

PLATFORM VOOR CRM ASSOCIATION NL
KLANTGERICHT
ONDERNEMEN

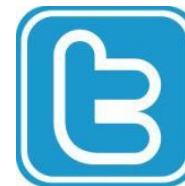
PvKO Mastersessie

Innovatie in Klantbeleving
Stilstaan is geen optie

15 oktober 2014

DialoguesHouse Amsterdam

#pvko
@pvko



Vereniging

- Kennis delen
- Netwerk verrijken
- Inspiratie opdoen
- Praktisch toepasbare tips krijgen voor eigen succes en dat van je organisatie



Activiteiten PvKO

Hoogste waardering:

- | | |
|---|-----|
| 1. Mogelijkheid om bijdrage te leveren aan PvKO | 8,2 |
| 2. Maandelijke PvKO-bijeenkomsten | 8,1 |
| 3. Nieuwsbrief | 7,8 |
| 4. Korting op partner events | 7,8 |
| 5. Kennis en ervaring uitwisselen tijdens bijeenkomsten | 7,7 |

Hoogste Belang:

- | | |
|---|-----|
| 1. Kennis en ervaring uitwisselen tijdens bijeenkomsten | 8,5 |
| 2. Maandelijke PvKO-bijeenkomsten | 8,1 |
| 3. Nieuwsbrief | 8,0 |
| 4. Mogelijkheid om bijdrage te leveren aan PvKO | 7,7 |
| 5. Boardroomsessie | 7,4 |

Grootste aandachtspunt:

Kennis en ervaring uitwisselen tijdens bijeenkomsten

Relationele Feedback

Net Promotor Score

46

50% promotors, 4% detractors

“Zeer belangrijk platform voor BV Nederland. Nederland moet klantgericht. Door de prima presentaties is de toegevoegde waarde van PVKO groot.”

Online aspecten PvKO

Hoogste waardering:

- | | |
|---|-----|
| 1. Beschikbare informatie indien je bent ingelogd | 7,8 |
| 2. Gebruiksgemak | 7,7 |
| 3. Online content | 7,6 |
| 4. De website | 7,5 |

Hoogste Belang:

- | | |
|---|-----|
| 1. Gebruiksgemak | 8,4 |
| 2. Online content | 8,2 |
| 3. Beschikbare informatie indien je bent ingelogd | 8,1 |
| 4. De website | 8,0 |

Grootste aandachtspunt:

Online content

Voorkeur communicatiekanaal met PvKO

1. E-mail
2. Website
3. LinkedIn
4. Twitter
5. SMS/WhatsApp
6. Facebook

Conclusie:

Voorlaatste twee kanalen worden niet gezien als toegevoegde waarde.

Thema's voor 2015



Conclusie:

De klant 'Customer' blijft het belangrijkste thema. Denk hierbij aan Customer Management, Customer Trends en Customer Experience.

Thema's voor 2014

- **Customer Journey & Customer Experience**
- **Klant 2024, trends, futurizing en businessmodellen**
- **Big Data, privacy, cultuur, campagnemanagement, NPS**
- **Social CRM: o.a. gedragsbeïnvloeding, contentmanagement, etc**

Thema's voor 2015

- **Customer Journey & Customer Experience**
- **Klant 2024, trends, futurizing, scenarioplanning, verdien- en businessmodellen**
- **The Customer Metrix, NPS 3.0 en andere klantloyaliteitsmetingen (verdieping)**
- **Change management & cultuur; oa integriteit, leiderschap etc**
- **Technologie/ disruptie**

Kern community

The screenshot displays the 'Kern community' website interface. At the top, the browser address bar shows 'www.pvko.nl/kerncommunity#message=22'. The page header includes the logo 'PLATFORM KLANTGERICHT Ondernemen' and navigation options like 'Alle categorieën', 'Deel jouw:', 'Mededeling', 'Nieuws', 'Kennis-deling', and 'Discussie'. A sidebar on the right lists 'Berichten op kaart', 'Zoek in berichten', 'berichtstypen', and 'Thema's'.

The main content area features a post by 'de Laat, Martien' dated '10 oktober 15:23'. The post title is 'N.a.v. de bijeenkomst van 3-7-2014: Collaborative Consumption, de economie van het delen.' The text includes a link to 'http://www.collaborativeconsumption.com/2014/10/08/collaborative-logistics-ripe-for-disruption/' and mentions 'Rachel Botsman'. Below the post, there is a 'Nieuwe reactie' form with an 'Invoeren' button.

Below the main post, there are two smaller posts:

- By 'Jonasse, Jessica' dated '4 september 15:23' with the title 'Mis CRM in 1 day niet!' and a 'Bijeenkomst' tag.
- By 'Hengeveld, Maricken' dated '24 juli 15:46' with the title 'Discussieer in voorbereiding op de kennissessie van 11 september mee over de stelling: Jongeren worden in toenemende mate immuun voor pushmarketing' and a 'Bijeenkomst' tag.

The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and a system tray with the time '13:33' and date '14-10-2014'.

Programma 2014/ 2015

Datum/Wie	Soort bijeenkomst en thema	Locatie & tijd
Donderdag 6 nov 2014	<i>Van Bricks naar clicks en vice versa</i> De uitdaging om de klant eenzelfde klantbeleving te geven.	Oracle, Utrecht 17.30 – 21.00 uur
Dinsdag 25 nov 2014	<i>Kennissessie met en bij Philips Healthcare</i> De toekomst van de gezondheidszorg: de digitale transformatie waarbij de patient centraal staat.	Philips, Amsterdam 17.30 – 21.00 uur
Woensdag 17 dec 2014	<i>Bijzondere bijeenkomst met eindejaarsborrel</i>	N.t.b. 17.30 – 21.00 uur
Woensdag 14 januari	<i>Inspiration</i>	
Donderdag 12 februari	<i>Kennissessie</i>	
Woensdag 11 maart	<i>Inspiration</i>	

Neem alvast de planning in uw agenda over

Vanavond - Mededelingen

- Evaluatie, presentaties, verslag, foto's (oa Facebook) en PvKO TV
- Contentpaper
- Aankondiging nieuw initiatief



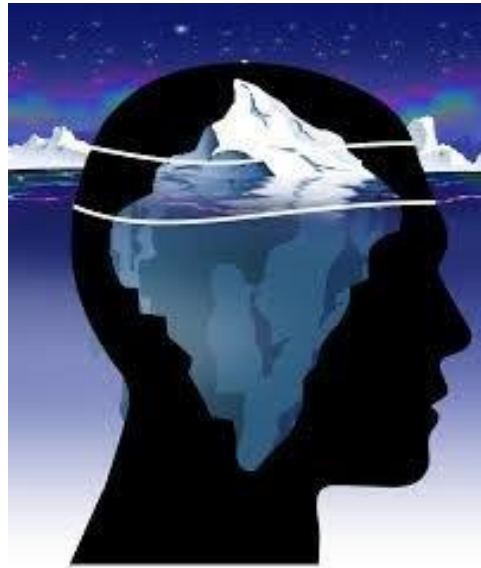
#pvko
@Pvko



Facebook.nl/pvko

Tijd	Agendapunt
17.30	Ontvangst met broodjes
18.30	Welkom Maricken Hengeveld
18.40	Inleiding Lisa Kraft
18.50	Presentatie Lisa Kraft
19.15	Wat vind jij?
19.30	Pauze
20.00	Inleiding Adrian Hoffstaedter
20.05	Presentatie Adrian Hoffstaedter
20.35	Wat vind jij?
21.00	Afronding en aanvang borrel
22.00	Einde

The subconscious mind



Framing is een overtuigingstechniek in communicatie. De techniek bestaat eruit woorden en beelden zo te kiezen, dat daarbij **impliciet** een aantal aspecten van het beschrevene wordt uitgelicht. Deze uitgelichte aspecten helpen om een bepaalde lezing van het beschrevene of een mening daarover te propageren. Zowel in de politiek als in de reclame wordt framing bewust (en onbewust) ingezet.

#	Vraag	Eens/ Oneens
1	Studenten die een tekst hebben gelezen waarin veel beschaafde en vriendelijke woorden voorkomen, durven hun docent minder snel te storen dan lotgenoten die dat niet hebben gedaan	
2	Jonge moeders doen hun mond open zodat de baby dit ook doet en deze een hapje kan nemen	
3	Als je studenten voor het examen aan Einstein laat denken, dan scoren ze slechter	
4	Als je studenten voor het examen aan een voetballer laat denken, dan scoren ze beter	
5	Subliminale communicatie leidt tot verhoogde verkoop (bijvoorbeeld: heel kort in een bioscoopfilm voor de pauze een Coca Cola logo tonen, zonder dat je bewustzijn het beseft)	
6	De effecten van framing duren maar kort (zie bijvoorbeeld onder 1: de tekst met beschaafde en vriendelijke woorden)	



Lisa Krafft; Master student of Marketing and Finance at Maastricht University: Master in International Business.

Zij is cum laude afgestudeerd met een thesis voor een grote (leven-Pensioen) Verzekeraar:

Gender Differences in Attitude towards Pension Communication for
Generation X

How Framing Influences Attitude towards Pension Communication



Gender Differences in Attitude towards Pension Communication

Elisabeth Krafft

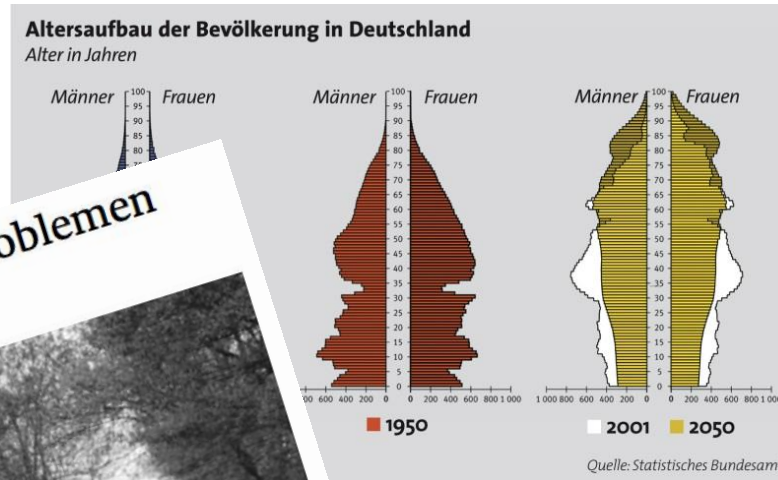
MSc Marketing & Finance



Do you visit "Mijn ABP" or "mijnpensioenoverzicht.nl" ?



Why is this topic important?



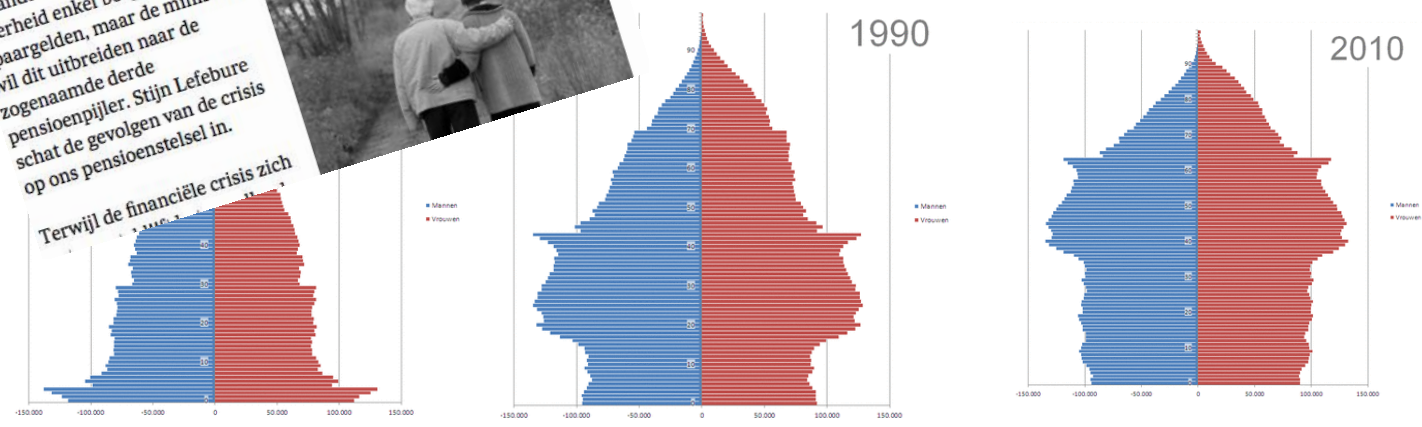
Pensioenen in de problemen

21/10/08, 10u57

Open Vld-minister Karel De Gucht vindt dat de overheid ook het pensioensparen moet garanderen. Nu staat de overheid enkel borg voor spaargelden, maar de minister wil dit uitbreiden naar de zogenaamde derde pensioenpijler. Stijn Lefebure schat de gevolgen van de crisis op ons pensioenstelsel in.



Terwijl de financiële crisis zich



The Marketing & CRM perspective

How to motivate customers to think and engage with a product that is very complex and requires high effort?



Agenda

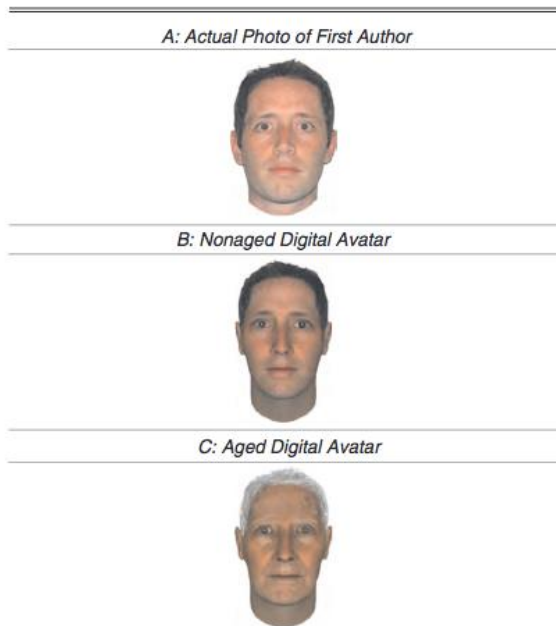
- 1. Gender differences in pension decisions**
- 2. The power of framings**
- 3. Research process**
- 4. Insights**
- 5. Implications for Marketing & CRM**

Gender differences in pension decisions



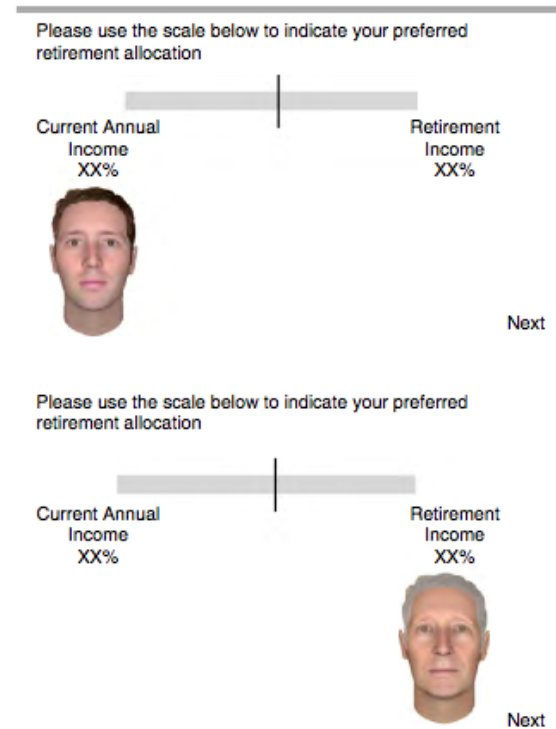
The power of framings

Figure 1
EXAMPLE OF MORPHING PROCEDURE



Hershfield, H., Goldstein, D., Sharpe, W., Fox, J., Yeykelis, L., Carstensen, L., & Bailenson, J. (2011). Increasing Saving Behavior Through Age-Progressed Renderings of the Future Self. *Journal Of Marketing Research (JMR)*, 48, 23-37.

Figure 3
THE CURRENT SELF (TOP) AND FUTURE SELF (BOTTOM)
CONDITIONS OF STUDY 3A



The power of framings

Investment

We wish you a happy 40th Birthday! 40 is a wonderful age. As people say “Life starts at 40”. By and by, it is time to think about your retirement. **Invest** in your future living standard and you will **profit** from an advantageous rate of interest and share of **profit**. We offer an attractive option with positive **capital** development and an **attractive return**. Feel free to contact us!

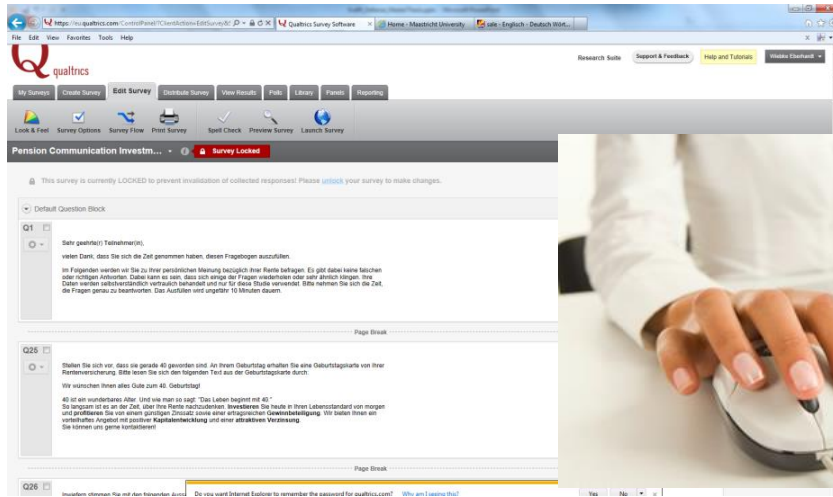
Insurance

We wish you a happy 40th Birthday! 40 is a wonderful age. As people say “Life starts at 40”. By and by, it is time to think about your retirement. **Ensure** your future living standard with a lifelong, **stable** and **guaranteed** pension payout. We guarantee you a **safe** fund with a **solid** rate of interest. Feel free to contact us!

Research process



1. Interviews



2. Online questionnaire

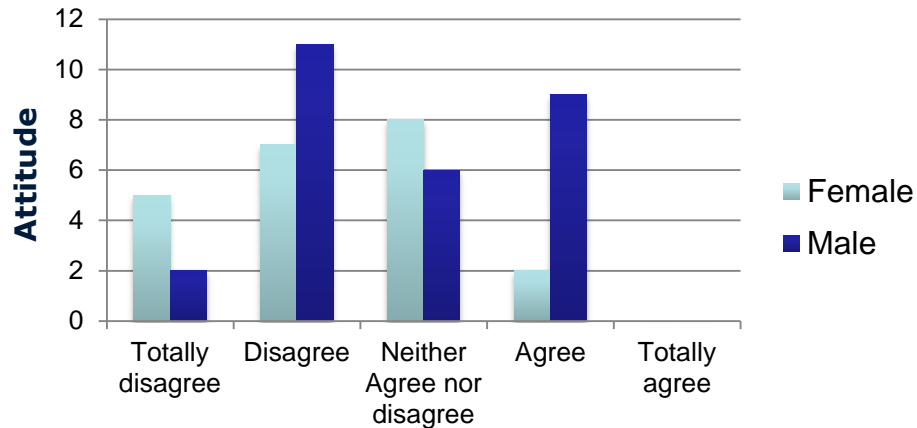
Insights

Women choosing insurance	Women choosing investment	Men choosing insurance	Men choosing investment
3	1	2	4

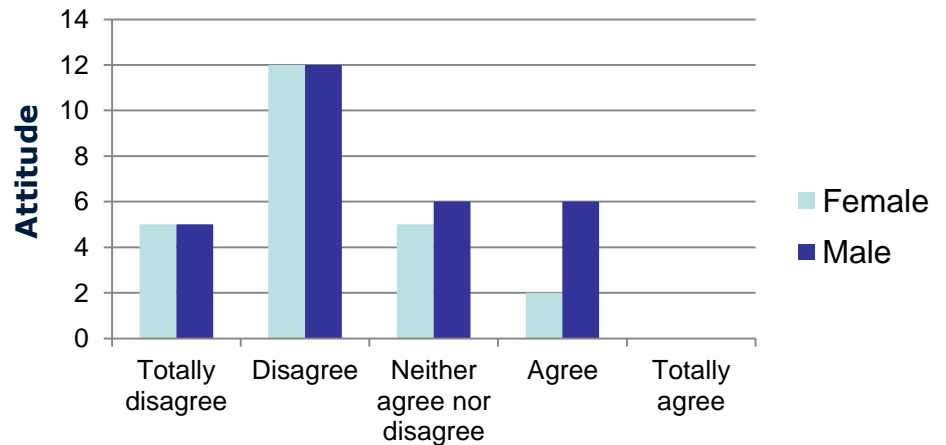
“Solid is down-to-earth. This word in mind, I think about a house.” (female respondent, commenting on Insurance framing)

“At least it gives you the feeling that you take the reins (...). I decide what happens.” (male respondent, commenting on Investment framing)

1. Insight: Men form more positive attitudes about pension communication.

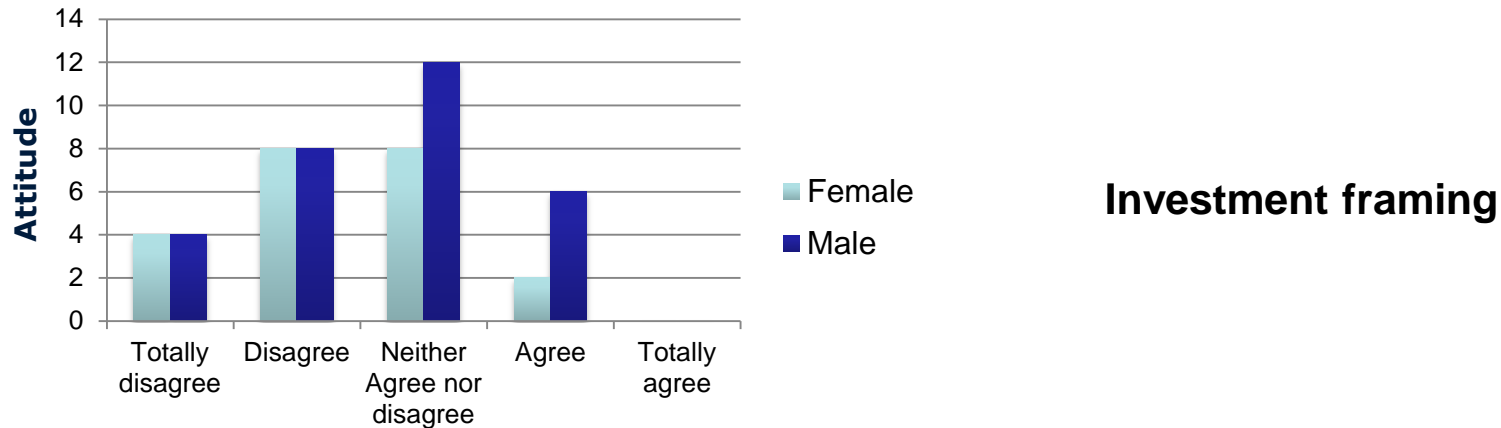


Insurance framing

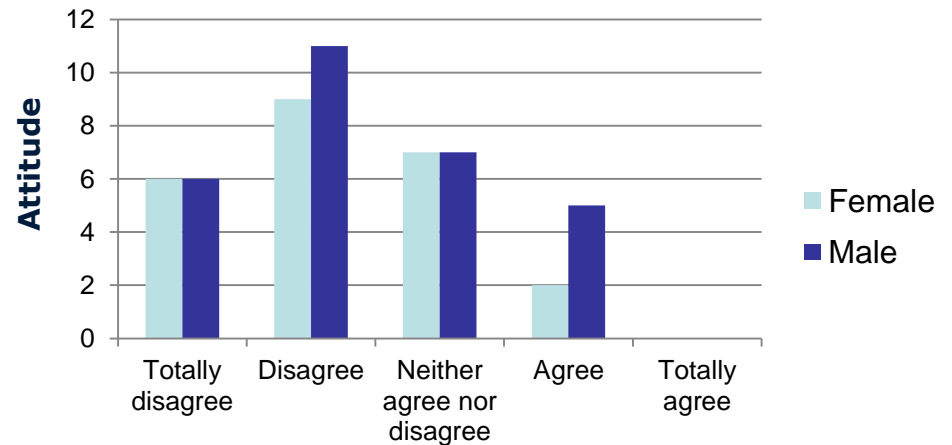


*This pension advertisement is credible.

2. Insight: Men form more positive attitudes with the investment framing.

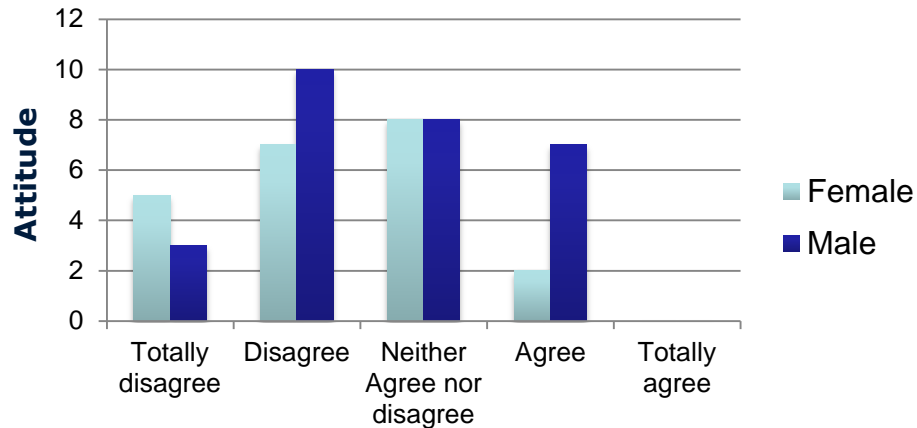


Insurance framing

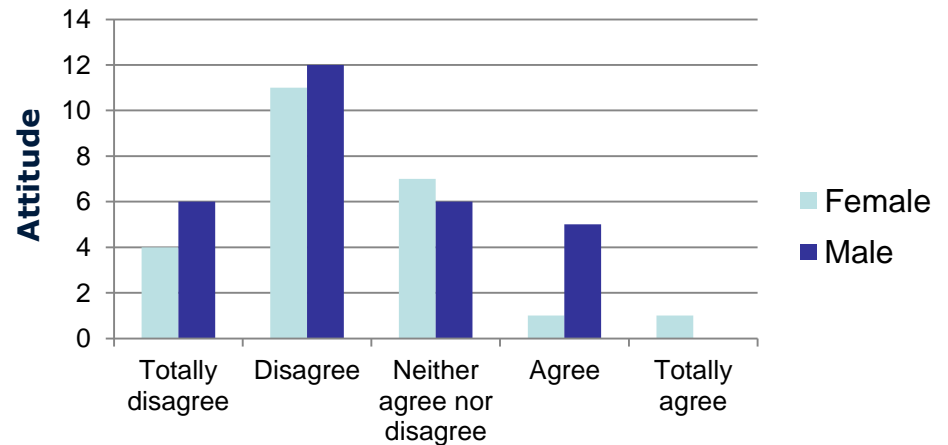


*This pension advertisement is trustworthy.

3. Insight: Within gender groups attitude is polarized more than expected.



Insurance framing



*This pension advertisement is believable.

Implications for Marketing & CRM

Importance of gender differences

Heterogeneous customer base

Low-cost Marketing strategy

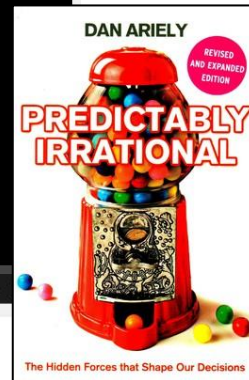
Generation X



Discussion



The Secret to Kicking Procrastination: Reward Yourself



1. Is a positive attitude towards pension information strong enough to imply an impulse for pension investment?
2. Will one message be enough to motivate people to invest in pension provision?
3. What problems might arise if customers are sorted into stereotyped groups?



Hoffstaedter, Adrian

Master student of Strategic Marketing at Maastricht University Adrian Hoffstaedter: University of Maastricht, Masters in International Business.

Hij is cum laude afgestudeerd met een thesis voor een grote Duitse Telecom Aanbieder:

Thank You, You Have a Nice Day, Exploring Uncivil Consumer Behavior Online, Effects on Third Parties and Company Reactions.



Patricia L

Yesterday at 4:04pm · 🌐

HELEMAAAAAAALLLLL KLAAR MET JULLIE! !!! Koude douche word een radar item.... per 3 november geen klant meer van jullie de vlag gaat uithangen. Raar bedrijf dat jullie zijn. ziggo gaat voor service nou die service kan me reed in.



Yvonne

19 hrs · Huizen, Netherlands · 🌐

Ik heb de was gedaan, eten gekookt, gegeten, de hond uitgelaten...MAAR NOG NIET GESPROKEN!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! Ik ga nu maar afwassen. Spreek ik jullie nog voor dat ik ga slapen?.....



Anneke

20 hrs · 🌐

50 minuten in de wacht? ? Goede klantenservice hoor Hoe maak je de mensen kwaad. . !! Best jammer dat je zo behandelt!



Elena

Yesterday at 10:54am · 🌐

I am extremely disappointed with the ZFP verzekering package. 61 euros per month completely wasted as the only 2 times I asked for a service you didn't help. And now I hear it even takes at least 2 WEEKS to cancel this ridiculously expensive and useless insurance.

Like · Comment · Share · 🗨️ 3



Fred

October 1 at 12:42pm · Valkenswaard, Netherlands · 🌐

Ra Ra wat ik gisteren in mijn brievenbus had? Jawel post voor Frans. Hoe is het nu met U? We missen UI En hoe kan het anders weer van dat K..... bedrijf. Wanneer stopt dit? Walgelyk!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Harco Hamels

September 29 at 3:38pm · Edited · 🌐

ben helemaal ziek van dat KLOTE



Erica

October 2 at 9:15pm · 🌐

ziek wordt ik er met gemak van. al zo vaak telefonisch contact gehad over een pakket dat onderweg is en voor de zoveelste keer mrgn wordt geleverd.terwijl we de hd ontvanger al hebben!grrrrrrrrrrr, nog ff. IK WIL EM NIET zorg dat het pakket terug gaat naar jullie



Carin

October 1 at 1:55pm · 🌐

Weer eens gezeur met een te trage internetverbinding en de op website natuurlijk niet mogelijk om in te loggen!!! WAARDELOOS !!!



Marjan

Yesterday at 1:19pm · Amsterdam, Netherlands · 🌐

Ja hoor ze zijn weer bezig!!!! In de prullenbak die troep! Moe word je ervan. Uw ICS creditcard is opgeschort, omdat er een fout is gevonden in uw creditcardinformatie.



Nikki

September 30 at 8:01am · Dubai, United Arab Emirates · 🌐

The most useless bank on the planet!!!!!! I paid my credit card early 7 days ago, 5 working days ago and the money still hasn't cleared from my account to my credit card! Still stuck in the dark ages of banking!!!! Can't wait to get rid of my accounts out of this bank!!!!



Cinne

August 29 · Rotterdam, Netherlands · 🌐

🚪🚪🚪 filiaal aan de Coolsingel in Rotterdam heeft een zeer trage balieservice! Ik sta nu al 45 minuten te wachten in een rij met 14 mensen! Er zijn slecht 2 balies bemand!!!! Wtf!

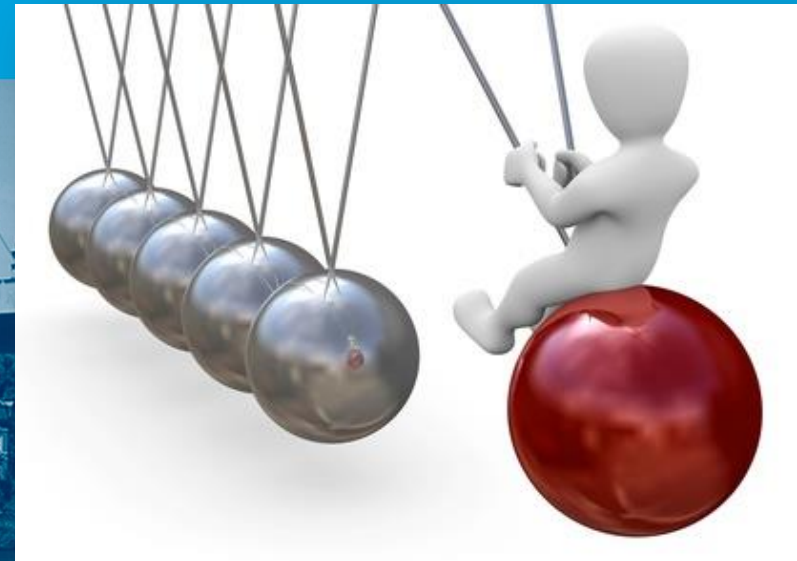


Thank You, You Have a Nice Day

Exploring Uncivil Consumer Behavior Online, Effects on Third Parties and Company Reactions



Adrian Hoffstaedter
MSc Strategic Marketing



Exposure is everywhere



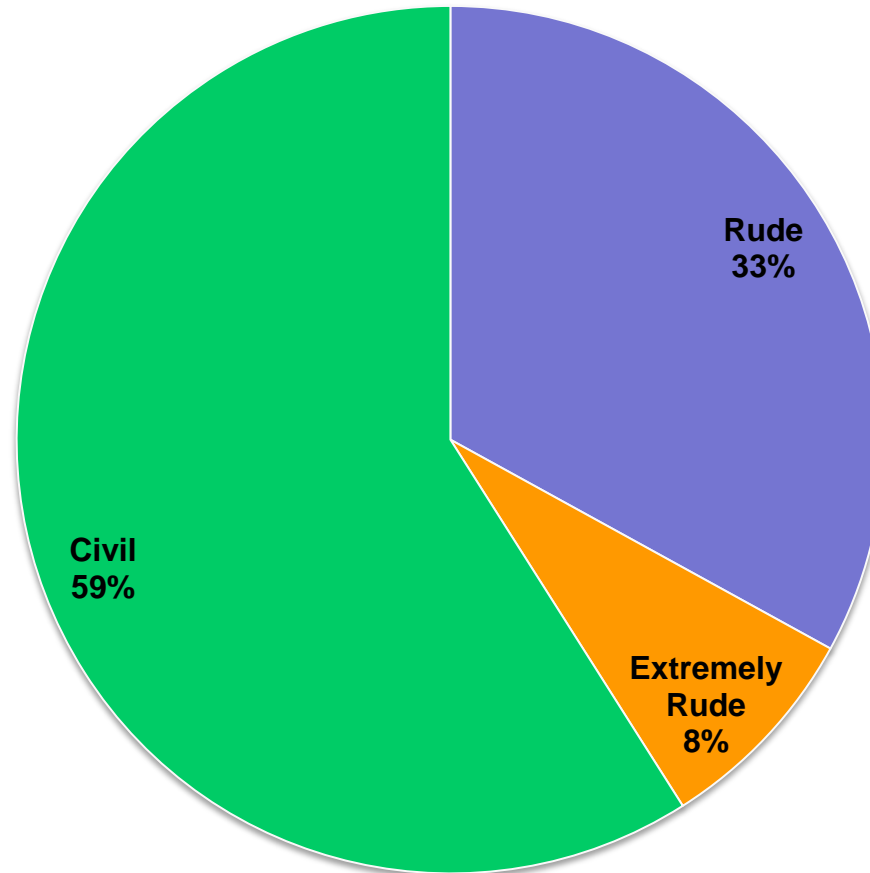
96%



99%

Source: Cortina et al. 2001

Facebook Posts Analysis



Source: Facebook Service Page of major German Telecommunication Company

Focus Question

How can a company best react to online rude consumer behavior?

Rude Behavior Defined

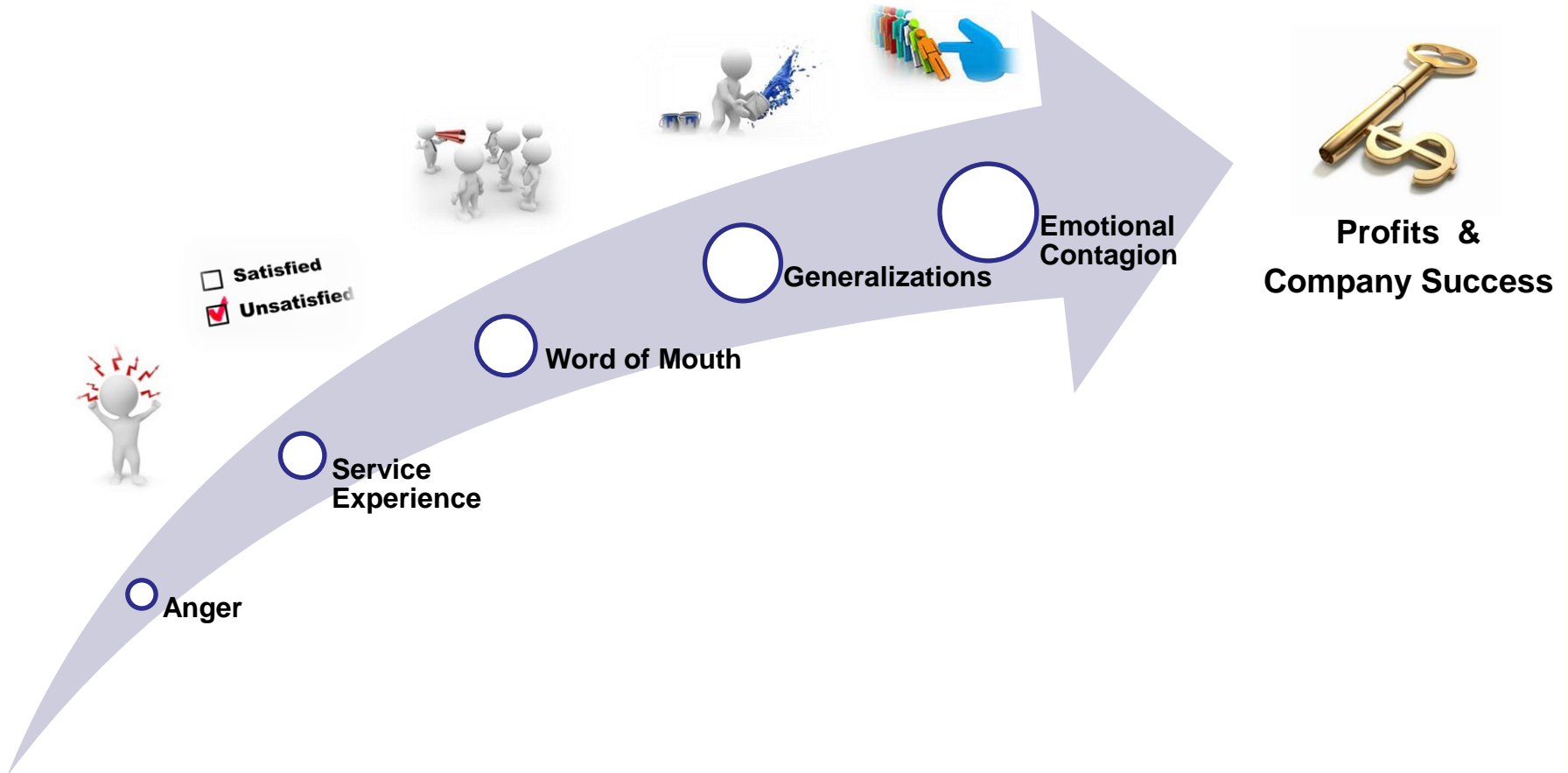
Insensitive, disrespectful behavior,
directed at another person,
that violates generally accepted norms.

Agenda

1. Consequences
2. Model & Method
3. Results
4. Implications
5. Discussion



Indirect Consequences of Rude Behavior



Method



Facebook Company Page

FORTUNE
500

70%



88%

95%



Source: Alexander and Gentry 2014

Customer Feedback Reaction



The screenshot shows a Facebook post by James Smith, who is associated with Phone Company XYZ. The post, made 1 hour ago, expresses frustration about a billing error where a €25 contract resulted in a €50 bill. Below the post is a comment from Phone Company XYZ, which is a reply to the post. The reply, from Laura, is polite and offers to help, suggesting a private message for further assistance.

James Smith ▶ Phone Company XYZ
1 hr · 🌐

Phone Company XYZ SUCKS big time!!!
I have a €25 contract, but my latest bill shows €50!!
Can you explain this shit? This is a pure disappointment!!!
James S.

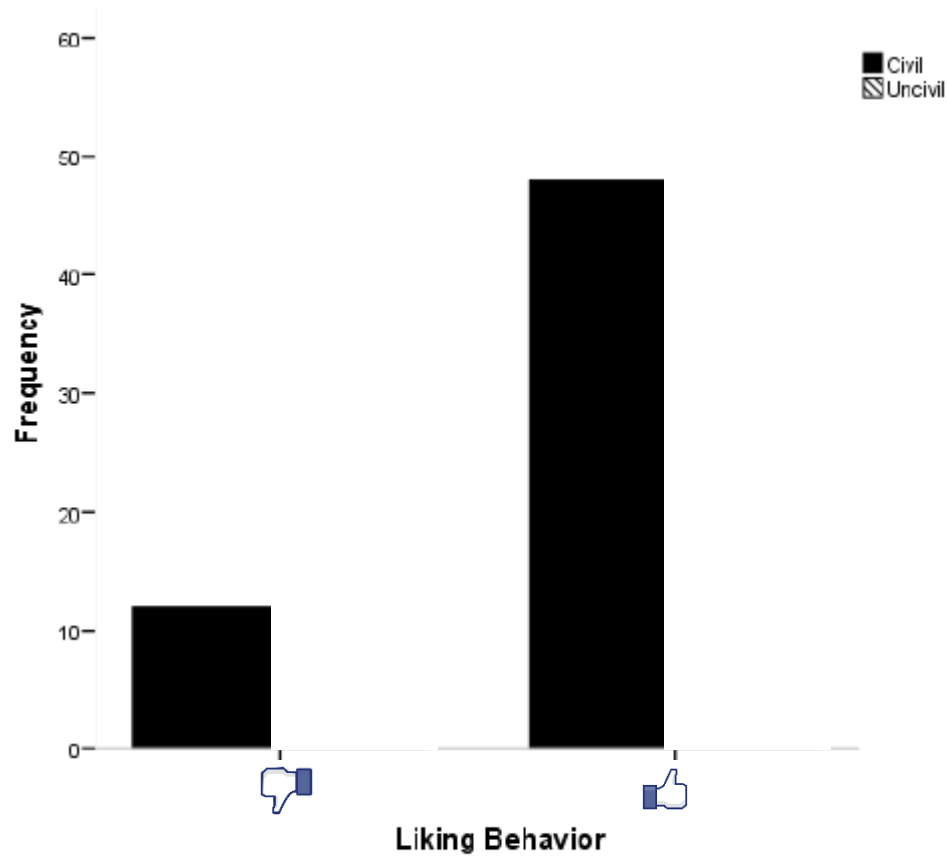
Like · Comment

Phone Company XYZ Hello James,
of course we would like to help you, but please use a proper way of communication.
A co-worker just sent you a personal message with his contact details, so that you can solve this issue together.
Best regards, Laura
Like · Reply · 43 mins

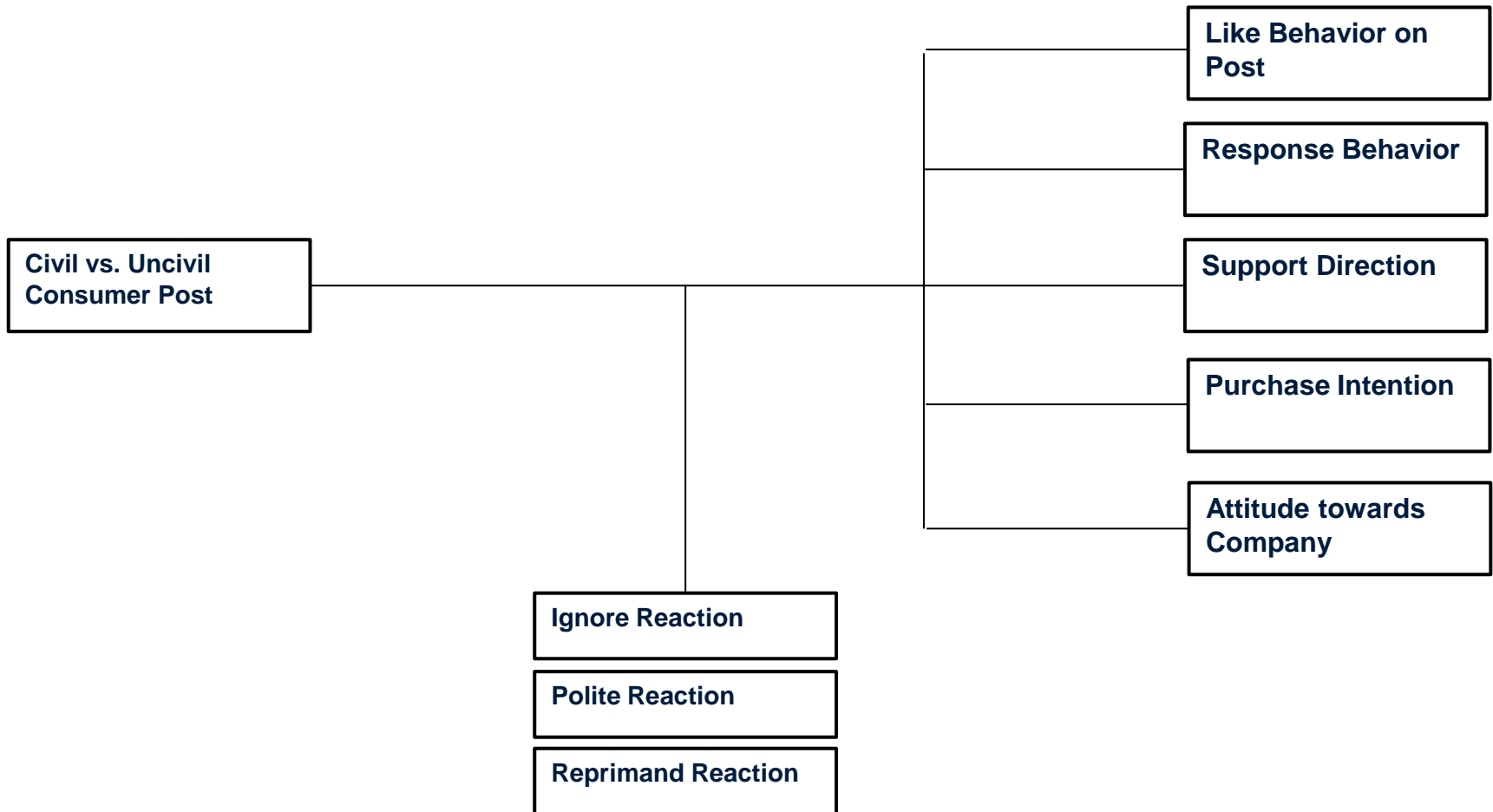
Model



Witnesses Liking Behavior on Consumer Posts



Model



Purchase Intention Measurement

What is the likelihood of you making a mobile phone contract with this company?

Very Unlikely



Very Likely



What is the likelihood for you to become a customer of this company?

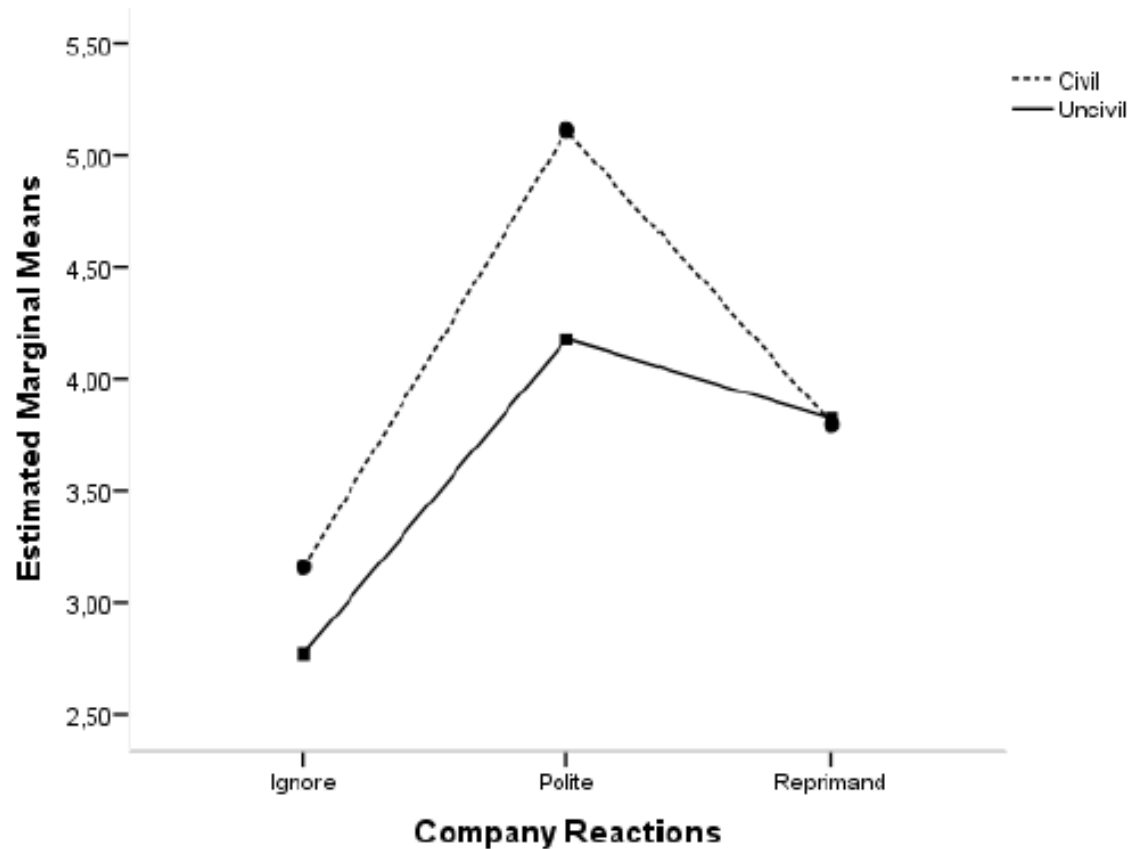
Very Unlikely



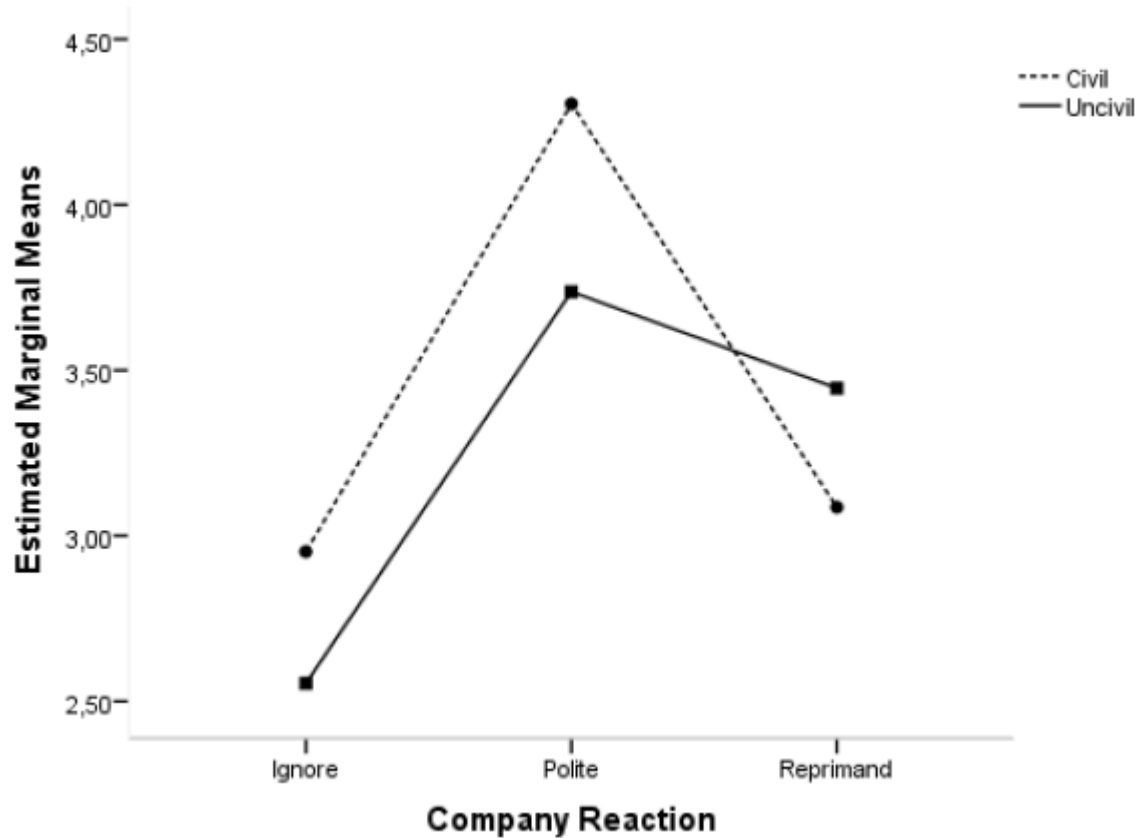
Very Likely



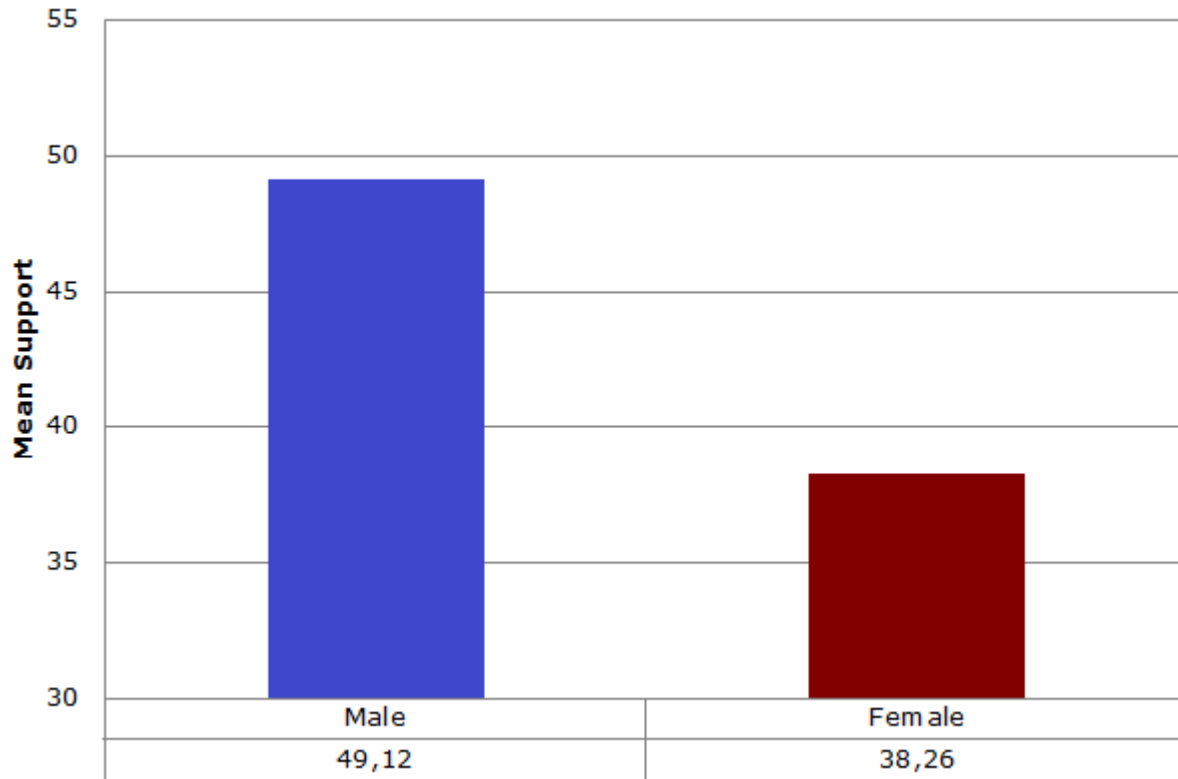
Attitude towards the Company



Purchase Intentions



Support Direction



Implications for Marketing & CRM



COMPANY PERFORMANCE



PROACTIVE REACTION



TRAINING & DATA BASE



AWARENESS



**THANK YOU,
YOU HAVE A NICE DAY**



Discussion



1. “Don’t ever reprimand!” Do you agree?
2. Are the findings applicable for CRM in general or only for telecommunication companies?
3. Are the findings applicable to other channels as well?

Place-holder

Wrap-up