



NCCA Award Customer Service Online Digitale Transformatie van Robeco Retail



Basil Schoonens

Customer Experience Consultant: helping companies grow with great end-to-end customer experience

Breda Area, Netherlands | Management Consulting

Current CustoMeer

Previous TOTE-M, Robeco, AMEV (Fortis)

Education TIAS School for Business and Society



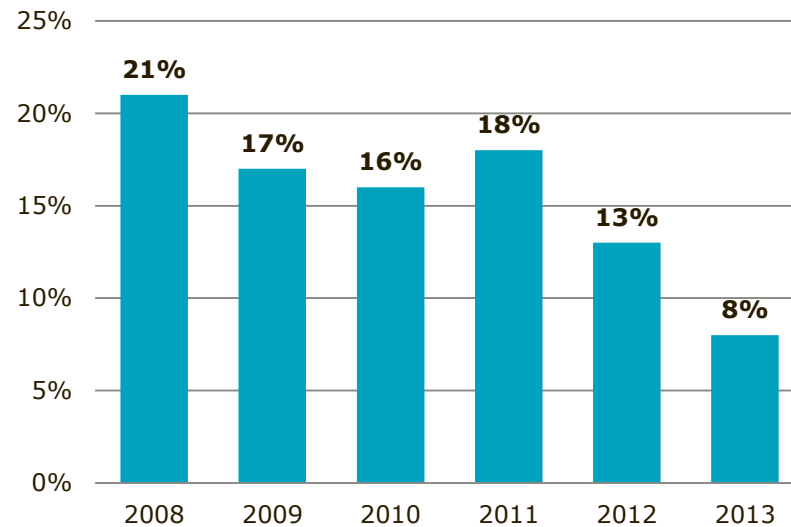
Inhoud

- **Aanleiding**
- **Visie**
- **Uitwerking**
- **Resultaten**

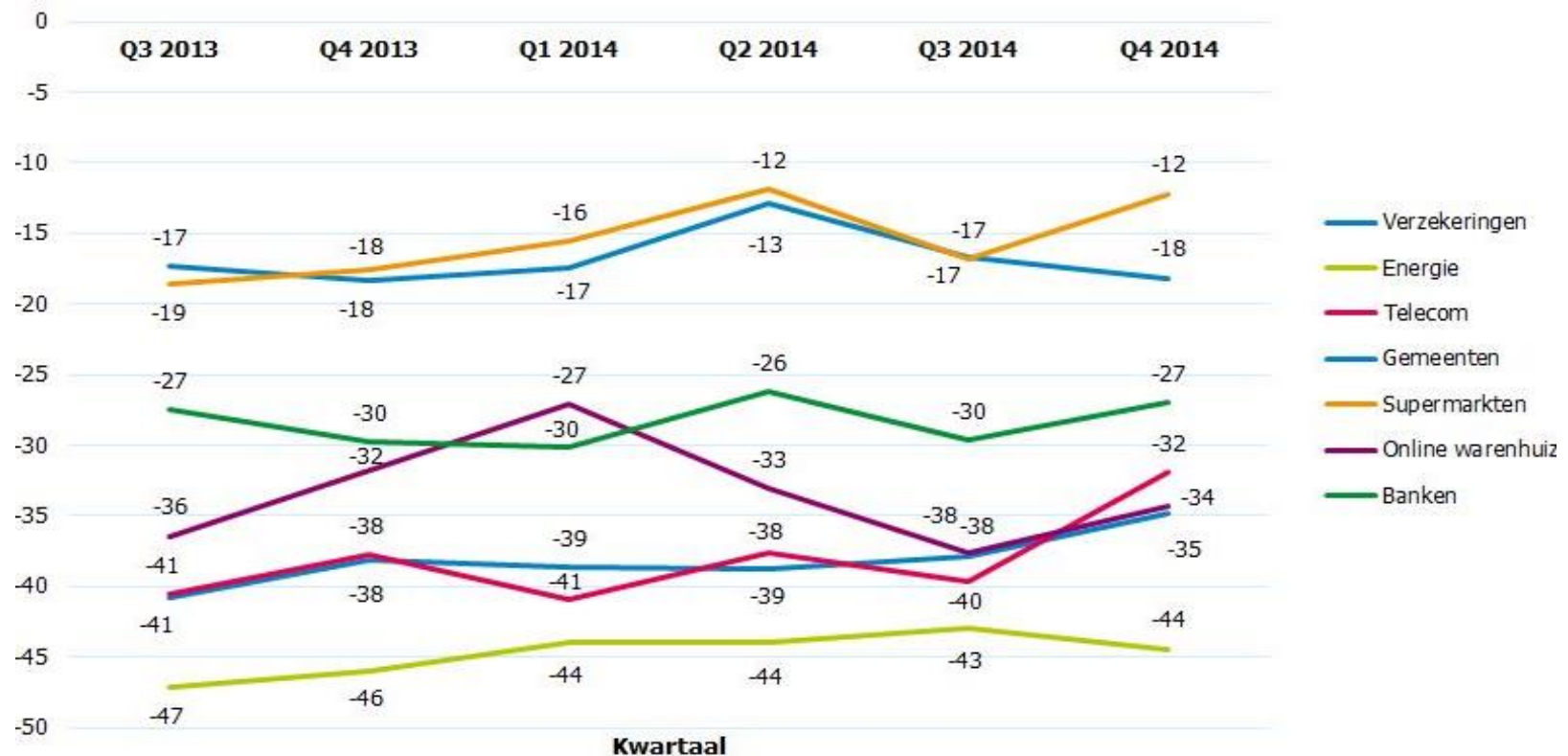
Aanleiding 1: dalende markt én resultaten

Declining market (source Retail investor)

Percentage investing households

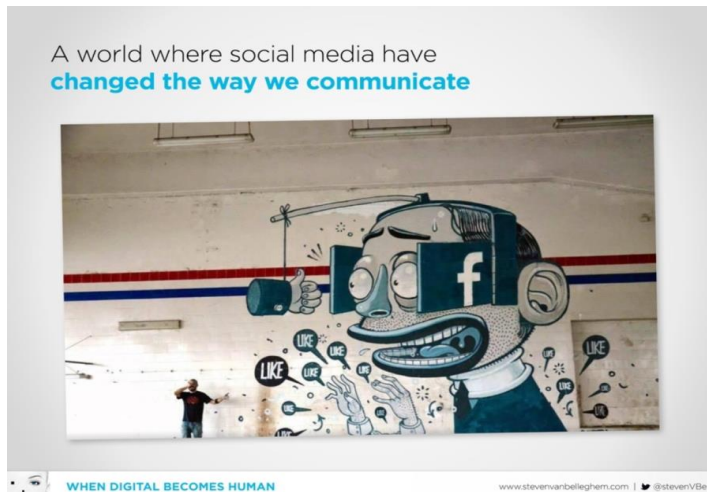


Aanleiding 2: ontevreden klanten



Source: klantpanel MarketResponse, 800 tot 1.300 Nederlanders

Aanleiding 3: grote impact digitalisering op klantgedrag



Source: Steven van Belleghem, When Digital becomes human

Samengevat: Change or die!

Om Robeco Retail sterk te maken moesten we:

- Inspelen op sterke veranderingen in markt- en klantgedrag
- (Online) Klanttevredenheid sterk verbeteren
- Kosten verlagen



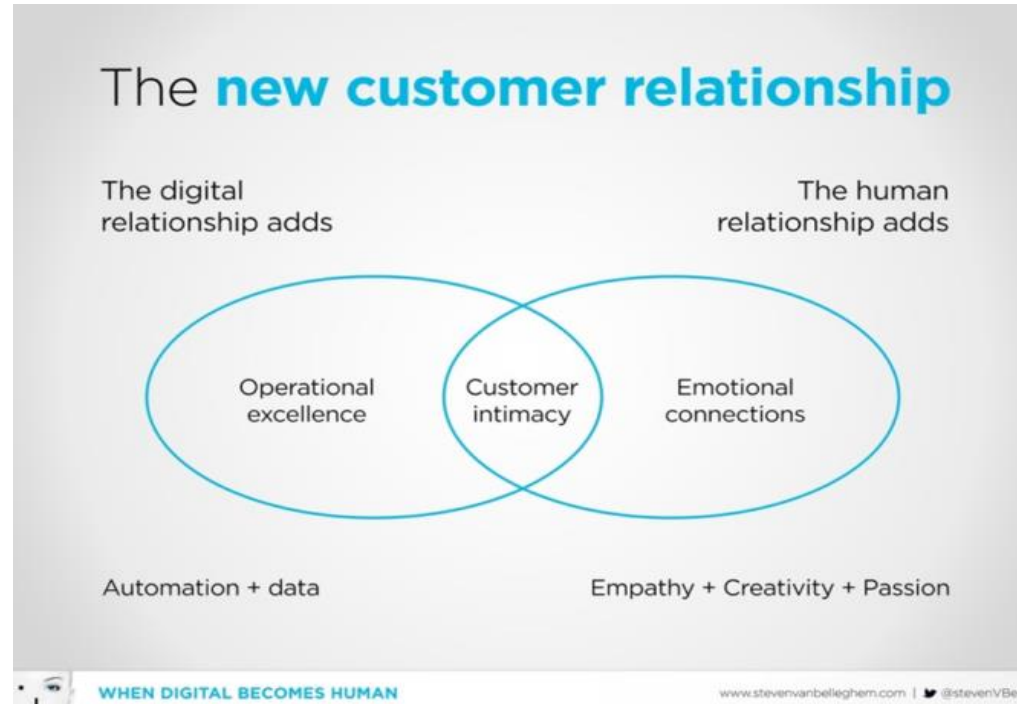
Inhoud

- Aanleiding
- **Visie**
- Uitwerking
- Resultaten

Visie: investeer in kwaliteit



Visie: de toekomst is digitaal én menselijk!



Succesvolle klantenrelatie = digitale perfectie + menselijke touch

STEVEN VAN BELLEGHEM



Source: When digital becomes human, Steven van Belleghem

Visie: One company, one goal, one promise



Sterke merkwaarden en klantbeloftes, die door iedereen worden uitgedragen, noodzakelijk voor succes!

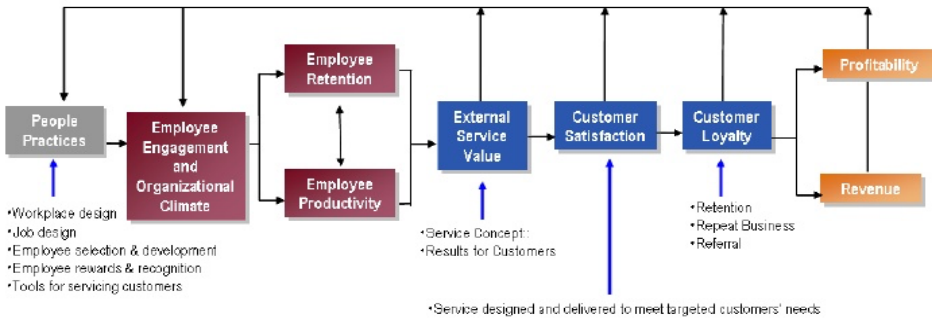


Source: Service Marketing, The Service Marketing Triangle, Valarie Zeithaml

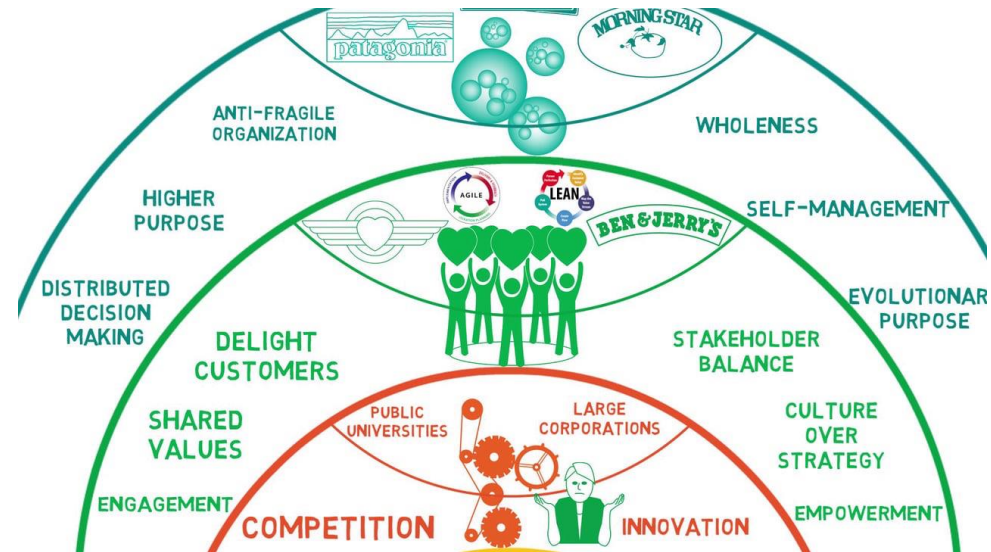
Visie: blijve medewerkers, blijve klanten, succes

Service Profit Chain

Engaged Employees → Deliver Great Service
→ Resulting in Customer Loyalty

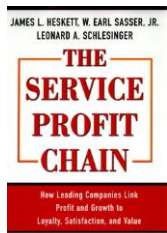


"Putting the Service-Profit Chain to Work," Heskett, et al., Harvard Business Review

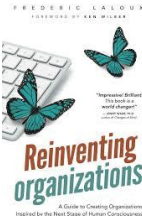


Sturing op winst en targets creëert onvoldoende betrokkenheid.

Empowerment op 'delight customers' of 'shared values' wel!



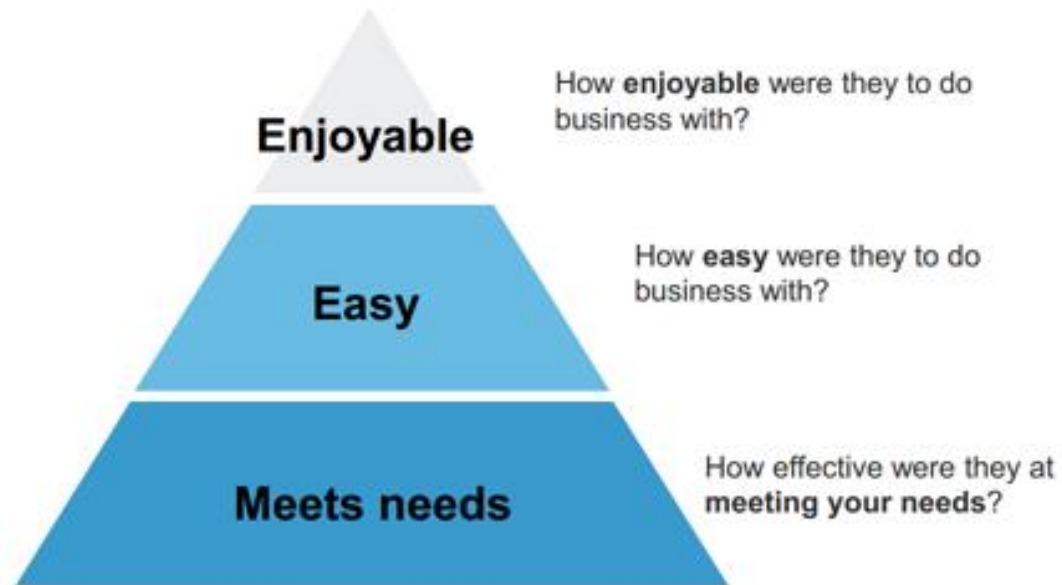
Source: The Service Profit Chain, Heskett



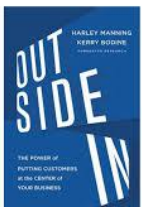
Source: Reinventing Organizations, Frederic Laloux

Visie: focus op een sublieme klantbeleving

“Customer experience is the only sustainable source of competitive advantage”



Klantprocessen Robeco moeten eenvoudiger én gemakkelijker



Source: Outside In, The Customer Experience Pyramid, Manning & Bodine, Forrester Research

Samenvatting visie

- 1. 100% online met nieuwe flexibele technologie**
- 1. Focus op de klant en customer experience**
- 2. Maak dienstverlening persoonlijk én makkelijk**
- 3. Medewerkers meer ruimte en verantwoordelijkheid**
- 1. Continu blijven verbeteren in multidisciplinaire team**

Inhoud

- Aanleiding
- Visie
- **Uitwerking**
- Resultaten

Uitwerking: stevig strategisch fundament

In een multi-disciplinair team, waarin alle afdelingen vertegenwoordigd waren, hebben we keuzes gemaakt t.a.v. onze nieuwe strategie.



Deze 12 punten zijn de leidraad geweest voor alle beslissingen!

Uitwerking: digitale transformatie

- **Reduceer complexiteit - focus**
- **Digitaliseer klantprocessen**
- **Van re-actieve naar pro-actieve service**
- **Gebruik online selfservice: tools, video, webinars, chatbot, FAQ's**



Robeco Quick Course



Alles wat u moet weten over fondsbeleggen, uitgelegd in de korte video's.

[> Ga naar Robeco Quick Course](#)

Beleggingstools



Zelf aan de slag met online hulpmiddelen van Robeco?

[> Neem kijkje bij beleggingstools](#)

Online Seminars



Met online seminars houden wij u op de hoogte van de trends van de toekomst.

[> Bekijk de online seminars](#)

Inloggen Mijn Robeco

E-mailadres onthouden

[Inloggen >](#)

Hulp nodig?

[> Wachtwoord vergeten?](#)

[> Vraag het onze virtuele medewerkster, Rosa](#)

[> Veel gestelde vragen over inloggen](#)

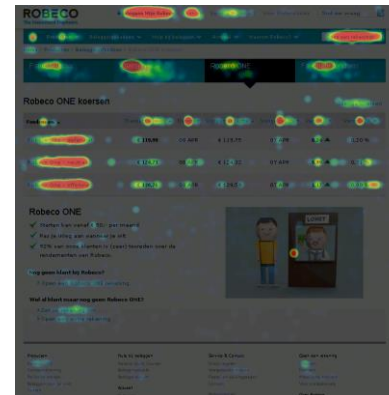


Veelgestelde vragen

- Waar vind ik het klachtenformulier?
- Hoe kan ik contact opnemen met Robeco?
- Wat is Robeco One?

Uitwerking: digitale transformatie met extreme focus op klant

- Marketing, Operations en IT één gezamenlijk doel: klanttevredenheid
- We meten de klanttevredenheid over alle kanalen, zoveel mogelijk!
- Analyses van online klantgedrag => 'Voice of the Customer' rapportage
- De 'Voice of the Customer' rapportage is de belangrijkste change driver



Uitwerking: transformatie van klanten

Robeco moest:

- Aantrekkelijker worden voor jongere doelgroep => introductie campagne
- Zoveel mogelijk bestaande klanten behouden => transitie campagne



**Klik met het
nieuwe Robeco**

VAN HUIS UIT BELEGGEN

Uw persoonlijke actielijst

Ga vóór 15 december 2012 naar www.robeco.nl/nieuw en doorloop uw actiepunten, zodat u goed gebruik kunt blijven maken van uw Robecorekening(en). Bovendien maakt u dan kans op 1 van de 50 iPads.

Uw actiepunten

- Geef uw e-mailadres door (of controleer uw e-mailadres)**
In het nieuwe Mijn Robeco logt u in met uw e-mailadres en wachtwoord.
Zie brochure pagina 5 voor meer informatie.
- Stort voortaan op 30.00.00.014**
Voor al uw stortingen gebruikt u vanaf nu dit centrale Robecorekeningnummer.
Zie brochure pagina 6 voor meer informatie.
- Verkoop uw niet-Robecofondsen voor 14 januari 2013**
Zorg ervoor dat u uw fondsen tijdig verkoopt of inwisselt voor een Robeco-alternatief. Zie brochure pagina 4 voor meer informatie.
- Uw stortingsmix vervalt**
Zet deze eenvoudig om in een incasso-opdracht.
Zie brochure pagina 6 voor meer informatie.
- Uw incassomachtiging vervalt**
Na 4 februari 2013 kunt u zelf een aangepaste incasso instellen.
Zie brochure pagina 6 voor meer informatie.
- Uw periodieke overboeking vervalt**
Deze vervalt na 4 februari 2013. Zie brochure pagina 7 voor meer informatie.

Meneer P. Abcd efghi jklmn opqz stuvw xyz abcd efghi jklmn opz
Ga vóór 15 december 2012 naar www.robeco.nl/nieuw

Uw code: **X6Y8B4R3K1**

Met deze code kunt u overigens niet inloggen op Mijn Robeco.



Uitwerking: transformatie organisatie en mensen

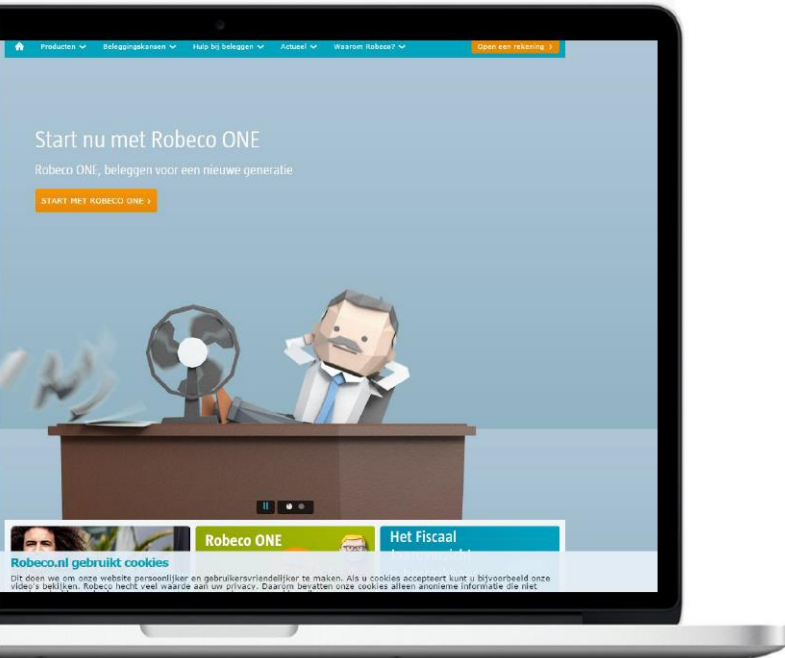
- Digitalisering: sterke afname van eenvoudige klantvragen
- Contact center alleen waardevolle klantcontacten
- Van specialisten naar generalisten
- Hoger niveau medewerkers: meer aandacht voor participatie
- Marketeers van 4 campagnes per jaar naar 'always on'



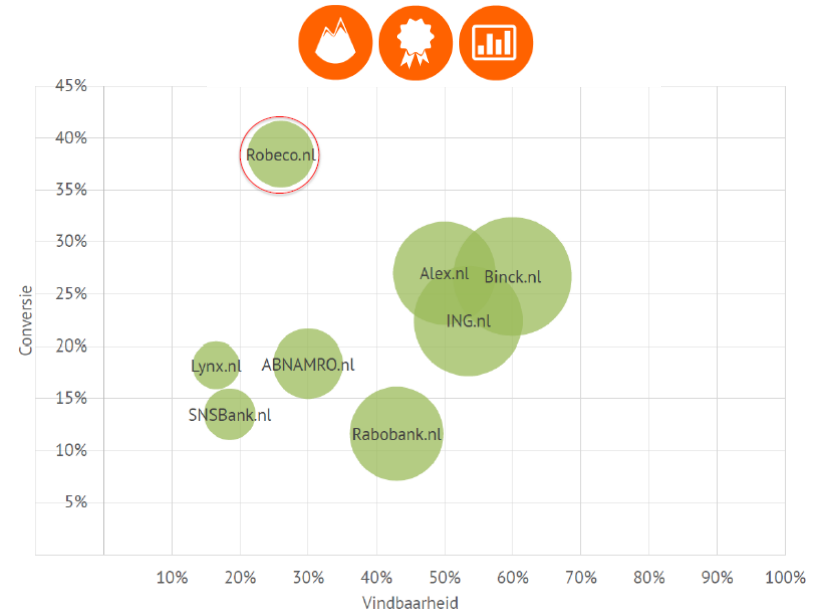
Inhoud

- **Aanleiding**
- **Visie**
- **Uitwerking**
- **Resultaten**

Resultaten: Robeco website winnaar in onafhankelijk onderzoek!



WUA! Web Performance Model®



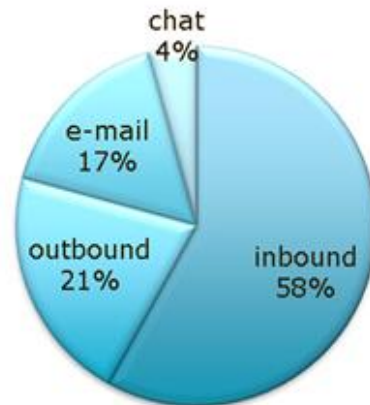
Totaaloordeel

januari 2015		
		Score
1	Robeco.nl	72
2	Alex.nl	69
3	ING.nl	68
4	Binck.nl	67
5	SNSBank.nl	65
6	Rabobank.nl	65
7	ABNAMRO.nl	64
8	Lynx.nl	61

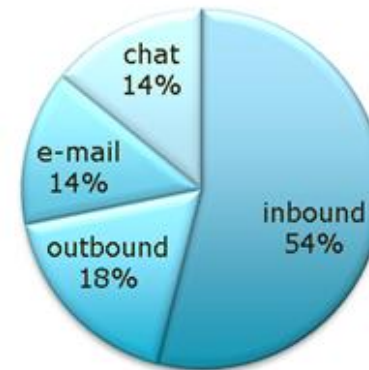


Resultaten: verschuiving in kanalenmix (webhelp vervangt call)

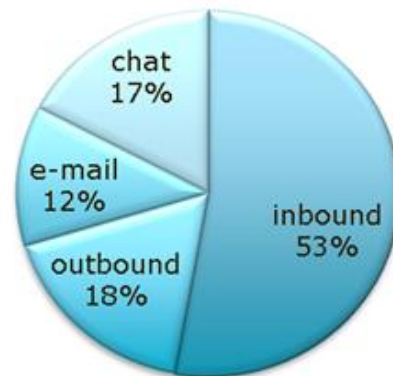
Q2 2013



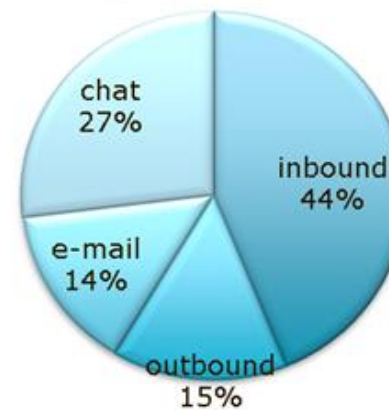
Q4 2013



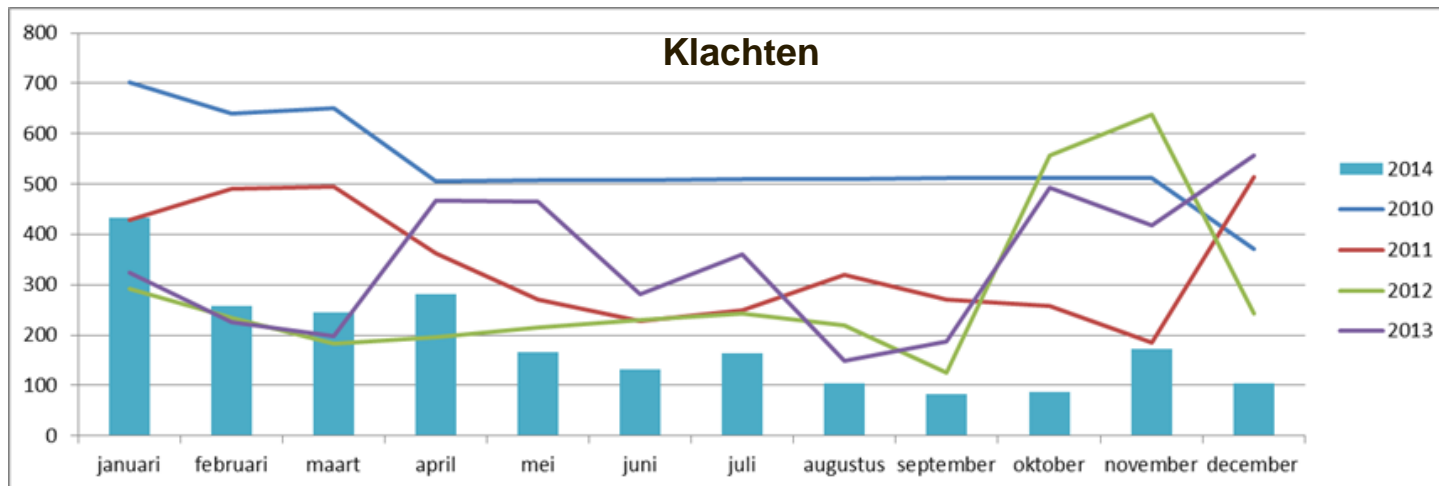
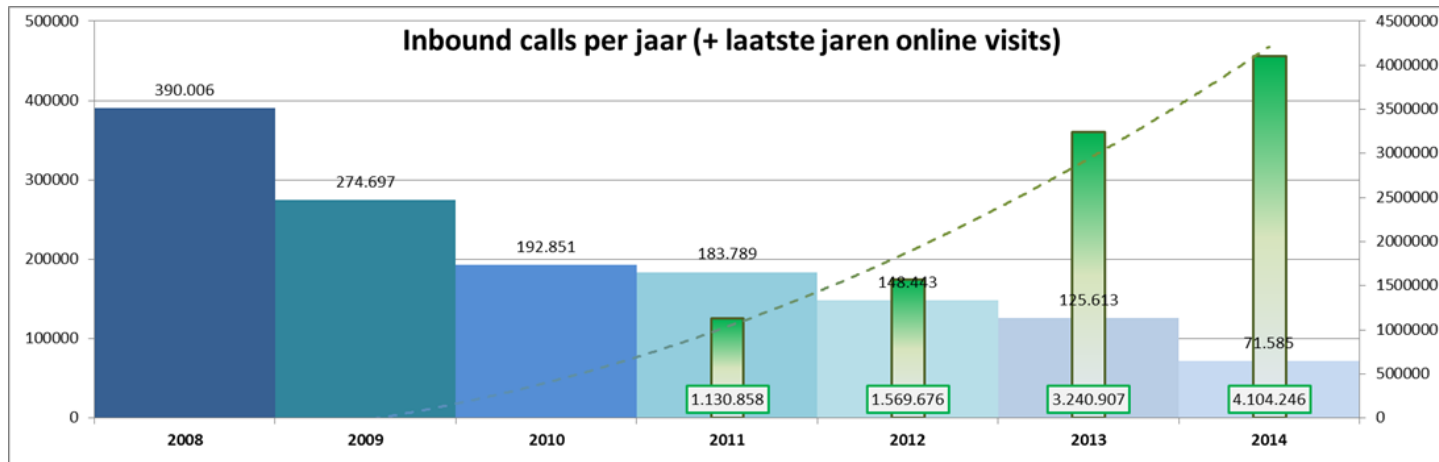
Q2 2014



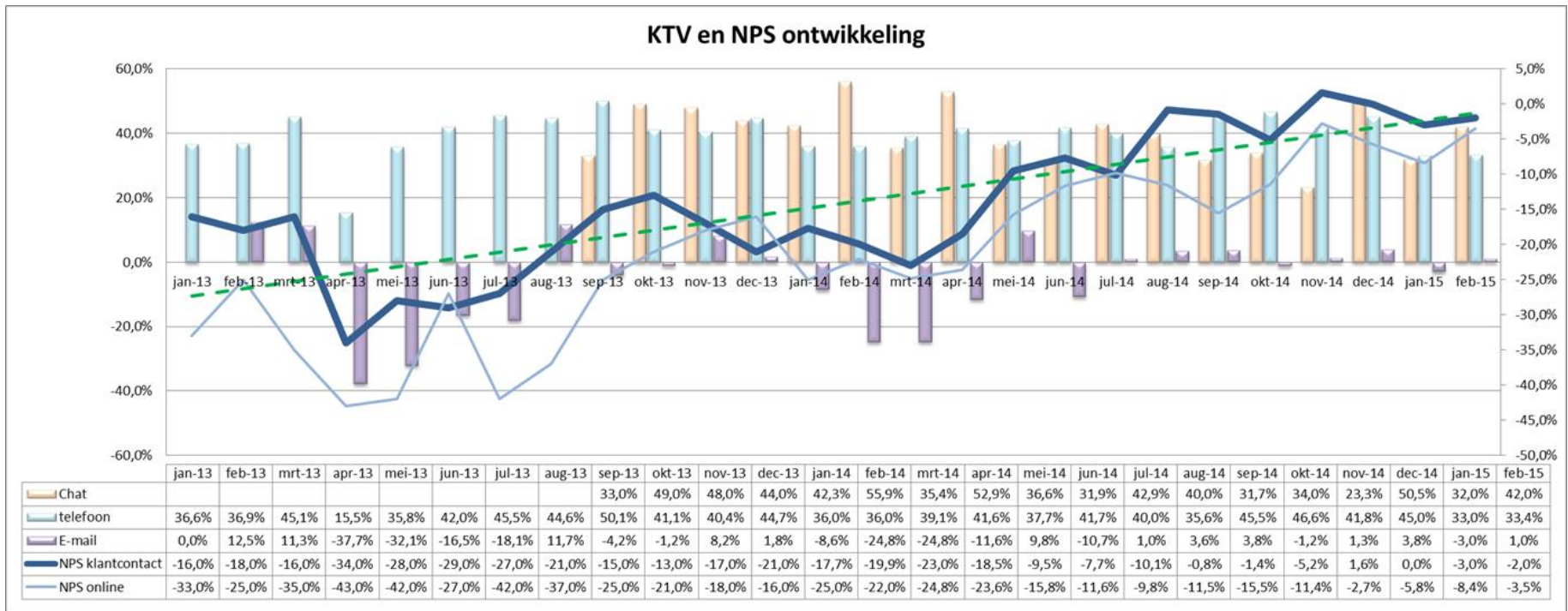
Q4 2014



Resultaten: sterke daling calls, klachten én kosten



Resultaten: sterke stijging klanttevredenheid en NPS



NPS is positief!

Live chat scoort hoogste klanttevredenheid

Resultaten: groei # klanten, beheerd vermogen en opbrengsten

NCCA Award voor beste Customer Service Online



Wij realiseren onze visie: digitale perfectie én persoonlijk!

Beste Irma,

Dank voor je kaartje!

Dit is 'm dus.

Groet,

XXX





Bedankt voor uw aandacht!

Succes door realisatie van een sublieme klantbeleving!

Meer informatie of interesse in een persoonlijke kennismaking?

Bel of e-mail voor een afspraak:

06 - 4605 4604

basil@customeer.nl

<https://nl.linkedin.com/in/basilschoonens>