
Klantfeedback inbedden tot in het DNA van de organisatie

+31 (0)23 750 57 57
service@feeddex.com
feeddex.nl

feeddex



Unigarant Verzekeringen werkt alweer twee jaar met Feeddex. Lees het interview over hoe Unigarant feedback heeft ingebed tot in het DNA van de organisatie. We spreken over de samenwerking met Marco Berends (Manager marketing & communicatie) en Sieta Brunsting (Marktonderzoeker).

1. Continu meten na belangrijke contactmomenten

“Wij werken sinds de zomer van 2012 samen met Feeddex”, aldus Sieta. “Bij de afdeling Schade zijn we gestart en sinds eind vorig jaar doen ook de afdelingen Klantcontact en Klachten mee. Daarvoor deden we mee met het jaarlijks onderzoek van Verbond van Verzekeraars. In dat onderzoek zagen we wel richtingen van verbetering, maar konden we niet zien waaróm klanten minder tevreden waren en wat nodig was om het te verbeteren. Met behulp van Feeddex meten we continu op klantcontactniveau en daardoor krijgen we dat inzicht wel. Het mooie is dat je direct kunt monitoren of een verbeteractie de gewenste effecten heeft. Hierdoor kunnen we beter onze klanttevredenheid managen.”

Marco vult aan: “De combinatie van de “**Feeddex continue meting** en onze eigen inspanning om klantfeedback in het DNA van onze organisatie door te laten dringen, leveren mooie resultaten op:

“De **NPS** van onze schadeafhandeling is in twee jaar tijd met 12 punten gestegen. Hier zijn we trots op en we zien ruimte voor verdere stijging.”

2. Klantfeedback; meer dan alleen cijfers

“In de vragenlijst kunnen klanten open reacties geven. Klanten uiten hier hun gevoel en beleving over het klantcontactmoment. Deze reacties worden direct door de betrokken medewerker opgevolgd. Daar leren de medewerkers veel meer van, dan alleen cijfers. Zij krijgen direct feedback op hoe zij de schade, de service call of klacht hebben afgehandeld. Bij ons klantcontactcenter is het zelfs zo ingeregeld dat de medewerker de klantfeedback in hun mailbox ontvangen en desgewenst contact met de klant opnemen. Gelukkig komen er veel complimenten binnen en dat motiveert onze medewerkers”, aldus Sieta.

Marco: “In het DNA van de organisatie komen, gaat niet over één nacht ijs. Essentieel is dat dit onderwerp vanuit het management gedragen wordt. Na twee jaar is de klantfeedback op verschillende niveaus ingebed. Onze directie staat volledig achter deze lijn en heeft een visie neergezet. De teammanager draagt deze visie uit naar de medewerkers. De teammanager enthousiasmeert de medewerkers op diverse manieren:

- Door te laten zien dat zij zelf bijdragen aan klanttevredenheid;
- Door verbeteracties te initiëren die buiten de beïnvloeding van de medewerkers ligt;
- Door medewerkers te coachen, te complimenteren en ook te confronteren op een constructieve manier als dat nodig is;
- Door om te gaan met weerstand bij de medewerkers.

Management en directie hebben een NPS doelstelling, ontvangen ieder kwartaal een overzicht van

de highlights en NPS. In het komende jaar krijgt iedere afdeling een NPS doel en drie specifieke doelstellingen. Klanttevredenheid wordt een vast onderdeel van onze jaarplannen. ”

3. Eén van de verbeteracties uitgelegd

Sieta: “Vaak heerst de perceptie dat wanneer een schade of klacht wordt gehonoreerd de klant meer tevreden zal zijn dan die klanten waarbij het tegenovergestelde het geval is. Inmiddels is ons vanuit de klantfeedback wel duidelijk geworden dat dit zeker niet altijd het geval is.

Bij klachten werd duidelijk dat de snelheid én de wijze van afhandeling van de klacht sterk van invloed zijn op de tevredenheid. De resultaten gaven aan dat hoe langer de klachtafhandeling duurde des te ontevredener de klant werd. Ook waren er duidelijke verschillen in tevredenheid tussen wijze van afhandeling, zowel schriftelijk als telefonisch. De klanten die gebeld werden door de klachtenbehandelaar om de zaak persoonlijk te bespreken waren meer tevreden.”

Marco: “De resultaten zijn gedeeld met het management van de betreffende afdelingen en er zijn afspraken gemaakt over een toegepaste telefoontraining voor de klachtbehandelaars. En er zijn stappen gezet om medewerkers die klantcontact hebben te leren hoe ze klachten eerder kunnen herkennen en voorkomen.”

Transparante communicatie

Sieta: “Via onze website laten we op detailniveau zien hoe we scoren en wat we gaan doen om de tevredenheid verder te verbeteren. Het ligt in de planning om als aanvulling de feedback widget van Feeddex op onze website te plaatsen. Dit maakt het mogelijk om realtime de resultaten van onze klanttevredenheid te publiceren op onze website. Bovendien kunnen we transparant zijn naar onze (potentiële) klanten.”

Feeddex helpt ons verder en biedt nuttige innovaties

“Feeddex denkt in de verbeterprocessen met ons mee, levert aanvullende analyses en komt met nieuwe producten die voor ons handig zijn”, geeft Sieta verder aan. “Denk daarbij aan nieuwe dashboards, responsive vragenlijsten zodat de lay-out van de vragenlijst zich automatisch aanpast aan de device (smartphone, tablet of desktop) en de feedback widget om onze resultaten online te publiceren.