om succesvol klanten te werven voor KPN. De samen ontwikkelde methode geeft inhoudelijk succesvolle resultaten in de werving en in het tegengaan van verloop van de mensen. Het KPN-Randstad team blinkt uit in focus en positieve energie die ze hebben om met elkaar meters te maken. Ze zijn trots op hun resultaat en dat merk je terug op de vloer.

SNT en ING Bank

SNT werkte al jaren samen met de Postbank. Recent is hun relatie nogmaals getoetst door de fusie tussen Postbank en ING Bank tot 'ING' en zijn ze voor bijzondere uitdagingen gesteld. Daarin is wederom de proef op de som genomen en heeft de langdurige samenwerking wederom een nieuw hoogtepunt gekregen. De samenwerking dateert al vanaf 2000 en kent zoals in alle relaties ups en downs. De relatie kenmerkt zich door de verscheidenheid van onderwerpen die de partijen in alle openheid aan tafel kunnen brengen waardoor er oprecht sprake is van partnerschap.

Innovatie

De Telegraaf

De Telegraaf heeft te maken met een situatie waarin meer dan 65 procent van het telefonisch klantcontact, veelal bezorgklachten, binnenkomt tussen 7.00 en 11.00 uur 's ochtends. Dit zijn grote pieken die voor de Telegraaf moeilijk te verwerken waren. Het leidde bovendien tot hoge kosten die de Telegraaf graag wilde reduceren gezien de structurele daling van inkomsten uit advertenties en abonnementen waar de krant mee te maken heeft. De Telegraaf vond een oplossing door de klant letterlijk aan het roer te zetten. Dit door veel van de klantvragen via selfservice toepassingen af te handelen, zowel reactief als ook proactief, via de IVR enerzijds en internet anderzijds. Wat blijkt? Klanten worden voor een groot aantal toepassingen graag via een selfservice applicatie geholpen. Medewerkers kunnen zich door de toepassing van selfservice focussen op de meer complexere verzoeken en het project heeft geresulteerd in een besparing van een groot aantal FTE's.

UPC

UPC heeft met haar Custom Made Care programma gebroken met de trend om klantcontacten vergaand te standaardiseren. UPC gebruikt alle kennis die ze heeft over haar klanten en hun specifieke situatie om de klantcontacten effectief en efficiënt te laten verlopen. De specifieke situatie van de klant is het uitgangspunt in de routing, de afhandeling van het klantcontact en het bewaken van de oplossing. Zo worden klanten op basis van hun situatie geleid naar een 'windrichting' waar agents zitten die hun vragen het beste kunnen beantwoorden. Er wordt bij de afhandeling van contacten gebruik gemaakt van smart scripting waardoor alleen die vragen aan de klant worden gesteld die relevant zijn gezien de klant en zijn of haar probleem. En de gemaakte afspraken worden actief bewaakt via de 'touchpoint monitor'. Dit alles met een stijgende klanttevredenheid, een dalende AHT en een stijgende first contact fix als gevolg. Een prachtige klantgerichte oplossing die bovendien vernieuwend is binnen de branche.

Cendris

Cendris streeft naar het realiseren van meerwaarde in het klantcontact. Het verhogen van de effectiviteit en efficiency van het werk van haar agents is daarbij een belangrijk onderdeel. Agents besteden bij het afhandelen van inbound klantcontact relatief veel tijd aan het zoeken naar informatie in de diverse bronnen. De dialoogmanager die Cendris ontwikkelde biedt de agent ondersteuning in de dialoog met hun klant. In de feedbackmanager kan de agent feedback over de content vastleggen. Een uitgebreid dashboard geeft inzicht in het type contacten dat plaatsvindt, de performance per onderwerp, de gemiddelde response- en afhandeltijd en knelpunten van de

klantprocessen. Door de nieuwe methodiek is Cendris onder andere in staat haar klantcontact eenvoudig te optimaliseren en de agentperformance te benchmarken. Bovendien heeft het project geleid tot een verbetering van de klantbeleving en een toegenomen medewerkertevredenheid.

HRM Award

UPC

Tijdens een situatie van krapte op de arbeidsmarkt en een toenemende complexiteit van klantvragen is UPC er zich als geen ander van bewust dat iedere medewerker zijn eigen behoeftes, wensen en eisen heeft. Het custom made carrière pad van UPC komt hier optimaal aan tegemoet. Iedere nieuwe medewerker gaat na 1,5 week op de UPC Campus een 'intensive care' periode in. 26 weken later bekijkt UPC of de medewerker aan de gewenste criteria voldoet om in dienst te treden. Vervolgens kunnen medewerkers bij de juiste opleiding en competenties doorstromen van windrichting naar windrichting. Doorstromen betekent nieuwe uitdagingen en positieve salariële gevolgen. Iedere medewerker mag bovendien vanaf week 1 een MBO contactcenter programma volgen waarmee UPC ook bijdraagt aan een verdere professionalisering van de branche. Het 'Custom Made'-carrière pad heeft er mede voor gezorgd dat UPC het op klanttevredenheidsgebied beter doet dan concurrenten. Bovendien liet UPC zien dat een hogere klanttevredenheid hand in hand kan gaan met lagere kosten. Dit door kwalitatief betere instroom enerzijds en een lager verloop anderzijds.

Nuon

Nuon wil haar klanten letterlijk en figuurlijk hun energie helpen te besparen. Met het programma 'werelds leidinggeven' leert Nuon haar leidinggevendenden een juiste balans tussen coachen en sturen in hun stijl van leidinggeven toe te passen. Daarnaast zorgt het programma ervoor dat de missie en visie van het CCC bij alle medewerkers onder de aandacht komt. Het gehele programma wordt verzorgd door CCC-leidinggevendenden, waardoor het een programma van, door en voor de medewerkers is geworden. Momenteel heeft 85 procent van de leidinggevendenden het programma gevolgd en passen het geleerde toe in hun stijl van leidinggeven. Drie keer per jaar vinden er coachcafés plaats om kennis te borgen en verder te ontwikkelen.

Carglass

Carglass is de afgelopen jaren uitgegroeid van familiebedrijf tot professioneel contact center. Dit had gevolg voor de klantcontactoperatie die veel procesmatiger werd ingericht met minder ruimte voor het individu en een grotere focus op de klantgerichte prestatie. Dit terwijl de mensen in grote mate het succes van Carglass bepalen. Met name de oudere garde had moeite met de talrijke veranderingen en het toenemende onpersoonlijke karakter van de afdeling. Hierdoor ontstonden fricties op de werkvloer en verdween het gevoel van saamhorigheid tussen werknemers. Gevolg waren hoge verzuim- en verloopcijfers. Het programma 'Kleur Bekennen' heeft hier een totale omslag in gebracht. Aan de hand van kleuren worden medewerkers in een eerste reeks van werksessies aangemoedigd hun emoties te uiten. Letterlijk kleur bekennen dus. Tijdens een tweede reeks werksessies bogen medewerkers zich in groepsverband over oplossingsrichtingen: kleur geven. Het CCC-management is samen met de medewerkers actief aan de slag gegaan met de uitkomsten van de sessies. Resultaat was een lager ziekteverzuim en verloop. Bovendien geven medewerkers aan dat de verbeterde sfeer en medewerkmotivatie voor 360 procent voelbaar zijn!

Sales Award

TDA

De samenwerking van TDA met Marktplaats laat zich het best typeren als een vertrouwensband die is opgebouwd tussen partijen. Kenmerkend is dat TDA optimaal de gecreëerde ruimte benut die de opdrachtgever open laat en dat gaat veel verder dan een

lijstje nabellen. De direct marketingkennis die ontbreekt bij Marktplaats om het product Admarkt in de markt te zetten, wordt naar volle profit ingezet en bestendigt nu de relatie. De opdrachten van Marktplaats maken inmiddels 30 procent van de business uit van TDA. De toegevoegde waarde van TDA bestaat vooral uit het op slimme wijze koppelen van telefonisch contact aan internet gebruikers, de case laat kortom een sales benadering zien die bijzonder effectief is.

Unamic/HCN

De case is een bijzondere vorm van process outsourcing met een sterke focus op het verkoopproces. Unamic/HCN neemt daadwerkelijk alles uit handen van de opdrachtgever die zich daarmee kan concentreren op haar strategie en kerncompetenties. De resultaten van de samenwerking zijn verbluffend en zeer interessant voor de branche. De case geeft aan dat process outsourcing zich niet alleen hoeft te richten op administratieve of back-office activiteiten.

RVS

Een inspirerende case waarbij de site visit een duidelijke extra dimensie toegevoegd heeft aan de ingezonden case. Door volharding en kennis is het contactcenter er in geslaagd ferme invloed te verwerven op de gehele bedrijfsvoering en draagt het contactcenter wezenlijk bij aan de bedrijfsresultaten. De open cultuur en participatieve attitude van het management is in die transitie periode onaangetast gebleven en het RVS contactcenter behaald in de totale ING bedrijfscultuuronderzoeken een uitzonderlijke voorsprong.

Social Responsibility

Seniorcall

Seniorcall is een mooi initiatief om oudere mensen te betrekken in het arbeidsproces. De medewerkers kenmerken zich door de positieve motivatie en daardoor laag verloop en ziekteverzuim. Ze zijn voornamelijk actief in fondsenwerving en door de levenservaring van haar medewerkers zeer succesvol als callcenteragents om medemensen te overtuigen. Hierbij ligt de focus niet direct op de klassieke productie statistieken maar met namen op de effectiviteit van het dialoog en daardoor is het resultaat van de fondsenwerving bijzonder goed te noemen

Sitel

Sitel werd als callcenter plots geconfronteerd door een verplaatsing van activiteiten naar lage loonlanden door één van haar opdrachtgevers. Hierdoor werd het succesvolle Spaanstalige team voor deze specifieke klant overbodig voor Sitel. Sitel heeft weloverwogen ervoor gekozen deze hele groep om te scholen naar Nederlandstalige agents en deze opnieuw in te zetten. Resultaat? De meeste medewerkers zijn nog altijd werkzaam voor Sitel. Sitel toonde hiermee aan haar verantwoordelijkheid te nemen en eveneens een positieve businesscase te kunnen maken als je er voor kiest om niet direct afscheid te nemen in dit soort situaties.

Ro!Entree

Ro!Entree is een initiatief van de gemeente Rotterdam om mensen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt uit Rotterdam en omgeving weer aan het werk te krijgen. Deze zogenaamde "aan huis gekluisterde Rotterdammer" is veelal langdurig uit het arbeidsproces geweest. Het project kenmerkt zich onder andere door het feit dat zowel lichamelijk als geestelijk gehandicapten medebewoners kunnen participeren. De begeleiding vanuit de gemeente is bijzonder intensief en de werkzaamheden worden primair vanuit huis gedaan en zijn diensten voor de gemeente Rotterdam zelf.