

PLATFORM
KLANTGERICHT
ONDERNEMEN

VOOR
CRM ASSOCIATION NL

PvKO Kennissessie

Klantfeedbackmanagement in de Customer Journey

13 mei 2014

VODW, Leusden

#pvko
@pvko



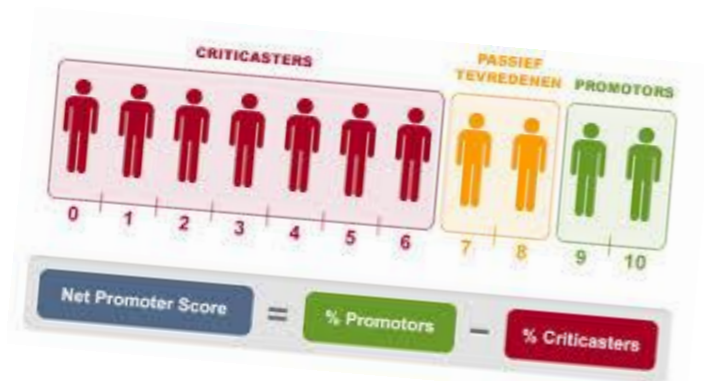
Vereniging

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



Thema's voor 2014

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



Programma 2014

Datum/Wie	Soort bijeenkomst en thema	Locatie & tijd
Dinsdag 13 mei 2014	<i>Kennissessie met Terberg Leasing en Care Autoschade</i> <i>Klantfeedback management in de customer journey</i>	VODW, Leusden 17.30 – 21.00 uur
Donderdag 3 juli 2014	<i>Inspiration met ALV en zomerborrel</i> <i>Nieuwe Trends – Impact op de klant van de toekomst</i>	DialoguesHouse, A'dam 17.30 – 21.00 uur
Donderdag 11 sept. 2014	<i>Kennissessie met praktijkcase</i>	N.t.b. 17.30 – 21.00 uur
Woensdag 15 okt. 2014	<i>PvKO Mastersessie</i>	N.t.b. 17.30 – 21.00 uur
Donderdag 6 nov 2014	<i>Inspiration – Van bricks naar clicks en vice versa</i> <i>Borging van een consistente customer experience</i>	Oracle, Utrecht 17.30 – 21.00 uur
Dinsdag 25 nov 2014	<i>Kennissessie met praktijkcase</i>	N.t.b. 17.30 – 21.00 uur
Woensdag 17 dec 2014	<i>Bijzondere bijeenkomst met eindejaarsborrel</i>	N.t.b. 17.30 – 21.00 uur



Mededelingen

- Evaluatie, presentaties, foto's
- Contentpaper
- Partner Events



Facebook.nl/pvko



FOKKE & SUKKE

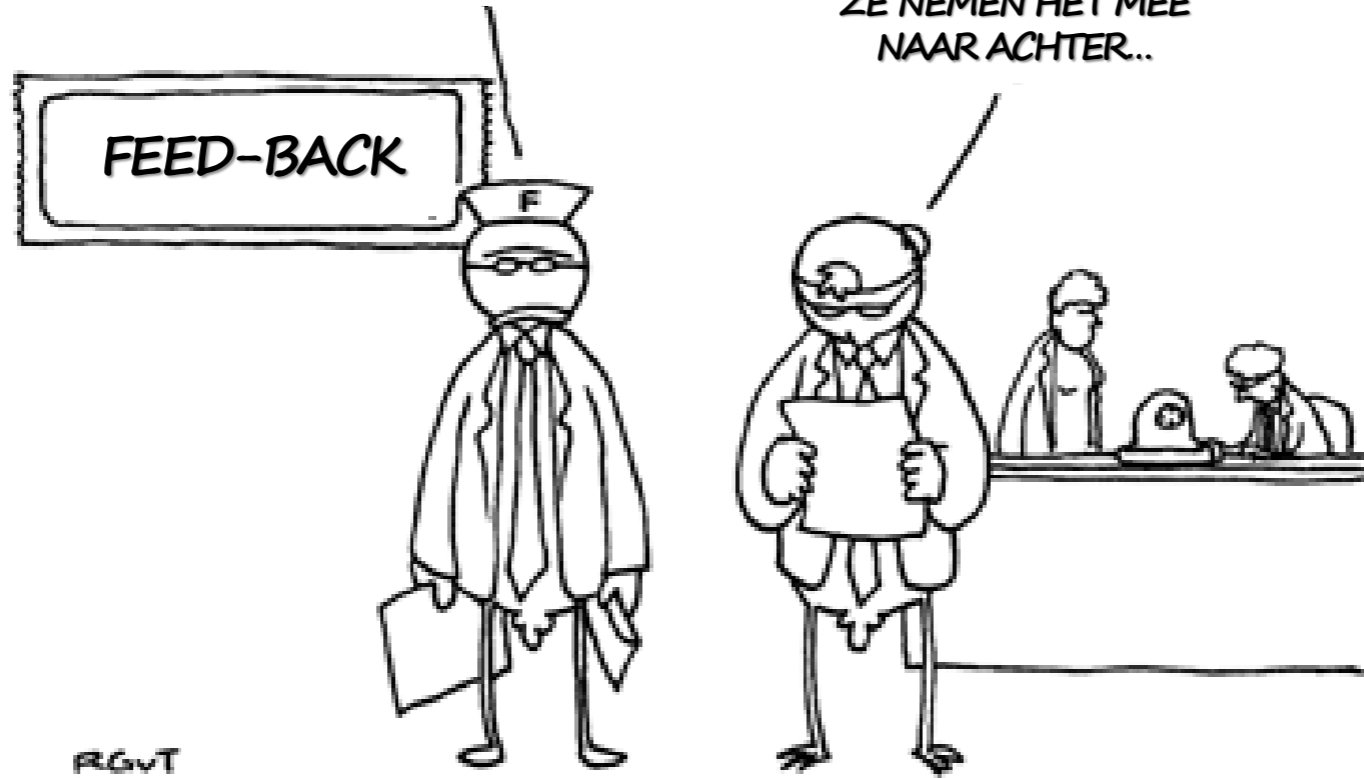
HADDEN EEN GOED IDEE

...Zouden ze er wat
mee doen denk je?

FEED-BACK

ZE NEMEN HET MEE
NAAR ACHTER...

RGvT



Programma vanavond

- 18:30** **Welkom & opening**
Maricken Hengeveld, directeur PvKO
- 18:40** **Inleiding Klantfeedbackmanagement**
Martijn Driessen, Managing Partner Expoints
- 19.15** **Casepresentaties Terberg Leasing & Care Autoschade**
Rogier van Ewijk, Algemeen Directeur Terberg Leasing
Hans Geitenbeek, Directeur Operations, Care Autoschade
- 20.15** **Drankje & groepen van ca. 10 personen**
- 20.40** **Plenaire terugkoppeling en interactie**

21.00



Closed Loop Feedback

binnen de keten!

In samenwerking met...



even kennismaken

Martijn Driessen, geboren 24 juli 1974 in Amsterdam en na wat omzwervingen geland in Nuenen, bij Eindhoven.

Organisatiewetenschappen gestudeerd, Berenschot als eerste werkgever en daarna de praktijk in bij **Carglass**.

In 2008 ANNO1974 B.V. gestart, gevolgd door **Expoints B.V.**

Gedreven, pragmatisch en met gevoel voor humor.

Sport als uitlaatklep, reizen als inspiratie en **klantgericht ondernemen** als grote **passie**.



ons team

Het Expoints-team bestaat uit een hechte groep van **15 enthousiaste specialisten**, pragmatisch en klantgericht. Acht daarvan zijn verantwoordelijk voor de front-office, de andere zeven voor de back-office (beheer en ontwikkeling van ons Expoints-platform).

Daarnaast beschikt Expoints over een **flexibele schil** van specialisten zodat, indien gewenst, razendsnel kan worden opgeschakeld. Immers, urgente kwesties zijn nu eenmaal lastig planbaar...

We kiezen bewust voor een compacte organisatie en dito klantenkring. Dit stelt ons namelijk in staat om (proactief) snel en flexibel **op maat gesneden ondersteuning** te bieden.



onze visie

Gemiddeld 70% van de klanten die een organisatie verliest is “tevreden” over die organisatie (*bron: Harvard Business Review*).

Wij geloven daarom rotsvast in **enthousiaste klanten**.

Dit zijn klanten:

die **loyaal** zijn aan je organisatie, omdat

je hun **verwachtingen** hebt **overtroffen** en

die je daarom **actief aanbevelen** (ambassadeurs zijn).

**YOU
ARE
AWESOME**

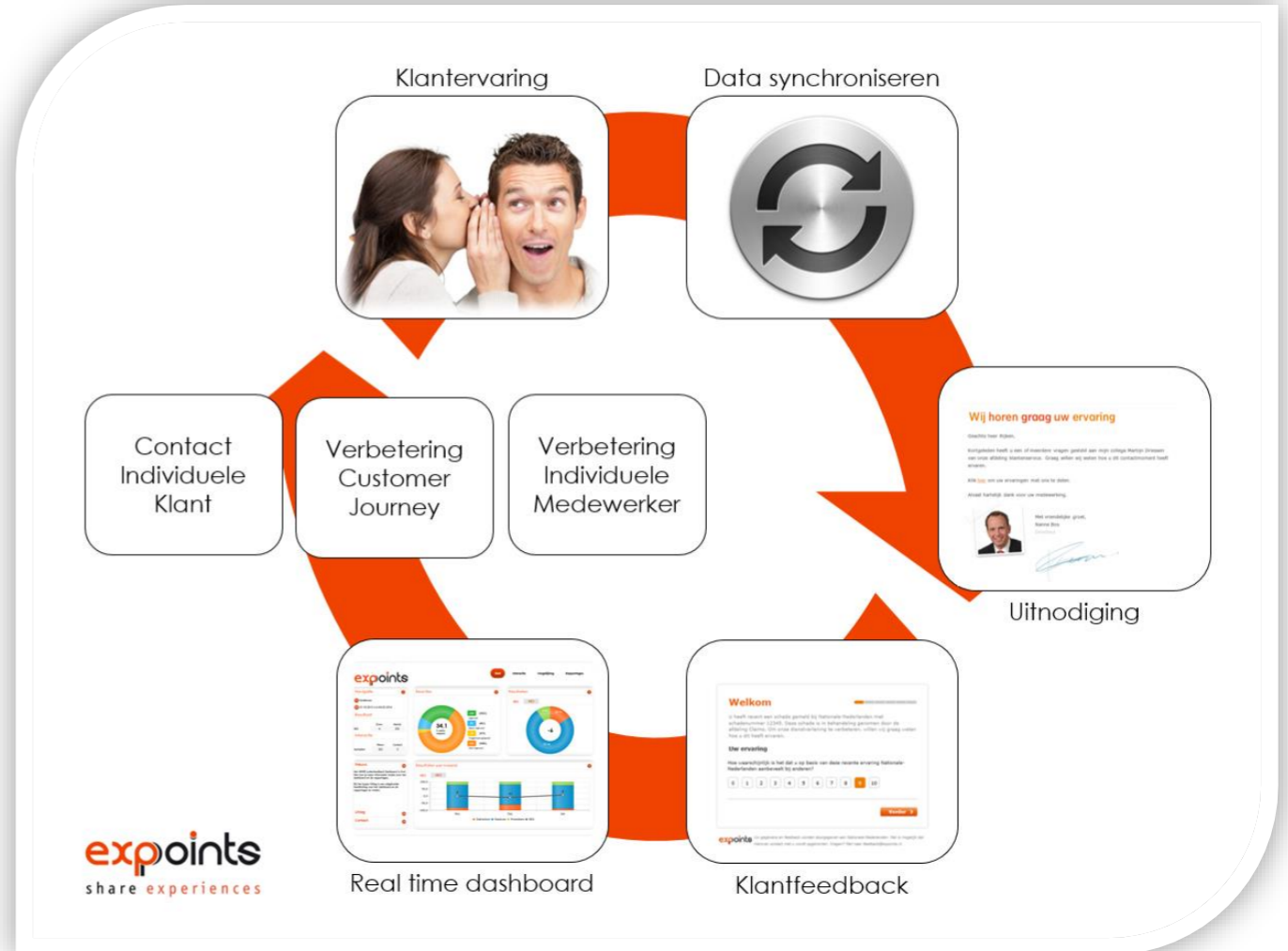


Klantinteractie

Met Expoints stellen we je in staat de **interactie met je klant** aan te gaan, online en 365 dagen per jaar. Hoe ervaart hij je dienstverlening? Wat gaat goed en wat kan beter? Feedback zien we als integraal onderdeel van een **customer journey**.

Closed Loop Feedback is ons gezamenlijk doel. Waarbij wij momenteel 3 niveaus onderscheiden in onze feedback cyclus, te weten:

- De customer journey (klantproces).
- De individuele medewerker.
- De individuele klant.
- ...



closed loop feedback

Closed Loop Feedback, ofwel het sluiten van de feedback cyclus, realiseren we dus door de ontvangen feedback zowel **intern als extern** terug te geven.

Interne focus:

- ❑ Op customer journey niveau
- ❑ Op afdelings-/medewerkerniveau

Externe focus:

- ❑ Op klantniveau
- ❑ op **business partner** niveau

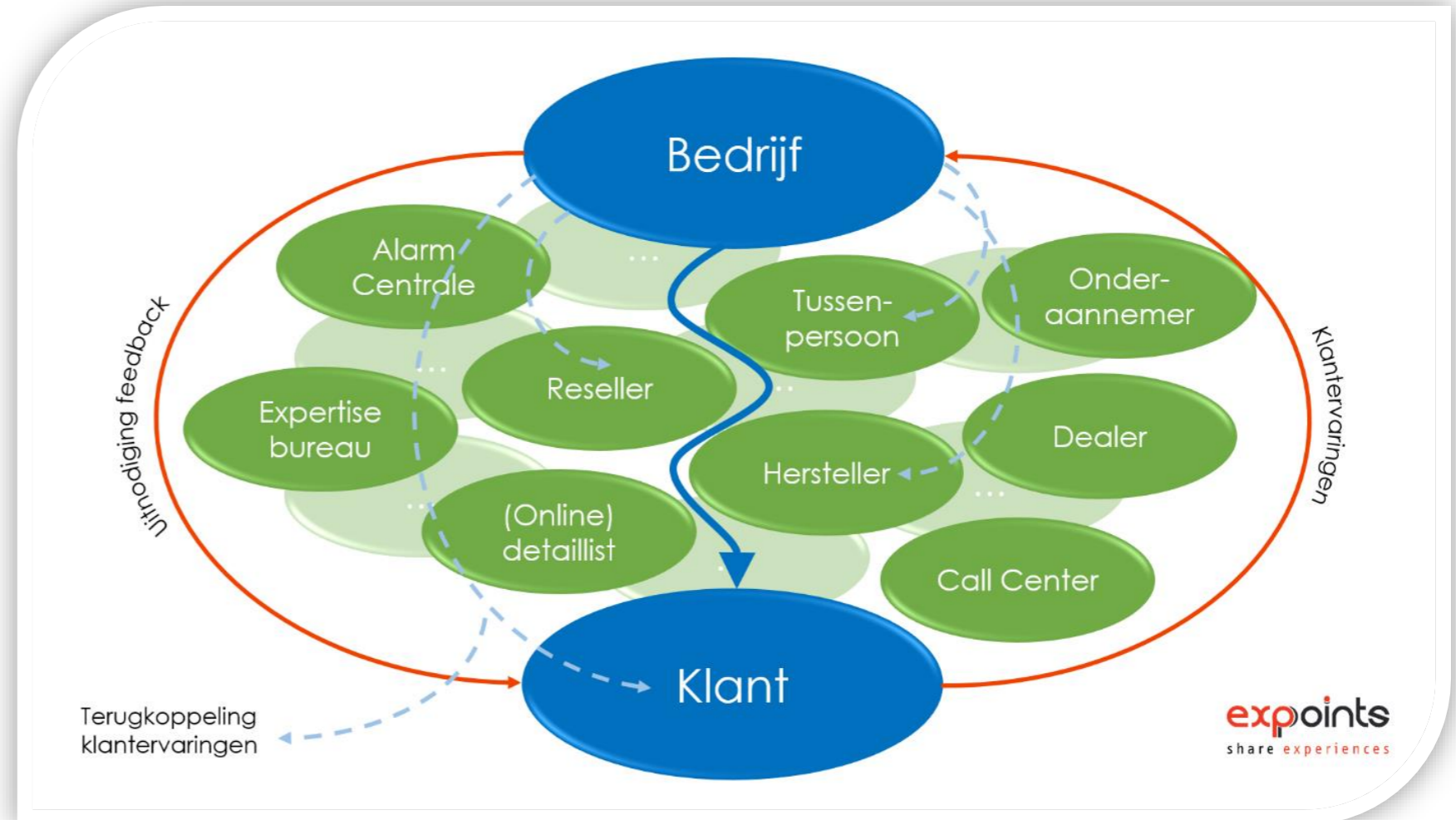
The screenshot displays the Zicht website interface, which is a platform for risk and insurance advisors. The main navigation includes 'Particulier' and 'Zakelijk' tabs, along with a search bar and various menu items like 'Thema's', 'Producten', 'Advies & service', 'Over Zicht', and 'Contact'. The central content area is titled 'Klantwaardering' (Customer Rating) and features a section 'Wat onze klanten vertellen' (What our customers tell us). This section contains several customer reviews, each with a star rating, a name, and a date. The reviews describe various experiences, such as receiving a bonus, dealing with a claim, and receiving a refund. On the right side of the page, there is a sidebar with a search bar for finding contact information, a 'Zoek contact met uw kantoor' (Search contact with your office) section, and a 'Snel naar' (Go quickly to) menu with options like 'Contactformulier', 'Veelgestelde vragen', and 'Afspraak maken'. At the bottom of the sidebar, there is a promotional banner for a newsletter with the text 'Wilt u op de hoogte blijven? Aanmelden nieuwsbrief'.

ketengedachte

Binnen een Customer Journey zijn we, qua klantbeleving en -waardering, in toenemende mate afhankelijk van **business partners**.

We maken dus onderdeel uit van een keten. Vragen we de klant feedback over zijn doorlopen customer journey, dan gaat het automatisch ook over die **keten**.

De feedback is daarmee niet alleen interessant voor ons, maar ook voor onze business partners!



uitdagingen in keten

(Hopelijk) alle partijen binnen een keten willen graag van “hun” klant weten hoe ze de dienstverlening hebben ervaren. Maar wat nu als ze ook allemaal, **ieder voor zich**, de klant om feedback gaan vragen? Toevallig recent op vakantie geweest? Hoeveel feedbackverzoeken heb je ontvangen?

Om teruglopende respons en (belangrijker) onvrede bij de klant te voorkomen is het dus essentieel dat er binnen een keten **duidelijke afspraken** worden gemaakt:

- Wie neemt het voortouw?
- Hoe delen we de klantfeedback?



keteneigenaar vs -regisseur

Op de vraag wie het **voortouw** neemt bij het vragen van feedback redeneren we (onbewust) snel in termen van klanteigenaarschap.

Maar is dit geen ouderwetse gedachte? Immers, geen klant voelt zich “**eigendom**” van en bedrijf... Bovendien is de samenstelling van een keten is steeds lastiger hiërarchisch in te delen.

Moeten we niet op zoek naar een logische **ketenregisseur**? Een partij die, voor en met instemming van de anderen, de feedbackbevraging verzorgt. Dit kan uiteraard een van de bedrijven binnen de keten zijn, maar ook een neutrale derde.



Internet-peiling

Op de PvKO-site legden we de volgende stelling aan jullie voor:

“In de Customer Journey is voor alle partijen sprake van klant-ownership”

Eens: 55%

Oneens: 45%



gedeelde klantkennis

Naast het realiseren van regie in het vragen om feedback, is een tweede uitdaging gelegen in het delen van de klantkennis die zo wordt verkregen. Dit zowel op **individueel als collectief** klantniveau.

Moeten we niet een “platform” creëren waarbinnen we:

- Klantkennis toegankelijk maken en
- Zorgdragen voor het actief onderling delen van kennis en best practices?

Waarbij onderling nadrukkelijk sprake is van een zeker gelijkwaardigheidsbeginsel...



introdunctie

Alvorens onze gezamenlijke vragen aan jullie voor te leggen, eerst een korte introductie van:



Rogier van Ewijk

Algemeen Directeur



Hans Geitenbeek

Directeur Operations



share experiences



Rogier van Ewijk | CEO Terberg Leasing

Dinsdag 13 mei 2014

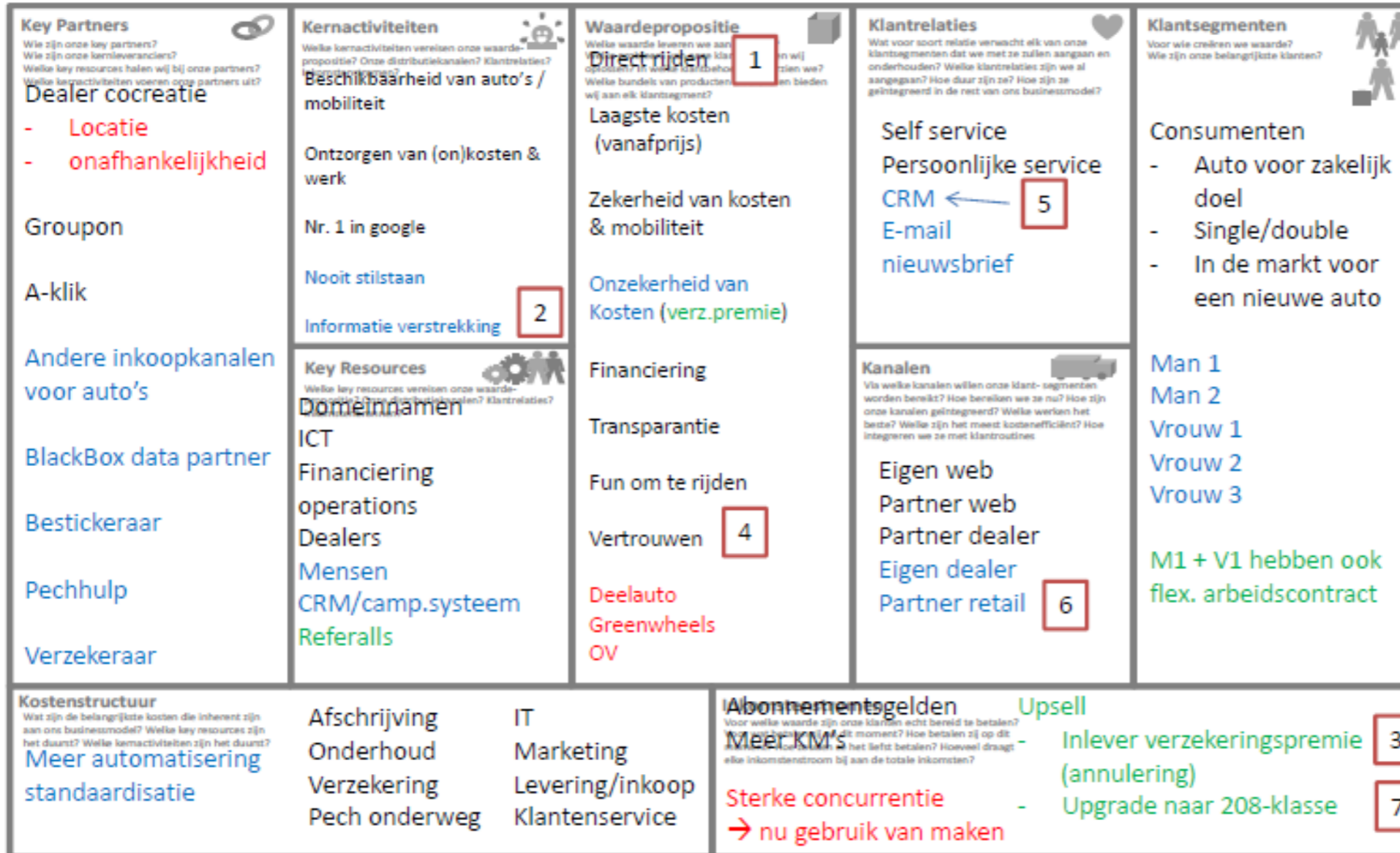
Sinds januari 2012 worden bestuurders, bijvoorbeeld na de aflevering van een nieuwe auto, onderhoud en schade gevraagd naar hun ervaringen.

- 12.000 bestuurders hebben feedback gegeven, mede dankzij een responspercentage van bijna 60%.
- Over de eerste 4 maanden van dit jaar hebben we, obv > 2.500 reacties, overall de volgende cijfers gerealiseerd:
- Net Promotor Score (NPS): 16 (schade: 27)
- Algemene waardering: 7,6

BNS Model Canvas

ZAKELIJKE LEASE

PRIVATE LEASE



Private lease

ZAKELIJKE LEASE

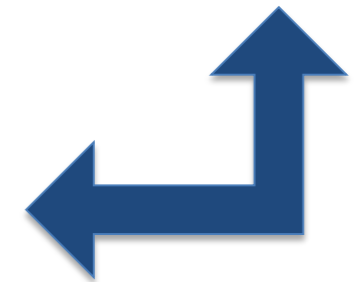
PRIVATE LEASE



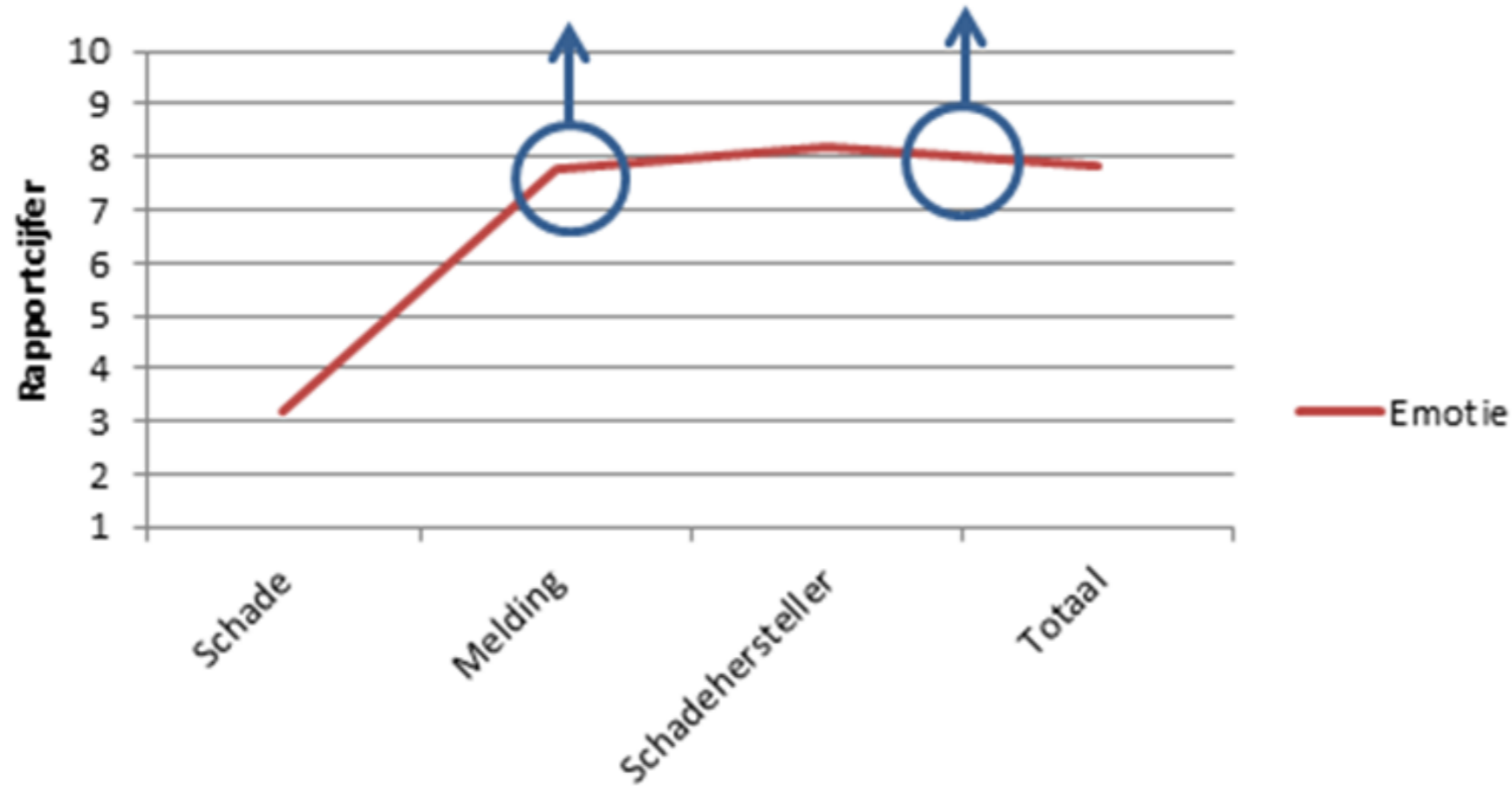
Schade, wat nu?

ZAKELIJKE LEASE

PRIVATE LEASE



Emotiecurve Schadeproces



Wat houdt de klant bezig?

Ik wil geen risico lopen, de perceptie hebben van lage kosten en optimaal ontzorgd worden

Ik haat de verplichting, gebondenheid aan een contract en geen eigendomsgevoel

Leasing maakt mobiliteit (met de auto) toegankelijk en aantrekkelijk...



Voordelen van leasing

- » Leasing biedt zekerheid
"Je bent je risico voor onderhoud en pech kwijt, dat vind ik een prettig gevoel."
- » Ontzorgt
"Echt luxe dit. Ik heb nog nooit een eigen auto in mijn bezit gehad. Dus daar ben ik wel mee verwend. Het is wel echt gedoe als er wat mee gebeurt."
"Je bent ontzorgd. Heerlijk!"
"Ze hebben al een voorselectie gemaakt van de beste modellen"
- » Comfort
"De stoel is lekker, er zit een armléuning in, hij stuurt lekker, het is gewoon een hele fijne auto."
- » Representatief / status
"Ik dacht dus altijd dat ik de looks van een auto niet zo belangrijk vond, maar toch wel."
- » Perceptie van lage kosten (zakelijk leasing)
"Want het is nu mega goedkoop om te rijden. Kost per maand heel weinig, kan je het niet zelf voor doen. Qua benzine enzo."

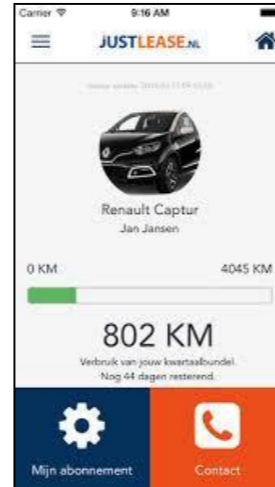
Nadelen van leasing (perceptie)

- » Gebonden aan een contract
"Stel ik zou privé een autorijden en ik zou dit overwegen, maar je verandert van baan. Dan zit je met een lease auto in de maag. Dat zou mij remmen om te leasen."
- » Weggegooid geld
"ik denk omdat er veel geld naar lease gaat, net als een huurhuis. Daar betaal je veel geld aan, en uiteindelijk ga je weer weg en houd je er niks aan over."
- » Duur (private leasing)
- » Afhankelijk van aanbod
"En wel een beetje een fatsoenlijke auto selectie. Niet alleen maar stomme broodkruimels."
- » Onbewuster met mobiliteit omgaan
"Ik pak makkelijk de auto. Dat is geen belemmering. Het scheelt ook wel dat het een lease auto is, dus ik betaal de benzine kosten niet."

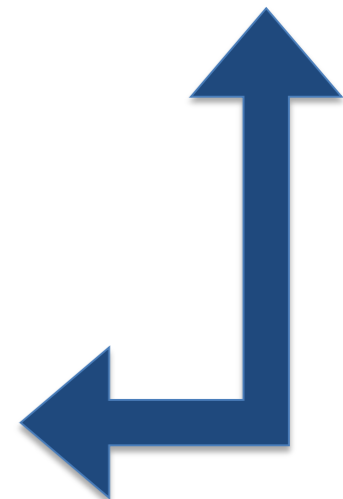


Schade, hoe kan het ook?

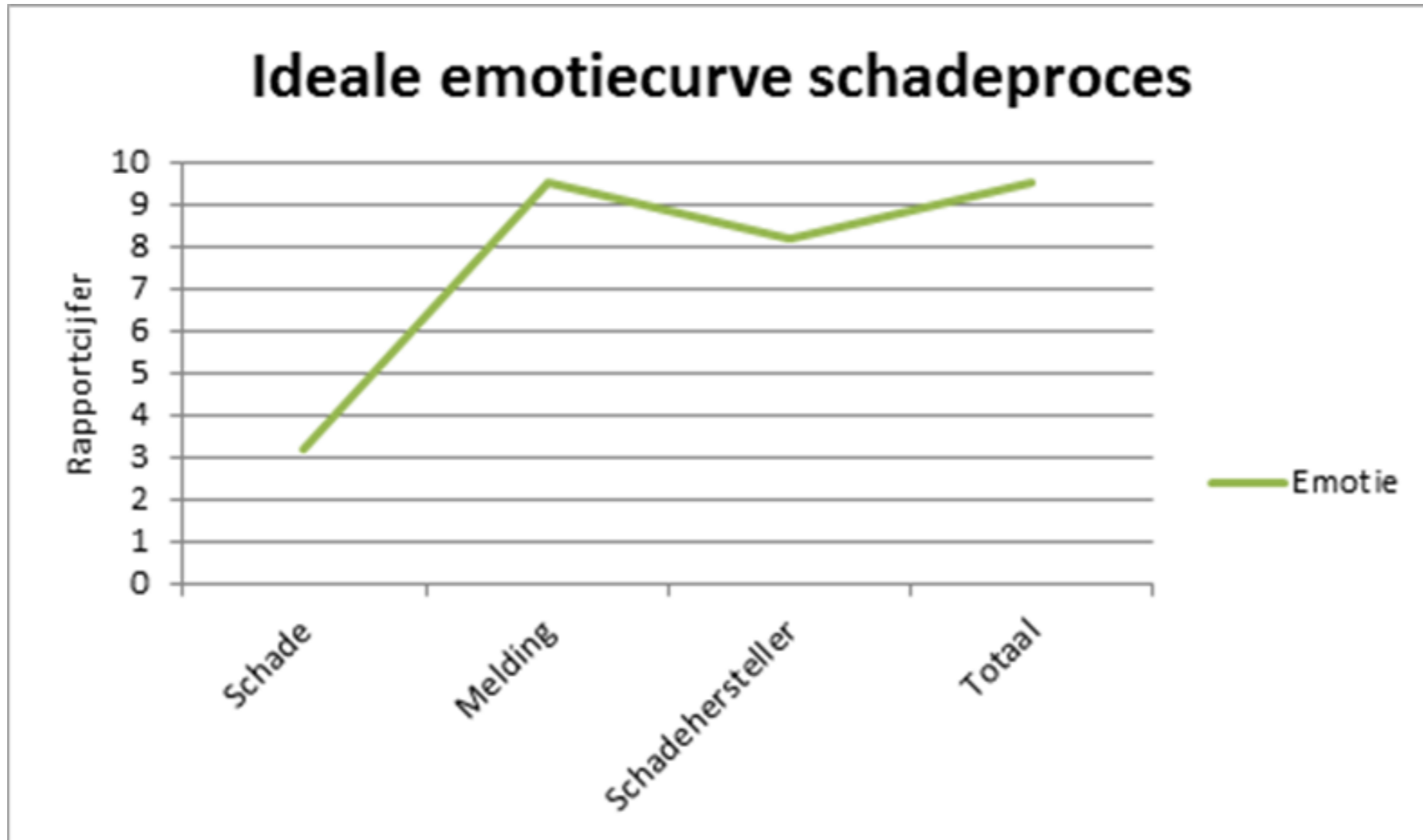
ZAKELIJKE LEASE PRIVATE LEASE



CARE SCHADE SERVICE



9+



Uw wagenpark in goede handen bij Care Autoschade



CARE
AUTOSCHADE

MÉÉR CARE, MINDER ZORGEN

Wie is Care Autoschade? (1/2)

- Ontstaan in 1989, in 2014 25-jarig bestaan
- Vestigingen in eigendom
- Centraal hoofdkantoor
- 57 vestigingen in Nederland, 15 vestigingen in België en 1 vestiging in Luxemburg (2014)
 - 1.100 medewerkers
 - 140.000 reparaties per jaar



Wie is Care Autoschade? (2/2)

- Werkt voor alle grote lease- en verzekeringsmaatschappijen in Nederland
- Alle Schadegarant vestigingen van Care Autoschade hebben A of B rating



Missie, visie en kernwaarden

**Excellente
service**

Altijd Dichtbij

Missie:
Gedreven door innovatie en hoge klanttevredenheid ontzorgt Care Autoschade haar klanten volledig door vakkundig schadeherstel en excellente dienstverlening.

Visie:
Care Autoschade is als beste en toonaangevende dienstverlener altijd dichtbij en de logische keuze voor schadeherstel. Wij werken uniform en efficiënt.

**Innovatief en
efficiënt**

Betrouwbaar

Full service aanbod (1/2)

- Enige schadeherstelbedrijf met 57 vestigingen in eigendom, verspreid door heel Nederland
- Zeer flexibel; bij drukte mogelijkheid tot uitbesteden aan collega-vestiging
- Stationair Producteren (StP) units; binnen 1 dag herstel van kleine schades
- Care Customer Contact Center, 24/7 bereikbaar
- Levenslange garantie op herstel
- One stop shopping voor schadeherstel, autoruitherstel en bedrijfsauto bestickering



Full service aanbod (2/2)

- Mobiliteitsgarantie, altijd direct A & B label vervangend vervoer beschikbaar
- Haal- en brengservice
- Iedere auto wordt van binnen en buiten schoon gemaakt
- Parkeervergunning service
- Gemak: één bedrijf, één aanspreekpunt
- Tune by Care
 - online schade melden
 - realtime schade volgen
 - Up-to-date managementinformatie



Units Stationair Produceren (StP)

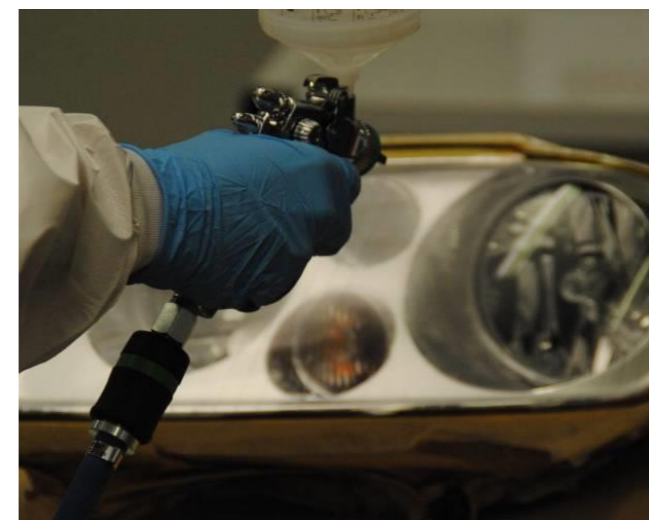
- Één medewerker werkt op één plek aan de volledige schade
- Lagere kosten door efficiënt werken en geringe demontage
- Kortere doorlooptijd, dus snel weer onderweg
- Doorgaans reparatie gereed binnen 1 dag



Care Autoschade is koploper in de schadeherstelmarkt op het gebied van Innovatie en Techniek.

Een aantal voorbeelden:

- Stationair Produceren (StP)
- CareTech in Zwolle; speciale vestiging voor complexe schades en testcentrum voor nieuwe technieken
- Kosten- en milieubesparende reparatietechnieken
 - verf verbruiksmonitor
 - innovatief kunststofherstel
 - koplampherstel
- Autoruitreparatie
- Stickerfix
- Aluminium reparatie



Care Green

- Milieuscan en -certificaat Auto Recycling Nederland (ARN)
- Nieuw- en verbouw zo energiezuinig mogelijk
- Implementatie van verf verbruiksmonitoren
- Optimale scheiding, opslag en afvoer
- Maximaal groen vervoer
- Aangesloten bij de stichting Duurzaam Repareren
- Kortom: duurzaam herstel van uw wagenpark



**Wij spuiten
alle auto's
groen**



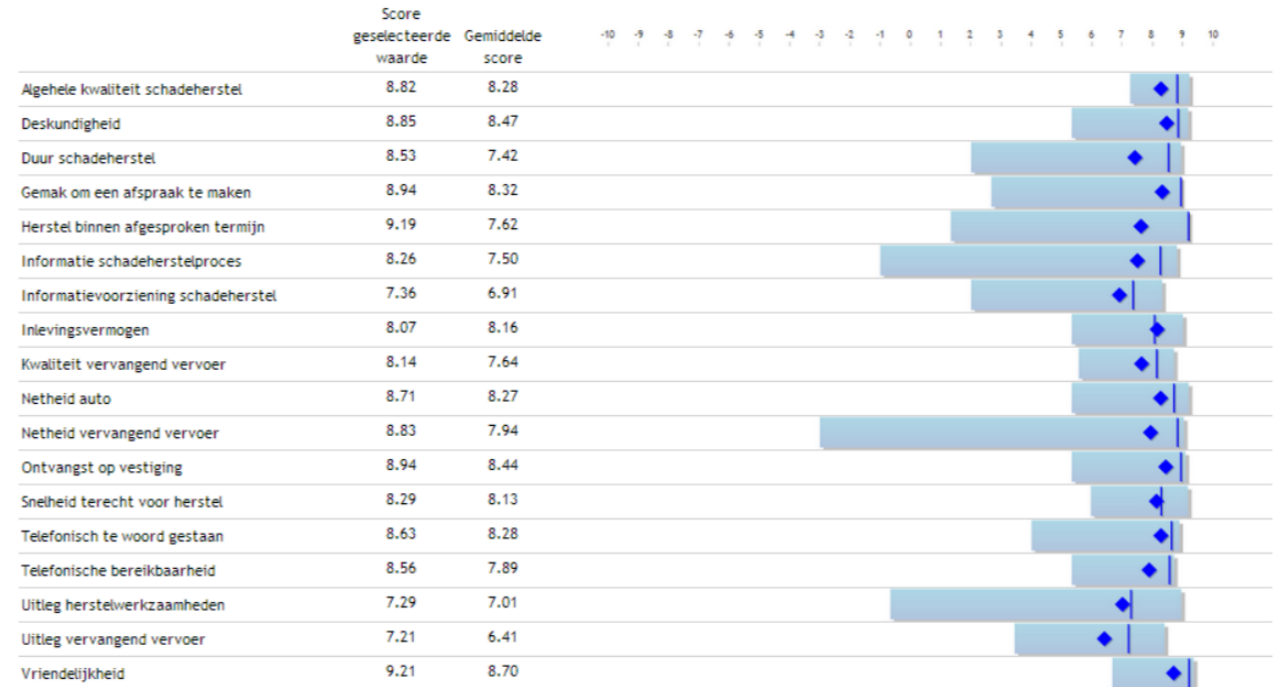
Berijderswaardering

- Centrale klantendesk
- Feedbacksysteem, eerst in eigen beheer daarna ism Expoints
 - Klantwaarderingcijfer van 8,3
 - NPS overall van 31 (dit jaar, obv > 3.000 reacties)



Verbetertrajecten

- Echter de NPS-scores per segment variëren sterk, hetgeen de noodzaak tot een differentiatie in service lijkt te onderstrepen:
 - NPS Lease: 25
 - NPS Verzekerd: 37
- Naast NPS ook de Customer Effort Score (CES) als belangrijke indicator.
- Om intern verbeterpotentieel te benutten wordt de spreiding gemonitord en kampioenen gesignaleerd en als best practice benut.



Persoonlijke note van de klant

“Prima service, correcte benadering, snel, geen wachttijden en zeer goede after sales (auto zelfs van binnen schoon na herstelwerkzaamheden), ga zo door!”

16 april 2014, dhr. Mulder

“Ik kreeg een vervangende auto en moest vrijwel direct naar Duitsland. Daar is een milieustikker (die hoort bij de auto/kenteken) nodig waardoor je zonder bekeuringsgevaar de binnensteden in mag. Het zou mooi zijn als dat al bij de vervangende auto zou zitten; nu heb ik dat in Trier zelf moeten opzoeken en regelen bij TÜV.”

12 mei 2014, dhr. Nichting



lease-keten

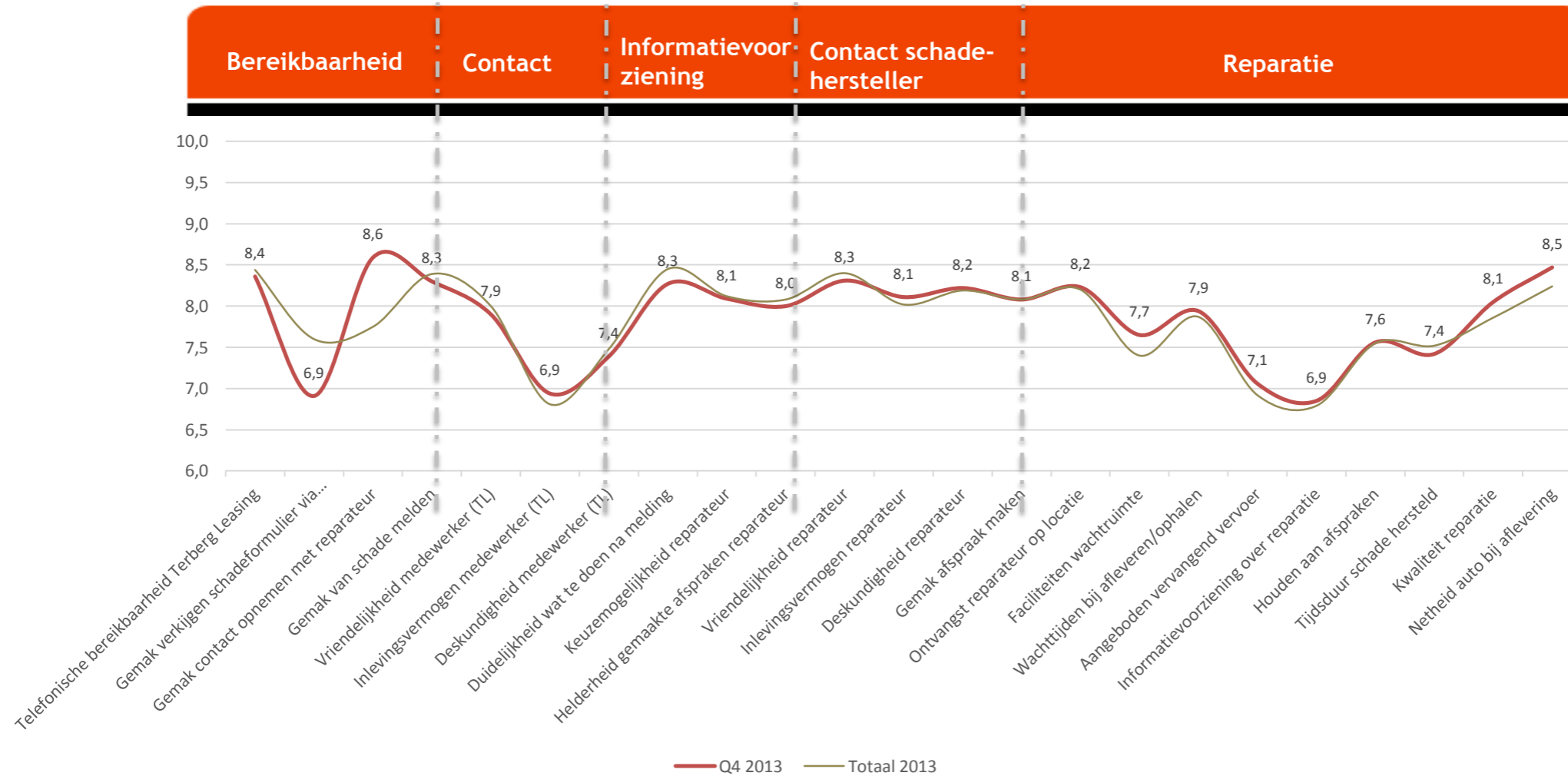
Focus verleggen van het gezamenlijk optimaliseren van onderlinge

processen, naar het gezamenlijk invullen van een optimale **klantervaring**.



share experiences

customer journey schade



onze vragen aan jullie

We zijn overtuigd van het belang van ketenregie ten aanzien van continue klantfeedback en het belang om de verworven klantkennis te delen. Dit om samen een 9+ organisatie neer te kunnen zetten.

We willen jullie vragen je te verdelen in **5 groepen** en ieder 1 (of 2) van de onderstaande vragen beantwoorden:

- A. Aan welke **randvoorwaarden** moeten we invulling geven om een “platform” te creëren waarbinnen we als keten optimaal feedback/klantkennis kunnen delen (incl. leren van elkaar best practices)?
- B. Zijn er ook **tegenwerpingen**, ofwel argumenten die tegen onze “platform” gedachte (en de bijbehorende transparantie) spreken?
- C. Welke **kansen** liggen er voor Terberg Leasing en Care Autoschade om samen de klantketen voor hun klanten te optimaliseren (verkorten van de keten, meer gemak, meer onderscheidend etc.)?

Groep 1: A Groep 3: C Groep 5: C
Groep 2: B Groep 4: A



Expoints B.V.
Hondsruglaan 91
5628 DB Eindhoven
The Netherlands

www.expoints.nl
contact@expoints.nl

+31-40-78 78 344

(Expoints is a company of ANNO1974)



share experiences