

## **Award winnende bedrijven: de medewerker maakt nog steeds het verschil!**



**When digital becomes human was toch wel de rode draad in de presentaties van de award winnende presentaties in het fraai verbouwde Digital House van ABN AMRO. We zijn hier vanavond te gast om de inspirerende verhalen van de winnaars aan te horen en daar ons voordeel mee te doen in ons eigen aandachtsgebied.**

De eerste spreekster is Floortje Rasenberg van ABN AMRO die de NCCA-award voor hun klantstrategie “Overal en Altijd” heeft gewonnen. De bank is ingesprongen op de mogelijkheden van de toenemende digitalisering en heeft haar klantbediening aangepast naar een mix van digitale en persoonlijke dienstverlening.

Het meest in het oog springende voorbeeld hiervan is het webcam hypotheekadvies dat door klanten wordt beoordeeld met een 9+. Sterke punten zijn de vaste adviseur (met direct telefoonnummer) en de mogelijkheid om te switchen naar telefoon of kantoor indien gewenst. Inmiddels is het advies per webcam ook uitgerold voor alle dagelijkse bankzaken. De sterke pijler onder het succes is de adviseur die uitgebreid getraind is om per webcam zeer persoonlijk te communiceren. ABN AMRO heeft hier een pioniersrol gespeeld in de financiële wereld.

De volgende winnaar die aan het woord kwam was Danja Lekkerkerk van D-Reizen dat is uitgeroepen tot meest klantgericht bedrijf van 2016. Dit nog voor grootmachten zoals BMW en Coolblue!

D-Reizen wil ontzorgen door jouw vakantie slim, snel en gemakkelijk te regelen. Voor 39 euro boekingskosten nemen zij alles uit handen. Een schijntje als je je beseft dat de gemiddelde klant die het zelf regelt in totaal zo’n 70 uur kwijt is! Ook in deze case wordt het verschil gemaakt door de koppeling van een persoonlijke adviseur aan een klant, zowel online als offline. Samen met de keuzevrijheid van de klant qua kanaal plus de mogelijkheid tot kanaalswitch gedurende de klantreis heeft dit geleid tot het winnen van deze prestigieuze prijs!

Na de pauze was het de beurt aan Ceesjan de Vos van Vakmedianet. Zij hebben vorig jaar de DDMA Customer Data Award in de wacht gesleept. Vakmedianet is een B2B uitgeverij die actief is in 56 niches (o.a. bouw, zorg en HRM) met zo'n 1,2 miljoen lezers. Zij leveren informatieproducten voor professionals en zijn het mediakanaal voor B2B-adverteerders.

Contentmarketing is momenteel het snelst groeiende aandachtsgebied. Op basis van deze ontwikkeling heeft Vakmedianet een compleet nieuwe manier van werken ingevoerd. De traditionele zendstrategie is verdwenen, tegenwoordig staan contentcreatie en distributie op basis van klantkennis en klantbehoefte centraal.

Doel is om maximale relevantie te bieden aan zowel lezers als adverteerders door inzichten uit data en content slim te combineren. Dit doet men door kwalitatief goede content, die goed vindbaar is, op het juiste moment in de customer journey aan te bieden. Dit doet men door voortdurend te leren van de customer journey en vervolgens content en timing daarop aan te passen.

Als laatste was de Manager Klantenservice van Ahold Delhaize, Caren Bouwmeester, uit haar "grot" in Zaandam naar Amsterdam gekomen. Zij mag een jaar lang de titel van Manager van het jaar dragen.

Vol passie en enthousiasme vertelde ze dat ze eind 2014 haar lang gewenste droom in vervulling zag gaan toen zij de afdeling klantenservice van AH, Etos en Gall & Gall mocht gaan leiden. De opdracht was op papier kort en eenvoudig: van een 6-je naar een 9.

Caren heeft gezorgd dat de klantenservice symbool staat voor een klantgerichte en lerende organisatie. Dit heeft ze binnen 2 jaar bereikt door onder meer de introductie van het **LOVE**-model: **L**eren van vragen en klachten, snel en goed **O**plossen, effectief klachten **V**oorkomen en vanuit **E**igenaarschap & passie voor de klanten!

Ook hier speelt de medewerker weer een heel belangrijke rol. Door middel van verbeterde sociale skills, een ruimer mandaat en het doorlopend leren en verbeteren o.b.v. klantervaringen zijn zij de sleutel tot het succes gebleken.

De "grot" is inmiddels verlaten en Caren heeft met haar afdeling inmiddels letterlijk en figuurlijk een centrale plek in haar organisatie verworven!



*Auteur: Fons Langedijk, Senior Channel Manager bij ABN AMRO Bank N.V*