

KORT

FUSIE - Unamic en HCN, twee toonaangevende bedrijven op het gebied van business process outsourcing (BPO) van klantprocessen, opereren sinds kort als één onderneming. *Lees meer op pagina 30.*

ITO - Richtte Stichting ITO zich de afgelopen zeven jaar vooral op certificering van grotere contactcenters, voortaan ligt de nadruk op voorlichting aan zowel grote organisaties als het mkb. De nieuwe koers is ingezet met een vernieuwde website.

GRENSVERLEGGEND - De Grensverleggend Klantcontact Award is dit jaar gewonnen door Univé Zorg. Het zorgbedrijf behaalde het beste resultaat in klanttevredenheid, medewerkertevredenheid en kostenreductie, aldus sponsor van de prijs TeleTrain.

JUMBO - Voor de tweede keer op rij is Jumbo verkozen tot het klantvriendelijkste bedrijf van Nederland. De Nederlandse consument beoordeelt de supermarktketen als persoonlijk en mensgericht. IKEA en Rabobank completeren de top drie.

CAO - De CAO voor facilitaire callcenters is algemeen verbindend verklaard, laat de WGCC weten. Niet alleen de leden van de werkgeversvereniging, maar ook alle niet aangesloten callcenters, zijn tot navolging verplicht.

DQA - DDMA's Data Quality Award 2008 is gewonnen door RDC. Hun ontwikkelde systeem waarmee de automotivebranche kan beschikken over actuele autobezitgegevens, nu de overheid deze informatie niet meer vrijgeeft uit het kentekenregister, gaf de doorslag. De jury sprak van een 'bijzondere case'. Belgisch verzekeraar Vivium won de publieksprijs.

HEADSETS - Addcom is een nieuwe merk headsets in de callcenter-industrie, afkomstig uit Australië. AddOn Telecom is de officiële Benelux-importeur. Jabra (GN Netcom), Plantronics, en Sennheiser hebben er dus een concurrent bij.

WGCC: CONTROLE BONAFIDE CALLCENTERS

Naar aanleiding van de op tv in Radar getoonde callcenter-praktijken bij Pretium, zegt de WGCC dat deze gang van zaken niet representatief is voor bonafide (WGCC-)callcenters. Overtredingen tegen de wet Oneerlijke Handelspraktijken of andere regelgeving, zoals de Code Telemarketing, zal bij de WGCC leiden tot royement, aldus WGCC-voorzitter Dick Bakker. De WGCC zal een functionaris benoemen die callcenter-bedrijven gaat bezoeken en voorlichten. Goed nieuws voor de WGCC is dat SNT opnieuw lid is geworden. Tien jaar geleden was het grote facilitaire callcenter mede-oprichter van de vereniging, maar de



onderneming haakte in 2006 tijdelijk af. Vakinhoudelijke overwegingen speelden een rol bij de beslissing: een breed front is belangrijk, laat SNT's algemeen directeur Jac Vermeer weten.

'GEBREK AAN KLANTINLEVINGSVERMOGEN'

Volgens Van de Laar/Pothoven kan klantcontact veel efficiënter door klantvragen en -profielen en bedrijfsstrategie te combineren. Nu nog is er vaak gebrek aan inlevingsvermogen en een onduidelijke bedrijfsvisie. En dat leidt tot onbevredigend contact voor de klant. De Experienced Based Training van het strategiebureau speelt daarop in.

Klantcontacten zijn bepalend voor het gevoel dat een klant heeft over een bedrijf. De medewerkers zijn zich echter niet altijd bewust van deze ambassadeursrol. Daarnaast weten ze vaak niet wat het beeld is dat een bedrijf naar buiten wil uitstralen, aldus Van de Laar/Pothoven. 'Medewerkers worden wel getraind in product- en proceskennis, maar aveel minder in inlevingsvermogen, klantvragen en bijna nooit in een specifieke benadering van klanttypen', aldus Christiaan Pothoven. Maar



niet iedereen is hetzelfde. Oudere mensen hebben bijvoorbeeld andere informatiebehoeften dan snelle, goed geïnformeerde jongeren. Daar komt hun trainingsconcept Experienced Based Training (EBT) om de hoek kijken. 'Bedrijven willen effectiever contact en medewerkers willen duidelijkheid', zegt Kathy van de Laar. 'Door klantprofielen, bedrijfsstrategie en klantvragen te combineren, krijg je een doelmatige training, die medewerkers leert wat hun rol in het klantcontact is.' Ieder kanaal heeft zo zijn eigen kenmerken, vult Pothoven aan. 'Het inzetten van de juiste kanaalmix is belangrijk en kan veel opleveren. Zo kun je bij het vastlopen van klanten op de internetsite of voor ondersteuning bij webaankopen, heel goed gebruikmaken van live-chat.'

EBT kan worden ingezet om de klanttevredenheid en loyaliteit te vergroten, verkoop te verhogen of efficiënter te werken. Er zijn verschillende modules, die zijn afgestemd op de klantkanalen. Het doel van EBT? Van de Laar/Pothoven: 'Medewerkers leren zélf actief mee te werken aan het behalen van bedrijfsdoelstellingen en resultaat. Ze leren de klant centraal te stellen en de merkwaaarden naar het klantcontact te vertalen.'