

Technologie heeft de wereld voorgoed veranderd. Ook de klant is dankzij internet in een andere positie terecht gekomen. Door de informatisering is hij niet langer afhankelijk van de eenzijdige informatie van de leverancier, maar kan hij zich op het volledige aanbod oriënteren. De informatisering heeft hem ongrijpbaar en veeleisend gemaakt. Terwijl de klant weer koning is, zijn organisaties veelal nog conservatief ingericht, waardoor middelen, processen en mensen onafhankelijk van elkaar zijn ingezet. De focus op de klant is naar de achtergrond verdwenen. Toch zijn er kansen genoeg om weer grip op uw klanten te krijgen!

Grip op de ongrijpbare klant

“Hoewel we in de zakenwereld al jaren zeggen dat de klant koning is en altijd gelijk heeft, moeten we dat nu ook echt menen. De klant heeft het voor het zeggen. Als de klant het niet voor het zeggen heeft, breekt de hel los.”

Jeff Jarvis, Wat zou Google doen? (2009)

Het beslissings- en contactgedrag van de klant zijn de afgelopen vijftien jaar door de technologische ontwikkelingen onvoorspelbaar en zo goed als ongrijpbaar geworden. Daarnaast zijn organisaties onvoldoende in staat om, als de klant eenmaal contact opneemt, razendsnel de best mogelijke service te bieden, met als doel de klant binnen te halen en te houden. Dure IT implementaties en inefficiënte management adviestrajecten hebben te weinig effect, omdat informatie niet toegankelijk is voor het hele bedrijf. De kosten om klanten binnen te halen blijven hoog, net als de kosten om de klant tevreden te houden, terwijl de klant de vrijheid heeft om op elk gewenst moment voor een andere leverancier te kiezen.

Veel organisaties zijn op het terrein van klantcontact, klantinteractie en klantprocessen daarom bezig met een heroriëntatie. Mensen, middelen, belangen en processen moeten weer op een rendabele manier rondom de klant georganiseerd zijn. Het doel: nieuwe klanten binnen halen, bestaande klanten binnen houden en van daaruit verder groeien. Get, Keep & Grow!

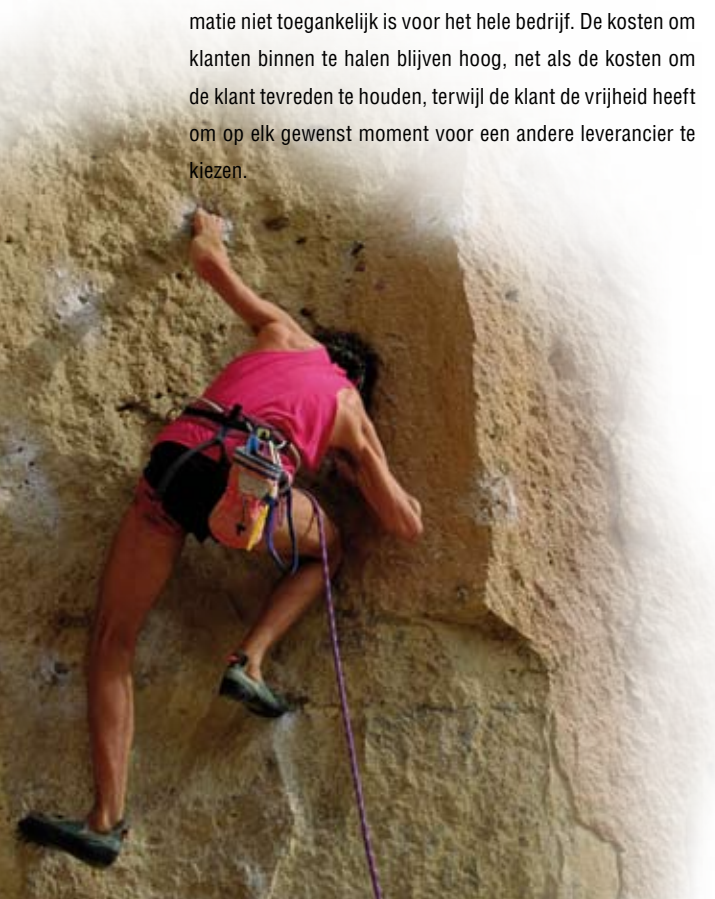
“Je baas beoordeelt jouw prestaties. De klant beoordeelt alle prestaties van iedereen van het hele bedrijf.”

Lord Robens

Een goed startpunt is het inrichten van je organisatie volgens een First Contact Fix model, een situatie waarbij een klant bij het eerste contactmoment in zijn behoeften wordt voorzien. First Contact Fix is namelijk een uitstekend uitgangspunt om ervoor te zorgen dat een klant weer in de hele organisatie centraal komt te staan. Daarmee worden niet alleen kosten bespaard, maar wordt er ook efficiënter gewerkt, gaat de klanttevredenheid omhoog, wordt de kwaliteit van de dienstverlening verbeterd en neemt het kennisniveau van de organisatie toe. Streven naar First Contact Fix zorgt ervoor dat alle medewerkers in de organisatie zich klantcentraal opstellen en behoeftebevrediging van hun klanten tijdens het eerste (en enige) contactmoment voorop stellen.

De voordelen van First Contact Fix

- Kosten gaan omlaag;
- Efficiency gaat omhoog;
- Klanttevredenheid gaat omhoog;
- Kwaliteit gaat omhoog;
- Kennisniveau gaat omhoog.





“Klantenservice is de nieuwe marketing.”

Brad Burnham, Wat zou Google doen? (2009)

VANAD heeft deze ontwikkeling tijdig herkend en beschikt over alle middelen om organisaties te helpen klanten weer structureel centraal te stellen. Dit doen we door advies, implementatie en (interim) management van succesvolle klantinteractie.

“Klanttevredenheid is de winst van de toekomst. Er moet vertrouwen ontstaan dat sturing daarop gaat leiden tot het creëren van aandeelhouderswaarde.”

Roger Peverelli

VANAD biedt als full-service organisatie op het gebied van customer interaction een volledig geïntegreerde oplossing waarmee bedrijven een optimale klantervaring kunnen realiseren. Dit portfolio bestaat onder andere uit:

1. Een team van professionele interim managers met jarenlange ervaring in verandermanagement en klantinteractie op het gebied van commerciële bedrijfsprocessen;
2. Specialisten op het gebied van informatiemanagement en een krachtige oplossing om de informatie via een (selfservice) webportaal in te richten en te ontsluiten;
3. Een eigen IT ontwikkelafdeling die met behulp van technologie innovatieve nieuwe oplossingen ontwikkelt om het klantproces te optimaliseren;
4. Meer dan 30 gerenommeerde, software onafhankelijke consultants op het gebied van business intelligence (BI), business process management (BPM) en high performance organization (HPO);
5. Een volledig en professioneel ingericht Customer Contact Center met meer dan 700 goed opgeleide en professionele agents;

“Het werven van nieuwe klanten is gemiddeld vijf tot negen keer zo duur is als het onderhouden en verder uitbouwen van bestaande klanten.”

Onderzoek van VODW Marketing (2008)

Dankzij de samenwerking tussen de verschillende VANAD disciplines kunnen ondernemers het onderscheid maken met hun concurrenten op het gebied van klantcontact. Wie klaar wil zijn voor de toekomst, moet nu investeren in het optimaliseren van zijn bedrijfsprocessen om klanten te vinden en te behouden. VANAD gelooft dat strategieën als First Contact Fix organisaties transparant en klantcentraal maakt, waardoor u de grip op uw klanten terug krijgt. Onze professionals helpen u uiteraard graag om dat te realiseren.

Wij nodigen u uit om met ons in gesprek te gaan op welke gebieden wij resultaatverplichtingen met u kunnen afspreken. Investeren in de klant is wat ons betreft een logische zaak, want we geloven in een duurzame relatie gebaseerd op samenwerking. Kijk voor meer informatie op onze website www.vanad.nl of maak een vrijblijvende afspraak met één van onze specialisten.

VANAD