Geweldige klantervaringen gebeuren niet toevallig

Hans de Wolff

Even voorstellen

Het grote kaasstengels verhaal

Het grote kaasstengels verhaal

Klant hoort 3 x nee

Onlogische redenen

Einde klantreis is teleurstelling

Hoe kan dit gebeuren?

Lessen uit het kaasstengels verhaal

Klant reist niet altijd zoals wij willen dat hij reist

Processen zijn altijd een *tijdelijk* antwoord op een klantvraag

Processen hebben meerdere ‘ingangen’ en ‘afslagen’ nodig

Medewerkers moeten de klant probleemloos door de reis *kunnen* en *mogen* helpen

De Service Excellence Pyramide

De Service Excellence Pyramide

EMOTIES		BELEVING
Emoties van vertrouwen, blijheid, positieve vooruitzichten en verrassing (wow).	Verrassend	Ze zetten drie stappen extra. Ze overtreffen of overstijgen zelfs mijn verwachtingen.
	Persoonlijk	Ze kennen mij. Ik ben geen nummer. Ze nemen de tijd voor mij.
Geen emoties bij 'basis op orde.' Bij niet op orde: emoties van verdriet, afkeer, boosheid en angst.	Gemakkelijk	Ze doen niet moeilijk. Service is gemakkelijk. Ze gaan goed om met klachten.
	Basis op orde	Ze doen wat ze moeten doen. Ze komen afspraken na. Ze voldoen aan mijn verwachtingen.

Echt onderscheid - Emotionele verbinding

Drijfveer
de diepere behoefte achter een behoefte

+

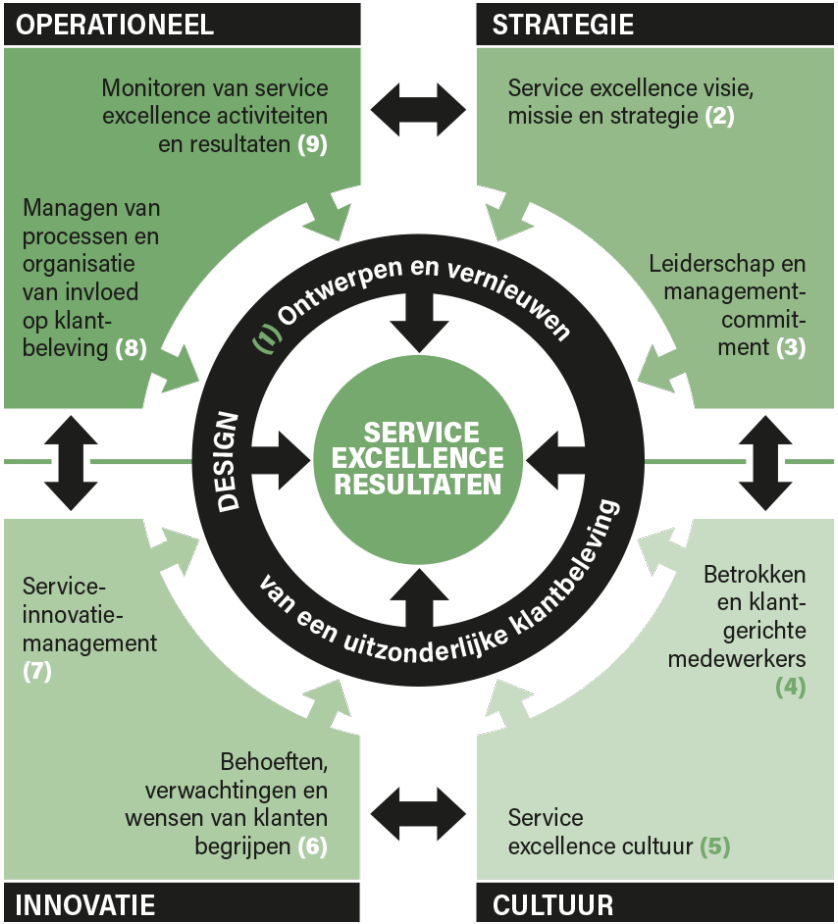
Emotie
gevoel dat ontstaat door een gebeurtenis of een gedachte

=

Emotional connection ontstaat als een merk, product of dienst resoneert aan een diepe drijfveer

Bron: Forum Business Research

Het Service Excellence Model



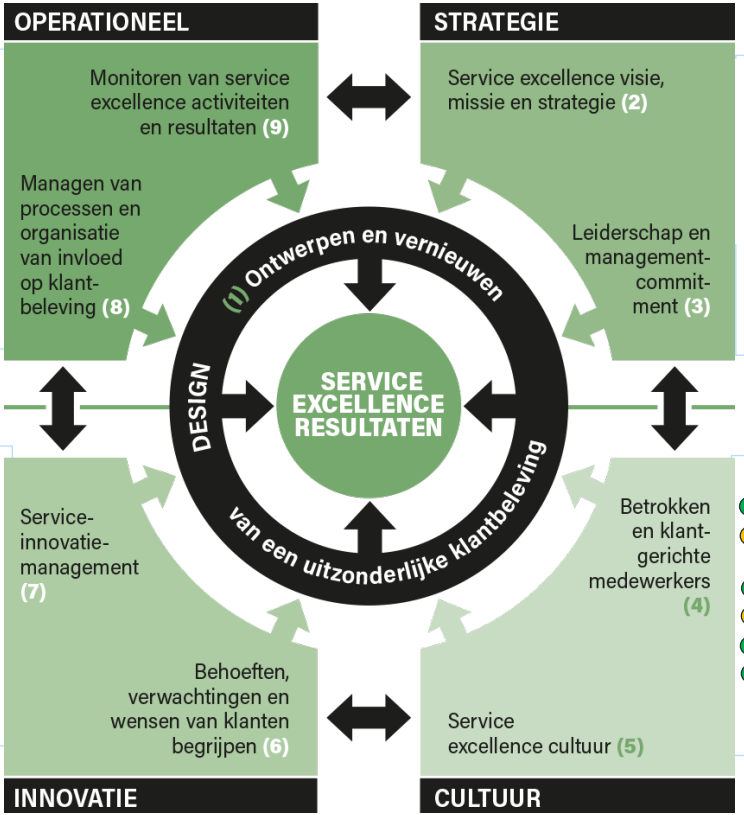
Self assessment bij Triodos Bank

Operationeel
- Meten met Forum
- Klanten bellen nav feedback
- Service Excellence borrel
- Organisatie structuur
- Samenwerkingsvormen & segmentteams
- Vastleggen kaders
- Key Controls kwaliteit

Strategie
- Missie
- Visie
- Strategie
- 5 Customer Experience Principes
- 7 Leidende Principes Klantcontact

Innovatie
- Grote verbeteringen
- Continue verbeteren
- Feedback loop processen Forum
- Feedback loop communicatie
- lean
- Customer Journey (Tote-m)
- Klantpanels (divers)

Cultuur
- Betrokken medewerkers
- Service Excellence cultuur & voorbeeldgedrag
- Medewerkers onderzoek
- Autonomie medewerkers
- Maandagmorgen bijeenkomst
- Inspiratiedagen



Klantgerichtheid in het DNA

Hoe ontstaat een bedrijfscultuur? [Pieterpraat]
Een van de kernwaarden van
Coolblue is gewoon verwonderen,
5:55 / 9:35
Scroll voor details

Customer Experience principles

5 Customer Experience Principles

#1 Onthoud wat mensen je vertellen.

#2 Maak moeilijk makkelijk.

#3 A human touch is wat ons bijzonder maakt.

#4 Wij helpen met optimisme.

#5 Bankieren als weg naar verandering.

Het #1 principe nader toegelicht…

#1 Onthoud wat mensen je vertellen.

Je wilt dat mensen die dichtbij je staan, onthouden wat je ze hebt vertelt. Daarom vragen we onze klanten nooit twee keer dezelfde informatie en daarom vertellen we hen altijd wat we hebben gedaan met hun op - of aanmerkingen. Een kleine moeite die zeer gewaardeerd wordt.

Missie klantcontact Triodos Bank

Wij willen een voorbeeld zijn van de samenleving die we nastreven.

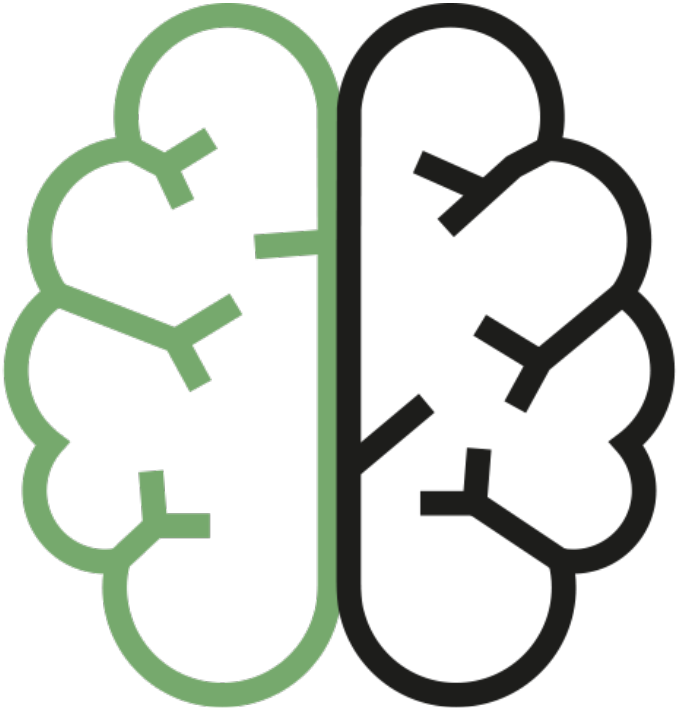
- persoonlijk
- menselijke maat
- vriendelijk
- optimistisch
- behulpzaam
- begrijpend
- zorgvuldig

Leidende principes Klantcontact

We maken keuzes op gevoel

SYSTEEM 1

Snel
Staat altijd aan
Intuïtief
Automatisch denken
Ongecontroleerd
Moeiteloos, kost weinig energie
Associatief
Onbewust
1 + 1 = 2



SYSTEEM 2

Langzaam
Bewust aanzetten
Rationeel
Gecontroleerd
Volgens regels
Kost veel energie
Serieel systeem
Bewust
94 : 8 = ?

Emotionele connectie meten

Emotionele connectie meten

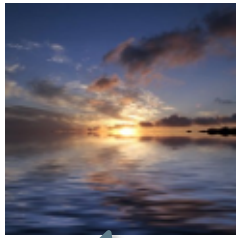
*"De **kundige adviseur** gaf ons de informatie waardoor we ons zeker en gerust konden voelen over de mogelijkheid een hypotheek af te sluiten en het huis dat we graag wilde te kopen."*

Direct contact met vriendelijke, behulpzame mensen

*"Hoera! Triodos is eindelijk een bank die mij **direct professioneel te woord staat**. Ik kom niet in een doolhof van een keuzemenu en word niet van het kastje naar de muur gestuurd. Ik kan er van op aan dat ze ook **doen wat ze beloven**. De medewerkers zijn vriendelijk en denken met je mee. Een **ongekend positieve ervaring** als je ook andere banken gewend bent."*

*"Relaxt. Het is **simpel** om te doen en de telefoon lijn is niet vaak erg lang en de mensen die helpen zijn **altijd super behulpzaam** en willen altijd nog wat extra voor je doen. Erg **goede service**!"*

Missie die resoneert



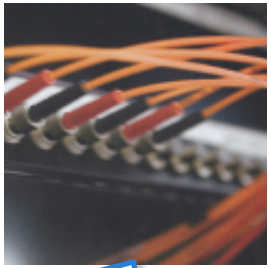
*"Ik wilde een **groene keus** maken. Ik werd blij van het openen van deze rekening."*

*"Was 't al langer van plan, maar vond het best een stap om over te stappen; over het algemeen tevreden met vorige bank. Blij eindelijk knoop doorgehakt te hebben, **voelt goed**!"*

Emotionele connectie meten

*"Eerst aanvragen, dan wachten op een brief, dan pas weer dagen later kunnen activeren, en nog langer wachten op een pas (die we gelukkig niet echt nodig hebben). Alles bij elkaar **voelt** het **nogal 1999**..."*

*"De procedure ervaar ik als **omslachtig**: een lang formulier, waarop info gevraagd wordt die de bank al over mij zou moeten hebben, dat geprint moet worden i.p.v. online kan worden afgehandeld, met vragen die niet altijd duidelijk zijn.*



Onnodig lang proces

Gebruiksvriendelijkheid formulieren

Onduidelijkheid

*"Na het maken van de verbinding was het mij daarna **niet duidelijk** of deze ook werkelijk tot stand gekomen was. Met andere woorden: na het overmaken van een bedrag en het toesturen van de gevraagde persoonlijke informatie, heb ik **niets meer vernomen**."*

*"Teveel informatie van Triodosbank en **teveel 'gedoe'** zoals het opsturen van kopie paspoort. Dit ondanks dat er al een zakelijke rekening bij Triodosbank geopend is waar ook een kopie-paspoort voor in is geleverd."*

*"**Weinig informatie**. Nog steeds onduidelijk wat het maandbedrag gaat zijn tijdens en na de bouw van ons nieuwbouwhuis i.v.m. rentevergoeding."*

Work your way up

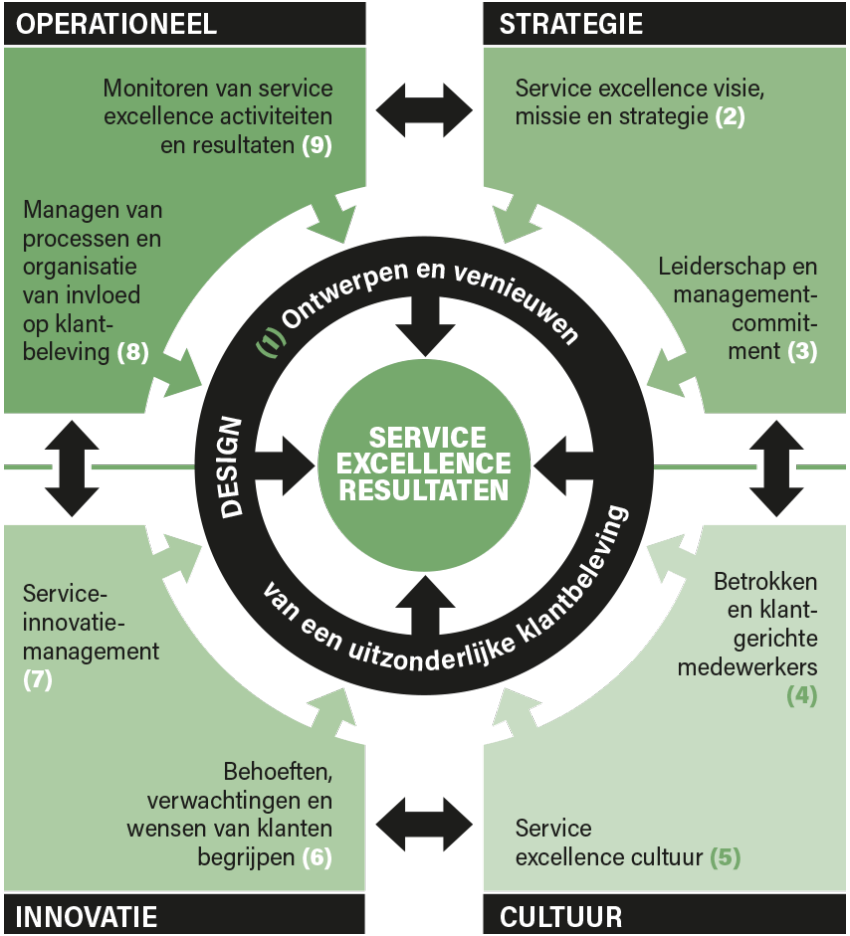
This flow does not work

partner in life

automated interactions

good product / service & price

Service Excellence bij SUSA



Dienstverlening persoonlijker maken

Organiseren van gemak voor klanten en medewerkers

pro actief & persoonlijk benaderen van studenten en opdrachtgevers en vanuit betrokkenheid en interesse een relatie aan kunnen gaan

PARDOT

we kennen studenten en opdrachtgevers beter door een rijk profiel waardoor we sneller en efficiënter kunnen selecteren & effectiever kunnen matchen

Mysolution staffing software

door meer informatie zijn we in staat sneller in te spelen op wat opdrachtgevers nodig heeft en versterken we de relatie

SALES CLOUD

de integrale informatie voorziening over studenten en opdrachtgevers maakt dat we persoonlijk optimaal service kunnen verlenen

SERVICE CLOUD

Elke week een hoofdstuk

Geen gemakkelijke weg

Dank u wel!

Doorpraten?

Contact:

hdewolff@ziggo.nl

06-51701914