

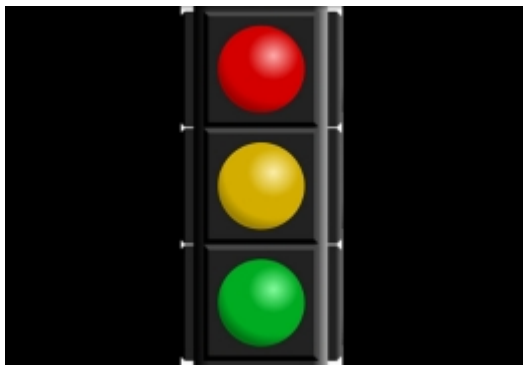
PvKO-sessie: klant centraal staat gelijk aan klachtenmanagement bij Robeco



Door [Paula van Doorn](#), Editor

Vrijdag 10 februari 2012 om 12:00

Tags: [Customer service](#), [Customer loyalty](#), [Customer experience](#)



LEUSDEN – Jeroen van Dam, coördinator customer care bij Robeco, vertelt na de [presentatie van Eric de Haan](#), tijdens de kennissessie integraal klachtenmanagement en klantervaring van het Platform Klantgericht Ondernemen (PvKO) op 8 februari jongstleden hoe de vermogensbeheerder klachtenmanagement centraal heeft gesteld binnen de organisatie. Vorig jaar won het bedrijf het Gouden Oor, een initiatief van IKM 3000.

Jeroen van Dam van Robeco vertelt dat het 'leren van klachten' het meest belangrijk was om serieus aan de slag te kunnen gaan met klachtenmanagement. "We moesten onszelf eerst de vraag stellen wie er eigenlijk verantwoordelijk was voor het afhandelen van de klachten. Een stukje bewustwording van hoe de zaken ervoor stonden. Dat ging eigenlijk vrij snel. Als tweede zijn we ons gaan richten op een missie en een visie. Hierbij hebben we twee doelen gesteld: we wilden honderd procent enthousiaste klanten en als tweede wilden we leren van klachten. Deze doelen moesten we kunnen behalen met twee randvoorwaarden: honderd procent enthousiaste werknemers en zoveel mogelijk zichtbaar maken van die klachten."

Om zichtbaarheid te krijgen in hun klachten is Robeco gestart met het versturen van een stoplichtmailing. "Dit bleek een goede manier om er achter te komen of onze klanten tevreden over ons waren of niet. We sturen steeds drieduizend klanten een mailing met een rood, geel en een groen licht met daarbij de vraag of ze op de rode knop wilden klikken als ze een klacht hebben, op de groene als ze ons een compliment willen geven of op de gele als ze iets anders willen melden. Dit heeft goed gewerkt, hierdoor kregen we veel inzicht in wat er speelde bij onze klanten. En doordat we veel inzicht kregen in die klachten, konden we daar ook beter op ingaan. Zo hebben we ons klachtenformulier op de website aangepast, zodat hij wat toegankelijker werd en ook bellen we nu klachten die per brief of e-mail binnenkomen altijd na. We weten inmiddels dat er vaak emotie meespeelt met klachten van onze klanten, klanten kunnen dan hun hart luchten en wij snappen meestal hun vraag ook beter in zo'n persoonlijk telefoongesprek."

"Een klacht kan een relatie versterken"

Om ervoor te zorgen dat Robeco gefocust blijft op het goed omgaan met klachten, komt de afdeling regelmatig bij elkaar tijdens een klachtpreventieoverleg. Er worden feedbackmails gestuurd naar klanten, de tevredenheid van de klachtafhandeling wordt onderzocht en een webcare team houdt zich bezig met wat er op sociale netwerken gezegd wordt over Robeco. Jeroen van Dam sluit af: "Door het leren van klachten veroorzaken we minder klachten en ook geloven we dat elke klacht een

relatie kan versterken. We zijn al goed op weg, maar het kan altijd beter, we willen naar die overtreffende wauw beleving.”

[Bekijk hier de presentatie van Jeroen van Dam](#)

Bron: Customer Talk

Link: <http://www.customertalk.nl/achtergrond/id519-pvko-sessie-klant-centraal-staat-gelijk-aan-klachtenmanagement-bij-robeco.html>

© 2012 Customer Talk

Alle rechten op de inhoud van deze PDF berusten bij Lumido Business Media BV, voorzover deze rechten niet berusten bij derden van wie materiaal beschikbaar is gesteld op customertalk.nl.

Gebruiker erkent de (intellectuele) eigendomsrechten van Lumido Business Media BV en haar toeleveranciers op de inhoud van Customer Talk, zowel in haar geheel, als gedeelten daaruit, dan wel vervat in alle aantoonbaar daarop gebaseerde en/of daaraan ontleende informatie, ongeacht of zodanige daarop gebaseerde en/of ontleende informatie (mede) het product is van een bewerking, veredeling of prestatie door een ander dan Lumido Business Media BV c.q. haar toeleveranciers.

Gebruiker mag de inhoud van Customer Talk slechts voor eigen gebruik raadplegen en gebruiken.

Het is gebruiker niet toegestaan om informatie verkregen uit Customer Talk op niet-incidentele basis openbaar te maken, te verveelvoudigen of te verkopen in welke vorm dan ook, daaronder begrepen het al dan niet na bewerking te integreren in netwerken of op meerdere beeldschermen te verschijnen of anderszins openbaar te maken.