

# KIEZEN TUSSEN KNOKKERS EN VRIJE GEESTEN

**Voor de circa 350 medewerkers voelt het aan als een warm bad. Het nieuwe pand dat SNT vorige maand betrok in Zoetermeer biedt ruimte aan het contactcenter én de centrale staf. Hierdoor proeven ook IT, Finance en het management van dichtbij het rendement van klant- én agentprofielen.**



de Vrije Geesten

Hij oogt trots als een pauw, veert op als de term COPC ter tafel komt en acteert als de stervoetballer die zojuist de beslissende goal maakt. Algemeen directeur Jac Vermeer is uitermate te spreken over het COPC-certificaat dat SNT onlangs binnensleepte voor de dienstverlening aan de Postbank. De inzet was er naar: het facilitaire contactcenter behaalde de hoogst haalbare score van 2.000 punten. 'Het bewijs dat SNT in de Champions League van contactcenters opereert. De COPC-organisatie is bij uitstek het instituut dat toetst of we warmmaken wat we zeggen. En we laten over een lange periode zien dat het ons menens is.'

## VERMINDEREN DE FOUTKOSTEN

Gedurende acht maanden is de organisatie getoetst op de kwaliteit van agents, rapportage, planning en bedrijfsprocessen, met als rode draad hoge klanttevredenheid en prestatieverbetering. Dat ging niet ten koste van andere opdrachten, verzekert Vermeer. 'Het is een apart team dat op de Postbank zit. We hebben geheel zelfstandig met eigen COPC-gecertificeerde consultants en managers naar de certificering toegewerkt. Met een topresultaat, want sinds de certificering zie je de klant- en medewerkertevredenheid nog verder toenemen. We vragen de klant expliciet wat hem tevreden en ontevreden maakt, werken aan procesverbetering en coachen onze medewerkers op gewenst gedrag. Als je dat in de vingers hebt, zie je de klanttevredenheid stijgen, bij de Postbank naar een 8. We zetten processen efficiënter in, zowel binnen de organisatie als met opdrachtgevers, en verminderen zo de foutkosten waardoor we de kosten per call zien dalen.'

## AMBASSADEURS MET COPC-EXPERTISE

Om te voorkomen dat één kwaliteitsmanager dolend door het kantoor rondloopt, besloot hij tot vorming van een klas van twintig SNT-managers, om hen te laten bijscholen tot de functie van *Registered Coördinator* (RC). Nu heeft de organisatie twintig ambassadeurs met COPC-expertise actief. Vermeer, zelf ook RC, ziet het als een investering voor de klanten. Ook een organisatie met een helpdesk van tien, twintig of dertig medewerkers kan

besluiten de lange weg naar de certificatie in te slaan. De kosten overstijgen een dikke ton al snel, zo ervoer de algemeen directeur. Het streven is de investering binnen één tot twee jaar terug te verdienen.

Over kosten gesproken: organisaties verspillen nog kwistig geld aan omslachtige processen, onduidelijke mailings, bloeddrukverhogende facturen en tenenkrommende gebruiksaanwijzingen. SNT komt met aanbevelingen. Sommige klanten breiden hierop bijvoorbeeld hun facturen uit met een verklarende woordenlijst. En dat scheelt een hoop telefoonvragen. 'De vingers jeuken om onze klanten hierin te helpen. Wij willen graag onze opdrachtgevers adviseren over hun klantcontactstrategie. Grote organisaties verspreiden massaal mooie brochures, met verwijzingen naar diverse afdelingen met allerlei telefoonnummers erbij. Het ontbreekt ze aan een overall klantcontactstrategie. De klant kijkt niet zo verzuimd naar een dergelijke organisatie.'

### CONVERSIE VERHOGEN MET KLANTTYPERINGEN

Waar de algemeen directeur over de klant spreekt, doelt hij in feite op een keur aan klanten. Sinds kort onderscheidt SNT tien typen klanten: de Vrije Geesten, de Ontwikkelde Stedelingen, de Knokkers, de Dynamische Families, de Modale Burgers, de Succesvolle Gezinnen, de Traditionalisten, het Landelijke Gezinsleven, de Welgestelden en de Pensioengenieters.

Wijlen Willy Vandersteen had er inspiratie uit kunnen putten. Feit is: iedere inwoner van Nederland zit ertussen, omdat

de profielen zijn gekoppeld aan postcodegebieden. 'Mensen met hetzelfde profiel trekken nu eenmaal naar elkaar toe.' Het werken met klantprofielen heeft tot doel om kansen voor de opdrachtgever te verhogen. 'Door toepassing van de profielen kunnen we de conversie significant verhogen. Bovendien, werk je met klantprofielen en pas je het Infofilter toe, dan verbeter je je imago bij outbound-acties. Je weet immers welke profielen je niet moet lastigvallen. We kunnen hierdoor nauwgezet de juiste doelgroep bij de juiste aanbieding kiezen op het juiste moment.'

Ook de agents stopt SNT in een profiel. 'We willen de klant met het profiel van de Knokker in contact brengen met de agent met hetzelfde profiel. Dat komt de kwaliteit van het gesprek direct ten goede.' @ Maxim Renders

#### OP DE AGENDA

De werkagenda van SNT's algemeen directeur Jac Vermeer:

- meer insource-trajecten uitvoeren;
- bedrijfsprocessen COPC-certificeren;
- investeren in *transaction monitoring*;
- aantrekken van juiste profielen.


'Over tien jaar bestaat klantcontact nog voor 50 procent uit calls'



## Klantervaring verbeteren en kosten besparen met de virtuele medewerkers van **The SelfService Company**.

**The Selfservice Company** is gespecialiseerd in bijzonder klantvriendelijke selfservicediensten via web, chat en messenger. Vragen van uw klanten worden direct beantwoord door virtuele service- en/of verkoopmedewerkers; 24 uur per dag, 7 dagen in de week. Snel, zonder wachttijd en in begrijpelijke taal krijgt de consument een duidelijk antwoord en komt direct op de juiste plek binnen een website. Volledig geautomatiseerd, want de gebruikte dialoogsystemen kunnen vragen herkennen en zelfstandig beantwoorden. **The Selfservice Company** beantwoordt per maand miljoenen klantvragen voor ondermeer Essent, E-On, RET, Gemeente Rotterdam, Wehkamp, D-Reizen, Gemeente Almere, Ziggo, Ditzo en NS.

Stel uw vraag op [www.selfservicecompany.com](http://www.selfservicecompany.com) of bel 010 4113866.

 **The Selfservice Company**

