

Wat is de mooiste prijs op het gebied van klantenservice om in de wacht te slepen? Wie gaat door vuur voor welke award? Met de toekenning van de NCCA Awards 2012 ging Telecommerce bij een aantal spraakmakers op onderzoek uit. Wat is hun persoonlijke top drie? Lees welke dienstverleningsbokaal er volgens hen toe doet in de klantcontactsector.

PRIJZENFESTIVAL IN SERVICELAND



ED PEELLEN

PARTNER EN MEDE-OPRICHTER VAN ADVIES-
BUREAU ICSB MARKETING EN STRATEGIE

"Voor mij komt de prijs voor het Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland op de eerste plaats, want die is gebaseerd op gedegen consumentenonderzoek. De criteria zijn eenduidig en helder en de prijs heeft een grote bekendheid, waardoor het meer impact heeft dan bijvoorbeeld onbekende serviceprijzen. Al met al geeft deze titel een positieve impuls aan klantgericht ondernemerschap binnen de winnende organisatie en de sector als geheel. Op de tweede plaats zet ik de Customer Performance Award. De jurering is gebaseerd op een wetenschappelijk onderbouwd model, met daarin variabelen die ook de harde prestaties/resultaten meten. Hierbij wordt minder aandacht geschonken aan de manier waarop deze performance wordt gerealiseerd.

Wie de derde plek verdient, vind ik wat lastiger. De Customer Centric DNA Awards en de Nationale Contact Center Awards schieten mij te binnen, maar er zijn ook nog sectorspecifieke prijzen. Onder andere voor de eigen vervoersorganisatie en de schoonmaakbranche. De jurering in de sector van de eigen vervoerders is bijvoorbeeld degelijk, omdat die gebaseerd is op algemeen geaccepteerde modellen (rondom integraal kwaliteitsmanagement), wordt voorbereid door onafhankelijke gespecialiseerde auditors en er een jury met experts aan te pas komt. Kortom, een gedeelde derde plaats voor meerdere prijzen."

ANNITTA REUMKENS

LID VAN TOP CONTACT CENTER MANAGERS
(TCCM)

"Mijn antwoord wijkt waarschijnlijk af van mijn andere collega-managers in de contactcenterwereld. Ik heb namelijk geen top drie. Sterker nog ik heb ook geen top 1. Ik zie er namelijk absoluut de meerwaarde niet van in. De reden hiervan is dat de regels waarlangs getoetst worden nogal sterk per jaar per prijs verschillen. Dit geeft, naar mijn mening, geen objectief beeld. Wat ik dan weer belangrijker vind, is bijvoorbeeld een certificering. Die eisen zijn helder en voor ieder bedrijf gelijk."

NIELS HUIJBREGTS

WOORDVOERDER XS4ALL

"Voor ons is de Customer Performance Award één van de belangrijkste prijzen. Die wordt uitgereikt op basis van onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek, naar klantvriendelijkheid en service van alle grote Nederlandse bedrijven. Wij weten dat we het in de branche heel goed doen, maar het is goed om onze visie op service ook te kunnen vergelijken met bedrijven buiten de ICT-branche.

DE PRIJZENREGEN

(IN ALFABETISCH VOLGORDE):

Best Improvement Award
Beste & Slechtste Service Award
CCMA Pluim
Contact Center Industry Champion
Contact Center Infrastructure Service Leader
Contact Center Manager van het Jaar
CRM Excellence Awards
CRM Professional van het jaar
Customer Centric DNA Award
Customer Performance Awards
De Klantcontact Dagen Innovatie Award
DMG Consulting Awards
Facility Beleving Award
Gouden Oor
Golden Service Award
Global Six Sigma & Business Improvement Awards
Great Place To Work Award
TNS NIPO Hostmanship Award
Incompany 100 / Incompany 200 / Incompany 500
Klant Beleving Award
Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland
Medewerker Beleving Award
Nationale Contact Center Awards
Nationale CQ Test
NIMA Award voor Klantgericht Ondernemen
Performance Customer Interaction Award
Plantronics Telesales Team Trophy
Platina Vuurtoren (medewerkertevredenheid)
Prijs voor Klantgericht Ondernemen
Supervisor van het jaar
VertrouwensAward
Voice of the Customer Awards

Op twee staat de Customer Centric DNA Award, die bijzonder klantcontact beloont. XS4All denkt anders over klantcontact dan de meeste andere bedrijven met een helpdesk of contactcenter; bij ons zijn er geen telefoonscripts en medewerkers worden niet afgerekend op gespreksduur. Die filosofie wordt erkend en gewaardeerd door deze prijs.

Tot slot waarderen wij de Gouden Steeksleutel van Tweakers. Die prijs wordt toegekend op basis van wat de technisch onderlegde gebruiker belangrijk vindt en dat is voor ons een belangrijke groep klanten."

PAUL WIJSEN

MANAGER CONTACTCENTER
LANDAL GREENPARKS

"Het belangrijkste is dat prijzen ergens over gáán. Dat klinkt heel algemeen natuurlijk, maar voor Landal is het wel een vereiste dat een titel aansluit bij onze manier van zaken doen.

Wij zijn in 2010 bijvoorbeeld benoemd tot het Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland. Die prijs zegt precies iets over datgene wat wij belangrijk vinden, namelijk gastgerichtheid. Niet alleen in het contactcenter of in de parken, maar door de hele organisatie heen.

Bij Landal GreenParks hechten we eveneens veel waarde aan de Thuiswinkel Awards, omdat die voor een groot deel gebaseerd zijn op wat websitebezoekers vinden. Uiteindelijk gaat het erom wat de gast ervan vindt, toch?"

SASKIA BIERLING

WOORDVOERDER CONSUMENTENAUTORITEIT

"De Consumentenautoriteit heeft eerlijk gezegd niet echt een mening over de verschillende prijzen die er zichtbaar zijn. Wat ons betreft is het vooral van belang dat bedrijven zich aan de regels houden. Als zij zich dan ook nog klantvriendelijk gedragen, dan is dat natuurlijk altijd mooi."

NILS SCHMELING

MANAGING PARTNER N3WSTRATEGY

"Mijn top 2 bestaat uit het Gouden Oor en het Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland. Laatstgenoemde titel weet jaarlijks grote bekendheid te bereiken en de belangrijkste merken nemen eraan deel. Het Gouden Oor was voorheen een klachtenmanagementprijs, maar vanaf dit jaar een prijs voor beste klantgevoeligheid. In mijn optiek belangrijk vanwege de gedegen structuur waaruit de prijs is opgezet en omdat het vaste criteria gebruikt uit de ISO-normering en het keurmerk voor klantgericht klachtenmanagement, IKM 3000.

Overall gezien mis ik bij veel prijzen wel een focus op de lange termijn. Er wordt gekeken naar de klantervaring op een specifiek moment, maar hoe wordt binnen het betreffende bedrijf structureel gewerkt aan customer excellence? Hoe ziet het organisatorische DNA van een organisatie eruit, zodat besturing op de lange termijn ook mogelijk is? De huidige scores moeten natuurlijk geen zeepbel zijn. Service verdient in ieder geval goede prijzen. Prijzen die bekend zijn en vertrouwen uitstralen door een grondige analyse, uitgaande van de klant en toekomstbestendigheid van de analyse."

KIRK DEN OTTER

HOOFD AFDELING KLANTENSERVICE
BIJ BRABANT WATER

"Qua serviceprijzen heb ik een voorkeur voor een certificaat van ITO of een IKM 3000-certificaat en het Gouden Oor. De eerste twee zijn natuurlijk geen officiële awards, maar toch geven ze Brabant Water elk jaar weer veel inzicht in hoe wij onze processen kunnen verbeteren en nog beter aan de klantverwachting kunnen voldoen. Daarbij is het Gouden Oor van toegevoegde waarde omdat het traject in aanloop naar deze verkiezing ons veel inspiratie bood voor de verbetering van ons bestaande klachtenmanagement."

GERARD TEUBNER

SECRETARIS CCMA

"In aantallen worden er ongetwijfeld voldoende serviceprijzen uitgereikt in deze branche. Maar iedere prijs heeft z'n eigen doel en sowieso denk ik dat het altijd goed is om positief naar buiten toe te treden. Jammer genoeg wordt er in en over deze sector veel geklaagd. Om daar tegenwicht aan te bieden, mag je bedrijven dus best een schouderklop geven. Zoals de CCMA Plum, als een soort zetje in de goede richting!"

KEES KERKVLIE

PARTNER TOTE-M

"De mooiste prijs die je kunt krijgen is dat klanten enthousiast zijn en blijven. Eigenlijk zou daar helemaal geen prijs voor nodig moeten zijn, maar van tijd tot tijd is het natuurlijk goed om bekroond te worden voor de geleverde prestaties. Zoals Triodos Bank vorig jaar deed. Zij schreven zich in voor deelname aan de NCCA en gingen ook met de winst aan de haal, maar Triodos maakt nu een statement door niet opnieuw mee te doen. Zij steken al hun energie weer in de klant.

Als ik dan toch wat namen moet noemen, dan heb ik de meeste affiniteit met de Customer Performance Awards van de Rijksuniversiteit Groningen, de prijs voor het Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland en – een beetje onbescheiden misschien – de Performance Customer Interactions Award (PCI). Die laatste prijs is van onszelf. Bij TOTE-M dragen we graag bij aan het professionaliseren van de branche en in dit geval de facilitaire contactcenters in het bijzonder. Dagelijks worden tienduizenden mensen door contactcentermedewerkers geholpen en het gaat er zeer professioneel aan toe in deze sector, maar in de praktijk heeft men het toch altijd weer over 'belfabrieken die zich niet aan de wetten houden'. Dat imago moet beter, vandaar dat wij een prijs in het leven hebben geroepen voor het



* Het prijzenoverzicht is samengesteld in samenwerking met onder meer de Klantenservice Federatie (KSF), Seven Nederland, Breekestijn Business School en de Contact Center Management Association (CCMA). De redactie heeft geenszins de illusie dat het actuele prijzenoverzicht compleet is. Mochten er belangrijke serviceprijzen ontbreken in deze lijst, mail ons: redactie@telecommerce.nl.

best presterende facilitaire contactcenter in de ogen van de opdrachtgevers.

Wat betreft die andere twee serviceprijzen: de titel van de RUG steekt inhoudelijk het beste in elkaar. Het is wetenschappelijk onderbouwd en draait om de waarde van en vóór de klant. Het Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland vind ik vooral een charmant initiatief en ik word nooit negatief verrast door de partijen die in de top drie eindigen. Steevast zijn het bedrijven die serieus met hun werk en met de klant bezig zijn."

MARION VAN DEN BRINK

OPRICHTER VDB INTERIM MANAGEMENT EN TRAININGEN

"Ik vrees dat mijn antwoord niet geheel objectief zal zijn; ik was acht jaar betrokken bij de Nationale Contact Center Awards en dit wordt mijn vijfde jaar als jurylid van de Contactcentermanager van het jaar-verkiezing. Ook de CRM Award vind ik een mooie prijs.

Deze drie titels hebben gemeen dat het een mengeling is tussen de prestatie van een manager, zijn of haar afdeling afdeling en de mogelijkheid van het bedrijf om hierin te faciliteren. Je merkt bij deze prijzen dat het 'ons' gevoel erg versterkt wordt. Iedereen leeft mee, of dat nu bij een gala is of tijdens een andere happening. Ook de nasleep van het behalen van één van de awards heeft op iedereen een uitstraling: er hangen oorkondes aan de muur, de volgende dag wordt op de afdeling(en) gebak geserveerd en publiciteitsuitingen gaan de deur uit. Het zet het contactcenter of de afdeling CRM tot aan de Raad van Bestuur op de kaart. En dat is belangrijk! Iedereen is er ook trots op. De weg ernaartoe is een feest, de uitreiking eveneens en het effect ook.

Dergelijke prijzen zetten onze branche even in het zonnetje. Dat kan niet genoeg gebeuren!"

CHRISTIAAN POTHOVEN

PARTNER EARLYBRIDGE

"Voor mij zijn de Nationale Contact Center Awards en de Customer Performance Award van de Rijksuniversiteit Groningen het meest interessant.

De NCCA is van belang omdat er een vakjury achter zit. De juryleden onderzoeken de ingezonden cases en bezoeken alle genomineerden voordat zij tot een oordeel komen. Daarbij is deze prijs vakgericht, gaat hij al lang mee en is het een stabiele factor in deze sector.

Het prettige aan de Customer Performance Award is dat die wetenschappelijk doordacht is. Zij hanteren een statistisch model voor deze prijs, dat goed onderbouwd is. Al die andere serviceprijzen die in het leven zijn geroepen doen er eerlijk gezegd niet toe voor mij. Vaak zijn die meer publiciteitsgedreven dan dat er echt sprake is van een inhoudelijke bijdrage aan customer service." ■