

ANWB; Op weg naar 4 miljoen Verbonden Leden

'Ik heb niet zoveel met de ANWB, beetje saai'

ANWB is een prima club, ik ben blij met mijn WW abonnement.

'Ik koop vaak in de ANWB winkel maar voel weinig beleving en inspiratie'

“De ANWB k nt mij en geeft mij goed advies.

Ik voel mij áltijd geholpen”.



2008

Groeiend relevant

2009 en verder



De ANWB

- Totaalaanbieder voor;
 - Mobiliteit
 - Vrije-tijd/recreatie
 - Vakantie
- 70 winkels, 1200 Wegenwachters, 9 bladen, 2 grote Contact Centra, ...
- 4 miljoen leden
- 1 miljard omzet
- 5000 producten
- 4000 medewerkers



Missie en Visie ANWB

- Begin 2009 gestart met MRM Programma
- Doelstellingen
 - Meer rendement per lid
 - Van klantvriendelijk naar klantgericht
 - Van tevreden leden naar verbonden leden
 - Stel de leden centraal !
 - Van boodschappen zenden naar luisteren en inspelen op leden behoeften.
 - Van ieder product voor zichzelf naar samenhang en eenduidige communicatie naar leden.

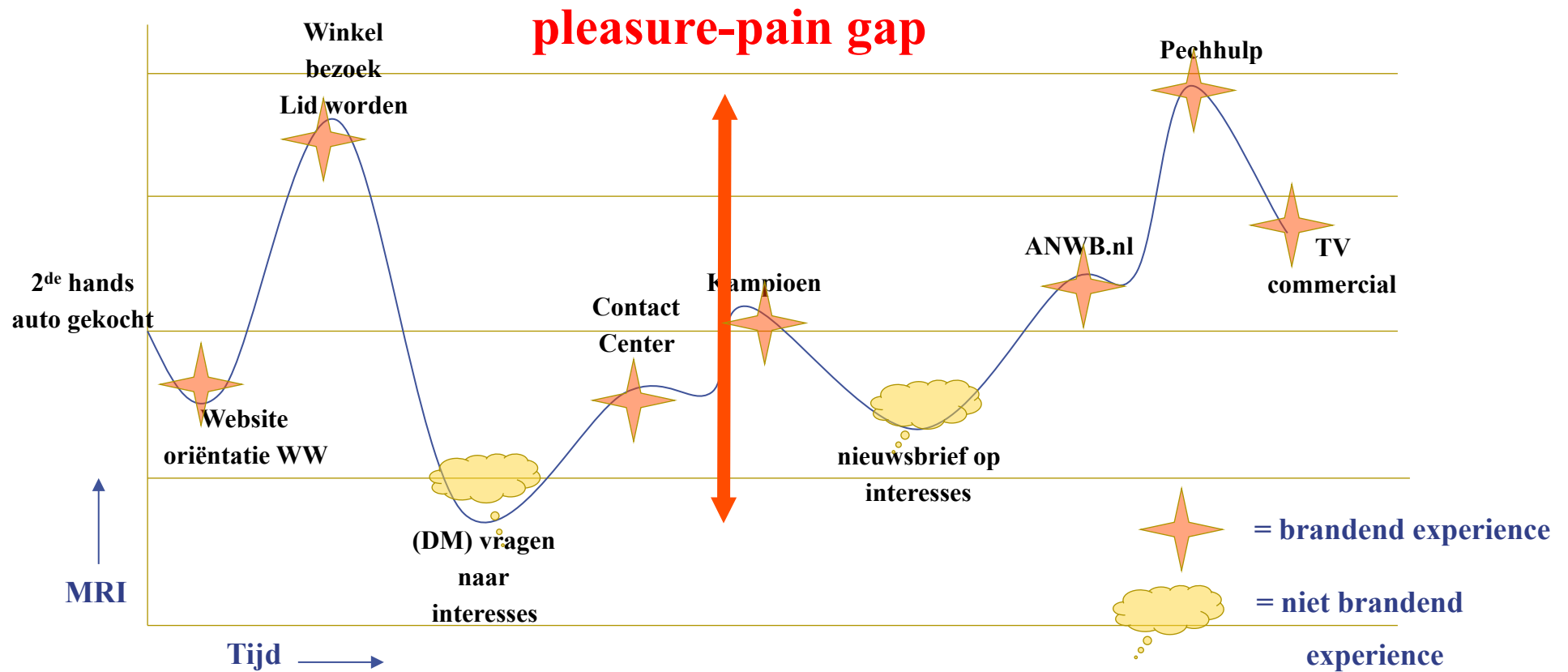


Haal meer rendement uit klant en contact

Op weg naar 4 miljoen verbonden leden,
geïnspireerde medewerkers en een hoger
rendement in alle kanalen!



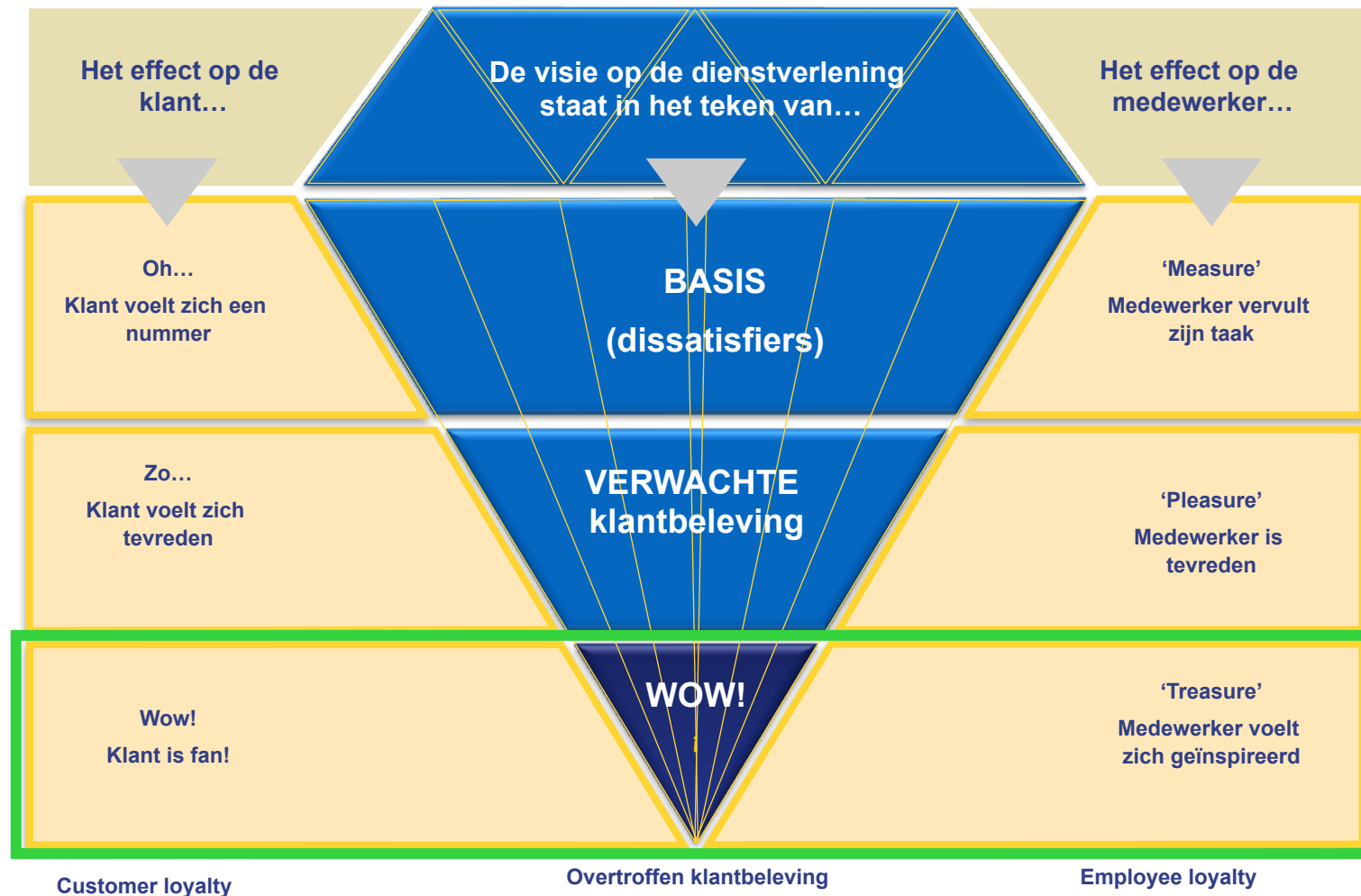
Voorbeeld journey Bert



Source: Sampson Lee & Tote-M



Zo buiten zo binnen; medewerkers en klanten kunnen elkaar blijven inspireren



MRM is geïmplementeerd in het contactcenter en de ANWB-winkels. Vanaf november 2010 zijn we gestart bij de Wegenwacht en in 2011 start de eerste pilot binnen de Alarmcentrale

Doel: Verrassend, vernieuwend en winstgevend in samenspel

Aanpak

- Factor 4, inzicht in ambitieniveau: input voor inrichting sturing MRM
- Trainen in durf, lef en lol, o.a. hoe maak je écht contact, persona denken en de deal sluiten
- Operationele sturing
- Campagnes intern en extern uitvoeren
 - Toepassen persona's op campagne uitingen naar de medewerkers
 - Kick off (vanuit marketing)
 - Toolkit
 - Incentive
 - Etc.
- Empoweren medewerkers, o.a. binnen het contact center proeftuin gecreëerd: The Holiday Factory



Campagne
het grootste VAKANTIEWARENHUIS
van Nederland

China
Brazilie
Verre reizen
Spenden
Aventuur
Genieten
Marrakech
Online boeken
Thailand
Vliegen (EasyJet)
Vaak op vakantie
Zuid-Afrika
badpakken
stadstrips
auto

Dit zijn de producten die Arthur het meest aanspreken:

 Incl. € 11,95 Geraadte wereldatlas	 Incl. € 49,95 GPS-laggen voor tracking van reis en foto's
 Incl. € 27,50 Lonely Planet China	 Incl. € 49,95 Last Minute reizen

Meer informatie over de campagne (en medewerkers!)
Kijk op [Contact](#) onder product/adviesadvies

10% korting
Reizocoupons
in winkel

het grootste
vakantiewarenhuis
van Nederland

Wat zijn de succesfactoren?

- Geïnspireerde medewerkers die zelf de incentive, wijze van coaching en de werkplek vaststellen
- Écht contact maken met de klant met behulp van de persona's; de klantverwachtingen overtreffen
- Coachende vorm van leidinggeven; team/winkelmanager is coach en inspirator ipv controleur en regelaar
- Team/winkelmanager zijn meer op de werkvloer
- Dagelijkse learning loop: wat ging goed, wat kan beter, welke actie zetten we uit in samenwerking met Marketing
- Succes delen
- Zonder technologie heeft de klant ook een gezicht



wel doen <ul style="list-style-type: none">• Betrouwbaar• Praktisch• Concreet	wel doen <ul style="list-style-type: none">• Kritisch meedenken• Inhoudelijk• Informeren en toelichten	wel doen <ul style="list-style-type: none">• Kort en bondig• Prikkelend• What's in it for Arthur (individualistisch)
niet doen <ul style="list-style-type: none">• Complex boodschap• Schreeuw/Sales toon	niet doen <ul style="list-style-type: none">• Plat• Opdingarig	niet doen <ul style="list-style-type: none">• Langdradig• Betuttelend en formeel



Het verhaal van leden centraal

ik vind de anwb een dure monopolist die een slecht blad uitgeeft (de kampioen), ten onrechte ageert tegen de kilometerhe goed informeert kamperen, mo kaarten

Beste naar al ik AN toch na zeg heb



Hee,

we stonden middenin Schotland die niet meer wilde starten, het anwb centrale was heel gerust stuurden direct een lokale garage ons af, uiteindelijk besloten we keer te starten en toen deed die het gewoon weer, dus moest afgebeeld worden. Maar toch meteen waar we ook op dat moment waren voor hulp werd gezocht (en die was dus al onderweg). Weet je dat ze ook heel leuke spulletjes hebben ons mini verrekijker-tje doet het prima, de jongens hebben er veel mee rond zitten turen achterin de auto.

Ik had zelf een leuk jasje gekocht vanwege de

Hallo allemaal,

Wat een leuke manier van vragen stellen zeg!

Greet

ANWB

Wassenaarseweg 220

2596 EC

Den Haag

ANWB

Wassenaarseweg 220

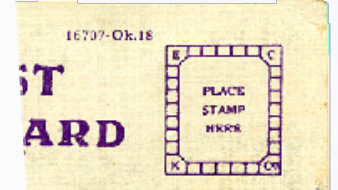
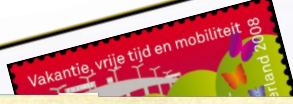
2596 EC

Den Haag

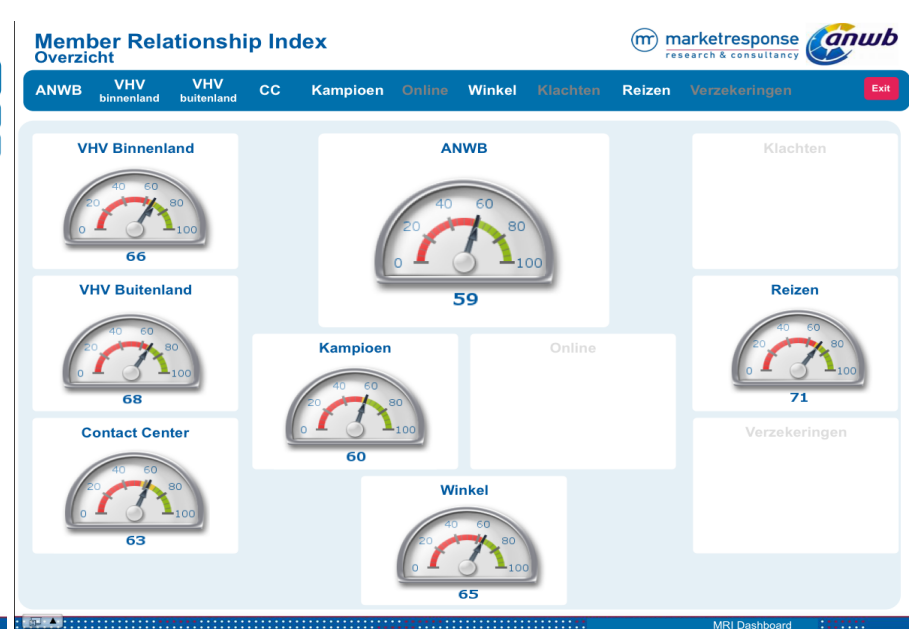
leuke dingetjes!
! Human-Nature prima merk. Ze spullen voor de ontievierder. De met personeel is om een aanrader te gaan alvorens e gaat. groetjes, Anneke

E. G. RHOON CO., MILWAUKEE, WIS.

ANWB
Wassenaarseweg 220
2596 EC Den Haag



Sturing op groeiende relevantie



Betrekken van medewerkers bij (individuele) leden feedback (+ en -)

Onderdeel management en medewerker gesprekken

Top 5 suggesties om de score te verhogen voor de Persona / Kanalen

Quote van de maand van onze leden

Waar staan we nu?

Marketing en kanalen op weg naar groeiende relevantie!

Kanalen

- Inrichting multiskill team
- Integreren van marketing kennis in het klantcontact, door ANWB Kampioen Academy
- Uitbreiden van producten en diensten en betrokkenheid van marketing in de kanalen
- Implementatie inbound marketing tool

Marketing

- Nieuwe Campagne Methodiek; Geïntegreerde campagnes, 1 centraal proces bevordert samenwerken tussen marketing en de kanalen
- Introductie van de nieuwe marketing organisatie en werken obv de persona event plannen
 - Domeinplannen en daarbinnen op persona's
 - Introductie Wegenwacht Auto Assist (ontwikkeld voor Bert)
- Event Driven Marketing
- Inbound marketing tool (gezamenlijk project: marketing, kanalen en klantkennis)
- Van KTO naar MRI, van product naar personasturing
- Koppeling persona's in marketingdatabase

