

## Laat je niet leiden door je hoofd, maar door iets wat je raakt...;)

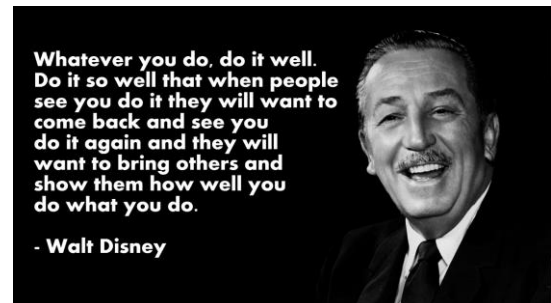


*Auteur:*  
*Marielle Visscher, Afdelingsmanager Customer Experience, Support & Distributie*  
*Univé*

**10 september 2015 - Met deze woorden eindigde Jaap Wilms (Head of Global NPS NN Group) de avond bij Nationale-Nederlanden (NN) met als onderwerp: Het NPS denken van NN, over inspireren en creëren.**

Wilms nam aan het begin van de avond de toehoorders in een vogelvlucht mee langs belangrijke ontwikkelingen door de jaren heen op het gebied van klantbeleving. Het ontstaan van telefonie, de eerste callcenters, de eerste SMS, maar ook het ontstaan van vooraanstaande bedrijven als Microsoft en Apple halverwege de jaren 70.

Noemenswaardig in deze vindt Wilms Walt Disney, het bedrijf wat in 1955 is opgericht en in zijn ogen de grondlegger is van klantbeleving. Het gaat niet alleen om de beleving van de attractie an sich, maar ook om het verhaal eromheen met als bijvoorbeeld de wachtrij. De verhalende inleiding van Wilms op de avond ligt daarmee in lijn van zijn "grote" voorbeeld: wat je ook doet, doe het goed. En doe het zo goed, dat mensen terugkomen en het je elke keer opnieuw willen zien doen.



### **NPS: hoe krijg je je organisatie in beweging?**

De afgelopen jaren is Nationale-Nederlanden hard aan de slag gegaan met het NPS denken en dit te laten landen in de organisatie. Dit is niet gedaan middels één alles omvattend programma, maar via verschillende projecten en pilots die allemaal moeten bijdragen aan 1 ding: het in beweging zetten van de organisatie. Volgens NN bestaat de fundering van het NPS denken voornamelijk uit betrouwbare data en duidelijke organisatorische rollen en verantwoordelijkheden. Opvallend hierbij is wel dat de medewerkers het meest te maken hebben met organisatorische obstakels, waardoor het moeilijk wordt voor de medewerkers om in beweging te komen. Het motto van NN is dan ook: haal deze zo veel mogelijk weg.

De echte kracht van NPS wordt echter pas bereikt door betrokkenheid van medewerkers en daarmee dus focus op het meest wezenlijke, het menselijk gedrag...

NN ziet in dat het vooral de medewerkers zijn die het verschil kunnen maken en heeft dan ook juist hier veel aandacht voor. Niet aan de hand van verplichte KPI's waar medewerkers verplicht aan moeten voldoen en naar moeten kijken, nee deze lijstjes zijn veel meer losgelaten. Er is veel meer samen met medewerkers gekeken naar wat heb jij nu nodig om je klant beter te kunnen bedienen en wat kun jij er zelf aan doen.

Vervolgens is er samen met ongeveer 50 medewerkers van de klantenservice o.a. een proeftuin opgezet waarin allerhande tests en pilots zijn gehouden. Het resultaat laat zich raden, niet alleen een hogere klanttevredenheid, maar ook een hogere medewerkerstevredenheid.

De medewerkers gingen volgens zelf actief op zoek naar het dashboard en KPI's om de eigen scores te zien. Het juist niet opleggen van de verplichting, maar het betrekken van de medewerker, leidde tot het behalen van het benodigde intrinsieke resultaat.

Uiteraard heeft ook NN te maken met een bestuur dat uiteindelijk wel cijfers wil zien, maar door in te spelen op het visuele aspect van het presenteren van cijfers en uiteindelijk de positieve resultaten vanuit NPS heeft het bestuur van NN het NPS denken omarmt. Dat de storytellende wijze en presentatie van Wilms hierbij heeft geholpen, mag duidelijk zijn.

Na de pauze kreeg het publiek een 9-tal Ignite sessies gepresenteerd door verschillende medewerkers van verschillende bedrijfsonderdelen.



Zo ook bijvoorbeeld de Franse en Engels tuinen van Robbert Veltman (programmamanager NPS NN Bank). De tuinen staan metafoor voor hoe je een proefomgeving kunt inrichten. Je kunt alles tot in de puntjes toe organiseren en regisseren (Franse tuin), maar je kunt ook er voor kiezen om iets gewoon te laten ontstaan en meer de vrije hand te geven (engelse tuin). Veltmans betoog is dat de beide principes prima naast elkaar kunnen bestaan en elkaar zelfs kunnen versterken. Echter, net zoals in het dagelijkse leven, heb je wel een tuinman nodig om de tuin te onderhouden.

Alle 9 sessies kenmerkten zich door de praktische uitvoerbaarheid van de voorbeelden, maar ook met name door het enthousiasme van de sprekers. Dit waren geen opgedreunde en uit het hoofd geleerde dia's, nee dit waren verhalen. Stuk voor stuk net zo verhalend als hun leider Wilms die aan het eind van de avond aangaf de organisatie te gaan verlaten.

Ging het dan uiteindelijk allemaal van zelf bij Nationale-Nederlanden? Zeer zeker niet. Zoals Floske Weehuizen (Programmamanager Schade & Inkomen) het beschrijft: bedenk wat je wil, geloof in wat je kan en ga het gewoon doen..... en een klein beetje geluk kan je hier zeker bij helpen. Nationale-Nederlanden heeft het in ieder geval qua beleving zeker wat gebracht....



**PvKO TV**  
[Diverse vragen en learnings van de sprekers](#)  
[Kijk de presentaties terug](#) (speciaal voor leden van PvKO)

Meer informatie of vragen over PvKO? Mail [communicatie@pvko.nl](mailto:communicatie@pvko.nl)