

‘We hebben weer een ambassadeur!’



Auteur: Pieter de Rooij

Hogeschooldocent/onderzoeker bij NHTV en bestuurslid PvKO

17 december 2014 – Tijdens de business game ‘[Klant-erger-je-niet](#)’ op locatie bij NHTV Breda gingen leden van PvKO helemaal los, onder de bezielende leiding van Ron Gubbels en Jos Mittelmeijer van Customer Games. Het doel van de game was om op een speelse wijze inzicht te krijgen in bedrijfsprocessen met als doel het klantcontact te verbeteren en de winst te laten stijgen. Alles draaide hierbij om een fictief reisbureau. Een mooie combinatie van een verzonnen leefwereld, werkelijkheid, story telling en leerprocessen.

Er werden 3 teams geformeerd met aan het hoofd een vestigingsmanager. Elk team bestond verder uit een verkoop binnendienst, verkoop buitendienst en staf (administrateur, marketeer en een data-analist). Uiteraard waren er ook klanten die geïnformeerd werden over hun specifieke rol. De game werd in verschillende rondes (lees: jaren) gespeeld. Het doel van het eerste jaar was gericht op het behalen van voldoende omzet en klanttevredenheid. De medewerkers van het reisbureau waren meteen snel in hun rol. Iedereen had een sterke focus en een flinke motivatie om te scoren. Soms met mooie resultaten, soms teleurstellend. Niet alle klantprocessen waren meteen goed ingericht: een goede strategie ontbrak, het relatiebeheer was vaak reactief, er was geregeld een mismatch tussen de ideeën van de verkopers en de klanten. Tijd voor verbetering na de pauze!



De doelstelling van het tweede jaar was gericht op winst en op het verkrijgen van ambassadeurs. De drie teams gingen aan een verbeteringslag werken:

- Pro-actiever, persoonlijker, en de relatie met de klant uitdiepen
- De interne werkverdeling werd aangescherpt
- Een strategische focus en prioriteitstelling.

Net als in de werkelijkheid. De verbeterslag pakte goed uit! Regelmatig werd er geschreeuwd: 'En weer een ambassadeur erbij'. Samen werd er gevierd en was het gezamenlijke gejuich te horen. Team 1 was uiteindelijk de grote winnaar. Na een zogenaamde reorganisatie, het inzetten van account managers en een medewerkerstevredenheidsonderzoek waren de resultaten geweldig: 77.000 euro winst en maar liefst 5 ambassadeurs! Hoe kan het ook anders met PvKO-leden die van wanten weten.



De game maakte de dagelijkse praktijk erg zichtbaar. Spanningsvelden werden duidelijk benoemd. De samenwerking (of gebrek daaraan) tussen de binnen- en buitendienst, bedrijfsprocessen die niet strak zijn georganiseerd. Zaken die voor PvKO-leden bekend in de oren klinken, maar pas echt helder worden zodra je er onderdeel van uit maakt. Omdat in de game verschillende rollen worden onderscheiden, is het mogelijk om medewerkers die in de binnendienst actief zijn, juist ervaring op te laten doen met de buitendienst, om zodoende de valkuilen te leren kennen en meer begrip te verkrijgen. De game biedt daarmee een stuk bewustwording en vruchtbare grond om verder door te pakken bij veranderprocessen.

Meer informatie of vragen over PvKO? Mail communicatie@pvko.nl