

“ Differentiatie zorgt voor meetbare resultaten ”

De Rode Loper klant

Gedifferentieerde service voor hoogwaardige klanten

Ambitie

Ondanks de duidelijke verschillen in verwachtingen van hoogwaardige klanten (klanten waarbij het vrij belegbaar vermogen meer dan 50.000 euro bedraagt), gebruikt de financiële instelling in het callcenter nog steeds een “one size fits all” servicestrategie.

Het senior management wil hier verandering in aanbrengen en creëert de mogelijkheid om een meer persoonlijke en gedifferentieerde klantbediening vorm te geven. De restrictie hierbij is dat gebruik gemaakt wordt van de bestaande infrastructuur en haar mogelijkheden.

Aanpak

Een multidisciplinair team wordt samengesteld, met vertegenwoordigers van marketing, Call Center, Marketing Intelligence/ CRM en IT. Dit team evalueert de bestaande situatie en definieert de kansen en belemmeringen van het project.

Vanuit het management is het team empowered om snel beslissingen te nemen en te implementeren.

- *Waar ligt de potentiële toegevoegde waarde voor de hoogwaardige klant?*
- *Hoe krijgt dit vorm in de customer journey?*

Resultaten

Klanttevredenheid stijgt met 15% bij het test segment

Aanpak is overgenomen en geïmplementeerd in de hele organisatie

Gebruikte methodieken

De Rode Loper

Gezamenlijk ontwikkelt het team een customer experience blauwdruk met daarin de contouren van de "Rode Loper" bediening. Waar ligt de potentiële toegevoegde waarde?

Cross-functioneel project

Terwijl Marketing, Marketing Intelligence en het Customer Contact Center de customer experience definiëren, ontwikkelt de IT afdeling een specifiek routeringsschema.

DeltaForce team

Marketing heeft niet de inhoudelijke kennis om vooraf een goede gespreksstructuur te bedenken. Samen met de call center medewerkers worden goede (nieuwe) zinnen geformuleerd en getest.

Kritische succesfactoren

● Multidisciplinair team

team met vertegenwoordigers van belangrijkste stakeholders met beslissingsbevoegdheid

● Out-of-the-box

out-of-the-box mentaliteit om tot nieuwe mogelijkheden en oplossingen te komen

● Learning by doing

niet eerst alles tot in detail definiëren, maar finetunen in de praktijk

earlybridge.

DRIVING CUSTOMER PERFORMANCE

EarlyBridge is een specialist in customer experience en één-op-één klantcontact.

Wij helpen organisaties om echt klantgericht te worden en marketing-, verkoop-, en serviceresultaten te verbeteren.

Bekijk ook onze case:

'The power of a branded customer experience'

www.earlybridge.nl