



Engagement Made Easy™



CCV-Spezial Cloud:

Szenarien, Arten und Unterschiede



14:00 Uhr

Aktuelles aus dem CCV

Jens Bestmann, CCV-Regionalleiter Nord



14:20 Uhr

Vortrag: Die Cloud: Welche Vor- und Nachteile gibt es in Bezug auf Sicherheit, Skalierbarkeit und Funktionsumfang?

Mush Rahman, Director Operations,
Content Guru



Agenda

- 15:00 Uhr **Vortrag:** Künstliche Intelligenz im Einsatz: Wie kann schnell Mehrwert Mehrwert geschaffen werden?
Richard Manthorpe, Director Product & Strategy,
Content Guru
- 15:40 Uhr **Kaffeepause & Rundgang durchs
„DAS working & living HOUSE“**
- 16:20 Uhr **Vortrag:** Omni-Channel-Contact Center: Ein internationales
Omni-Channel-Beispiel aus einer Kundenreferenz
Andre Vermaat, Customer Care Manager, Feenstra Niederlande
- Ab 17:00 Uhr Content Guru lädt im Anschluss zum lockeren Austausch bei
Fassbier & Musik in die hauseigene Lounge ein!

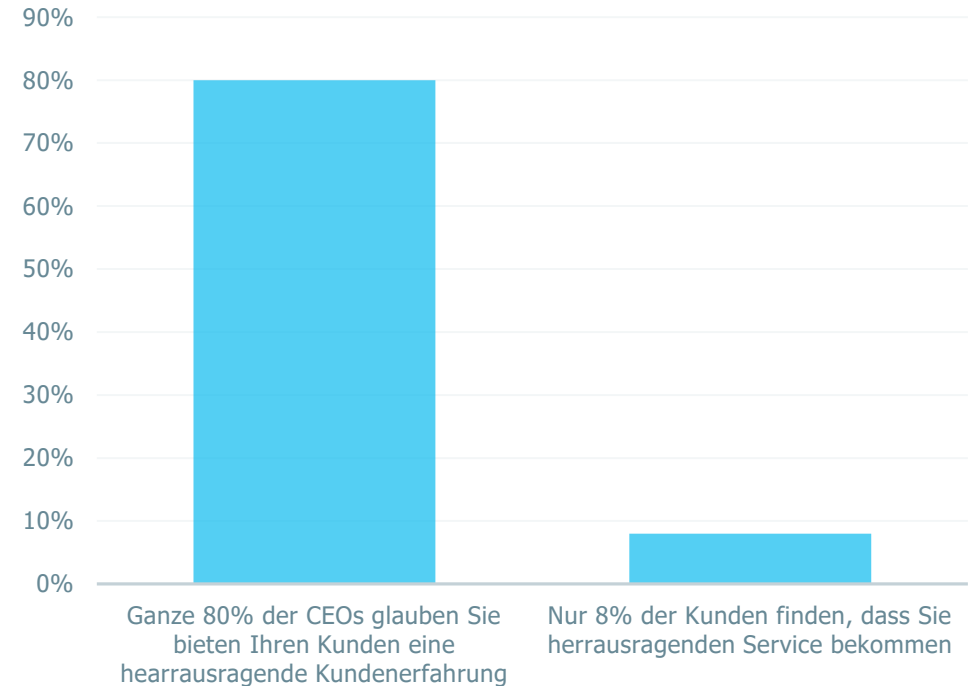


Die Customer Experience Revolution

Zahlen und Fakten

- 80% der Geschäftsführer glaubt, dass Sie Ihren Kunden eine **herausragende Kundenerfahrung** bieten. **8%** der Kunden sieht das genau so.
- Ab 2020 wird die **Kundenerfahrung** als **Alleinstellungsmerkmal** für Unternehmen wichtiger als der Preis und sogar als das Produkt
- **75%** der Kunden benutzen **mehrere Kanäle**
- Der europäische **Cloud** Contact Center Markt wird sich bis 2022 **verfünffachen**
- Bis 2023 präferieren **70%** der Kunden **Sprachschnittstellen** um zu Kundenkontakte zu initiieren. Heute sind das noch 40%.

Die CX Herausforderung



Gartner Magic Quadrant

Contact Center as a Service



Source: Gartner (October 2018)



Source: Gartner (October 2019)

Figure 1: Magic Quadrant for Contact Center as a Service, Western Europe. Published: 15 October 2019. Authors: Simon Harrison, Steve Blood, Drew Kraus.

This graphic was published by Gartner, Inc. as part of a larger research document and should be evaluated in the context of the entire document. The Gartner document is available upon request from Content Guru. Gartner does not endorse any vendor, product or service depicted in its research publications, and does not advise technology users to select only those vendors with the highest ratings or other designation. Gartner research publications consist of the opinions of Gartner’s research organization and should not be construed as statements of fact. Gartner disclaims all warranties, expressed or implied, with respect to this research, including any warranties of merchantability or fitness for a particular purpose.



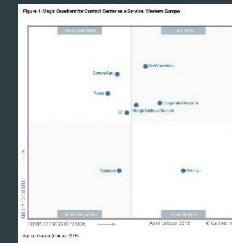
27%

Umsatzwachstum in
2018

Internationale Awards

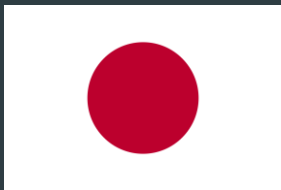


Leader im MQ



Neuen Standort

Content Guru K.K.



Neue Referenzkunden

 **Rakuten**

 **iSupply**
energy

BINCK  **BANK**

30%

Mehr Mitarbeiter
in 2018



CCV Spezial Cloud „Szenarien, Arten und Unterschiede“

Herzlich willkommen bei Content Guru





Neuigkeiten aus dem Call Center Verband Deutschland e. V.

Petra Kranemann, Teamassistentz Finanzen & Verwaltung



...kleiner Auszug der aktuellen Neumitglieder



- CC-Dienstleister
- Sitz: Herbrechtingen



- Soft-/Hardware
- Sitz: Berlin



- CC-Dienstleister
- Sitz: Langenfeld



- CC-Dienstleister
- Sitz: Sarajewo



- CC-Betreiber (inhouse)
- Sitz: Leipzig

Sponsored by





Für unsere Neumitglieder gibt es aktuell folgende Aktion



Unternehmen mit angeschlossener CC-Einheit erhalten folgende Begrüßungsgeschenke

- die Sprachampel *VoiceCoach* von ProCom-Bestmann, um stimschonend den täglichen Telefonverkehr zu erleben
- Und das Headset Jabra Biz 2300 mit dem Sound der Spitzenklasse
- Probepaket mit GeloRevoice Halstabletten®



Sponsored by



„ ...für unsere Mitglieder gibt es immer wieder Angebote und Sonderkonditionen



Bei einer Stellenbesetzung über die Personalberatung Personal Excellence bekommen Sie als Benefit drei Business-Coachings für Ihre neue Führungskraft im Wert von 650 € dazu!



H-Hotels.com

Sonderkonditionen für deutschlandweite Übernachtungen im Jahr 2019 in den Häusern der [H-Hotels.com](https://www.h-hotels.com).



10% Sonderrabatt auf die monatl. Servicegebühr, Sodexo unterstützt Sie gern, die Motivation und Lebensqualität Ihrer Mitarbeiter zu erhöhen.



Bei Buchung bestimmter Coachings gibt es einen Schulungstag kostenfrei on Top

Sponsored by





In eigener Sache: **Bündnis für Ausbildung im Dialogmarketing**



- Zusammenschluss von CC-Club, DDV und CCV und einiger Unternehmen zur Förderung der Ausbildungsberufe (Kaufmann/Kauffrau für Dialogmarketing, Servicefachkraft für Dialogmarketing)
- Imagearbeit – Steigerung der Ausbildungszahlen

Alle **Informationen** dazu finden sie unter:

Website: www.ausbildung-im-dialog.de

Facebook:

www.facebook.com/Ausbildung.im.Dialogmarketing/

Kurzfilme mit Azubistatements gesucht! –

ausbildung@callcenter-verband.de



Sponsored by





CCV-Ausschreibungsportal für Mitglieder kostenfrei



Auf unserer Homepage www.callcenter-verband.de/angebote/ausschreibungsportal

können Sie als Unternehmen geschäftliche Ausschreibungen mit allen erforderlichen Informationen und Hinweisen für Ihren zukünftigen Dienstleister oder Partner oder zukünftige Mitarbeiter kostenfrei veröffentlichen.

Zugang für CCV-Mitglieder **kostenfrei**

Auszug aktueller Ausschreibungen:

- 16.10.2019 | Callcenter für B2C-Outbound-Projekt gesucht
- 15.10.2019 | Callcenter für KmU Inbound-Projekt gesucht
- 14.10.2019 | CC für Überlauf-Service gesucht
- 14.10.2019 | Telefonische Akquise BtoB – Fahrzeugortung
- 09.10.2019 | CC gesucht für kleines B2B-Outboundprojekt in Berlin

Sponsored by



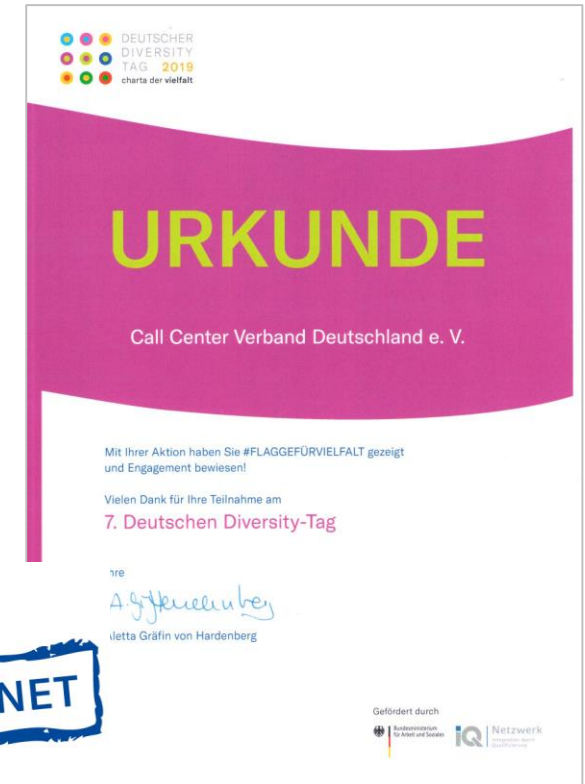
” CCV-Engagement: **Charta der Vielfalt**



Der CCV setzt mit der Unterzeichnung ein deutliches Zeichen für eine Unternehmenskultur, die auf Respekt und gegenseitiger Wertschätzung basiert. Frei von Vorurteilen wie zum Beispiel Geschlecht, Behinderung oder Religion.



charta der **vielfalt**



Sponsored by



” CCV-Lobbyarbeit: **Wir machen uns für Ihre Anliegen stark und unterstützen Sie!**



Unsere aktuellen Themen:

Bestätigungslösung

- CCV-Stellungnahme an zahlreiche politische Ansprechpartner überreicht
- für CCV-Mitglieder auf der Website einsehbar
- 25.09.: CCV-Präsident Dirk Egelseer als Sachverständiger im Bundestag

Datenschutzgrundverordnung

- CCV-Roadshow 2018
- Infos auf der Website unter Themen/Datenschutzgrundverordnung
- Vorträge auf Regionaltreffen und der Jahrestagung 2018

Mitarbeiterführung und Arbeitsrecht im Kundenservice

- CCV-Roadshow 2019 mit deutschlandweit drei Terminen

ePrivacy-Verordnung

- Regelung spezifischer Bereiche der elektronischen Kommunikation
- endgültiger Verordnungstext liegt noch nicht vor

Alle Infos dazu unter:
www.ccv-positionen.de

Sponsored by



” In allen Regionen gibt es Veranstaltungen zu unterschiedlichen Themen



Wann	Was	Wo	Gastgeber
29.10.	Regionaltreffen Ost , Sicherheitsrelevanzen im Tele-Marketing	Leipzig	Enghouse AG
30.10.	Fachgruppe Versicherungscallcenter	Düsseldorf	Sparkassen Direktversicherung AG
14./ 15.11	Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft 2019	Berlin	CCV
27.11.	Webcast: „Mehrstufige Kundenserviceprozesse im Contact Center“		SoftBcom
04.12.	CCV-Regionaltreffen West	Bad Hersfeld	Summacom
12.12.	CCV-Regionaltreffen Süd	Nürnberg	Datev eG

Sponsored by



„ Unsere Jahrestagung findet regelmäßig mit einem spannenden Schwerpunkt statt



Die diesjährige Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft startet unter dem Motto

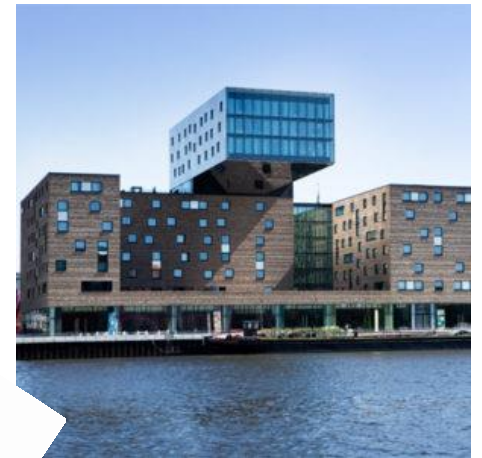
„Smarter, Interaktiver, Callcenter“

Datum: 14. und 15. November im Hotel nhow Berlin
Veranstaltungsort: nhow Berlin

Mitgliedersparpaket: 669 € zzgl. Steuer

Anmeldung ist auf unserer Homepage noch möglich

Vormerken: 12./13.11.2020



Sponsored by



Die diesjährige Agenda bietet interessante Vorträge und spannende Referenten



Moderation durch **Antje Diller-Wolff**

Martin Limbeck

- Polarisierend, provozierend und motivierend
- Gründer und Inhaber der LIMBECK® GROUP
- Autor zahlreicher Bestseller

Philip Keil

- Experte für Change-Management, Führung und Teamwork
- Über 8.000 Flugstunden, tausende Starts und Landungen und ein Flug, der sein Leben veränderte ...

Elke Schilling

- Vorstandsvorsitzende des Silbernetz e.V.
- Der traurige Tod ihres einsamen Nachbarn brachte Elke Schilling auf eine geniale Idee ...

Sponsored by



„ ...Anmeldungen sind noch möglich



Markus Nöthen

- Bundesfachgruppenleiter, ver.di –
- Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft

Titus Dittmann

- Skateboard-Pionier, Unternehmer und Rennfahrer, Ex-Studienrat, Jugendlobbyist, Keynote Speaker, Uni-Dozent, Medienliebling und vor allem: Social Entrepreneur und Anstifter.
- sein Mantra lautet: „Das Herz muss brennen!“

Reinhard Houben

- Wirtschaftspolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion
- Mitglied des Beirats bei der Bundesnetzagentur

Mitgliederversammlung mit Vorstandswahl: 15. November

Sponsored by



” Auf die Preise – fertig - los



Auf der Abendveranstaltung der Jahrestagung wird auch der **16. CCV Quality-Award** verliehen. Nominiert sind folgende Unternehmen in den Kategorien:

- **Mitarbeiterorientierung** Lufthansa Global Tele Sales GmbH, Berlin
SOKA-BAU, Wiesbaden
World Vision Deutschland e. V. , Friedrichsdorf/Hessen
- **Kundenzufriedenheit** Unternehmen Stadtwerke Lübeck GmbH
DHL Express Customer Service GmbH, Hamburg
Competence Call Center GmbH, Berlin
- **IT-Innovation** Bundesagentur für Arbeit
mobile.de GmbH
Nuance Communications Germany GmbH
TAS AG.



Bekanntgabe der Gewinner erfolgt am 14. November

Sponsored by



” CCVNews – das Verbandsmagazin



CCVNews 2019: „Alles, was Recht ist“

- Download auf der CCV-Website (Reiter Presse)

CCVNews 2020

- jetzt Anzeige/Advertorial buchen (10 % Frühbucherrabatt)
- ab 490 € zzgl. MwSt.



Sponsored by





CCV-Geschäftsstelle ist umgezogen



- Seit 6. August mit neuer Adresse: **Gertraudenstraße 20, 10178 Berlin**
- Zentrale Lage
- Unmittelbare Nähe zum Haus der Wirtschaft
- Nähe zu anderen Verbänden



Sponsored by





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



CCV

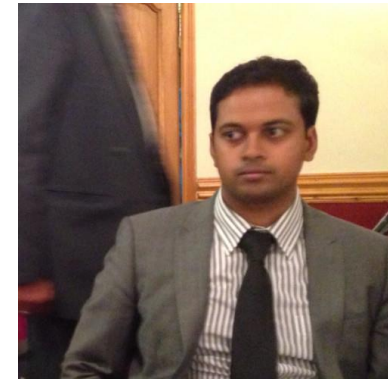
Die Stimme der Branche.

Sponsored by



Die Cloud: Welche Vor- und Nachteile gibt es in Bezug auf Sicherheit, Skalierbarkeit und Funktionsumfang?

Mush Rahman,
Director Operations, Content Guru



Sponsored by



Definitionen – On-Premise, Hosted & Cloud



Vergangenheit

Call Center



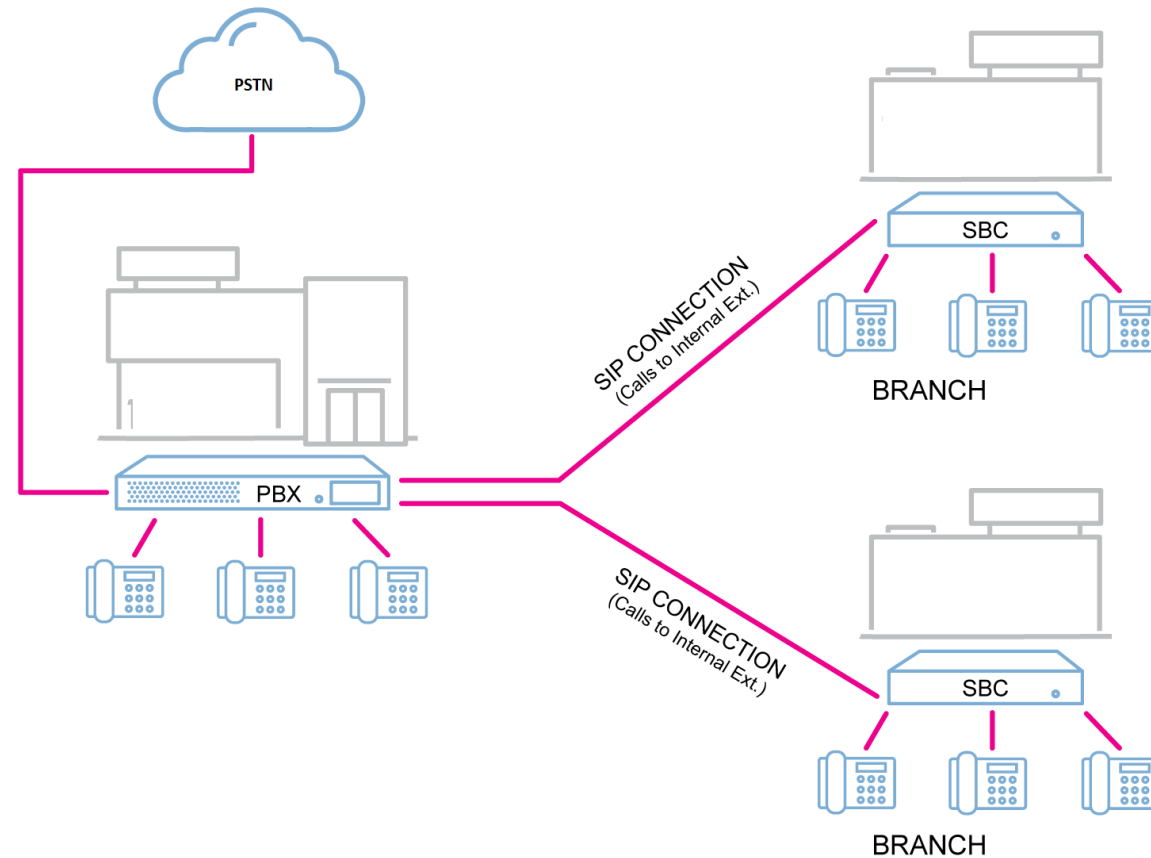




Definitionen

On-Premise

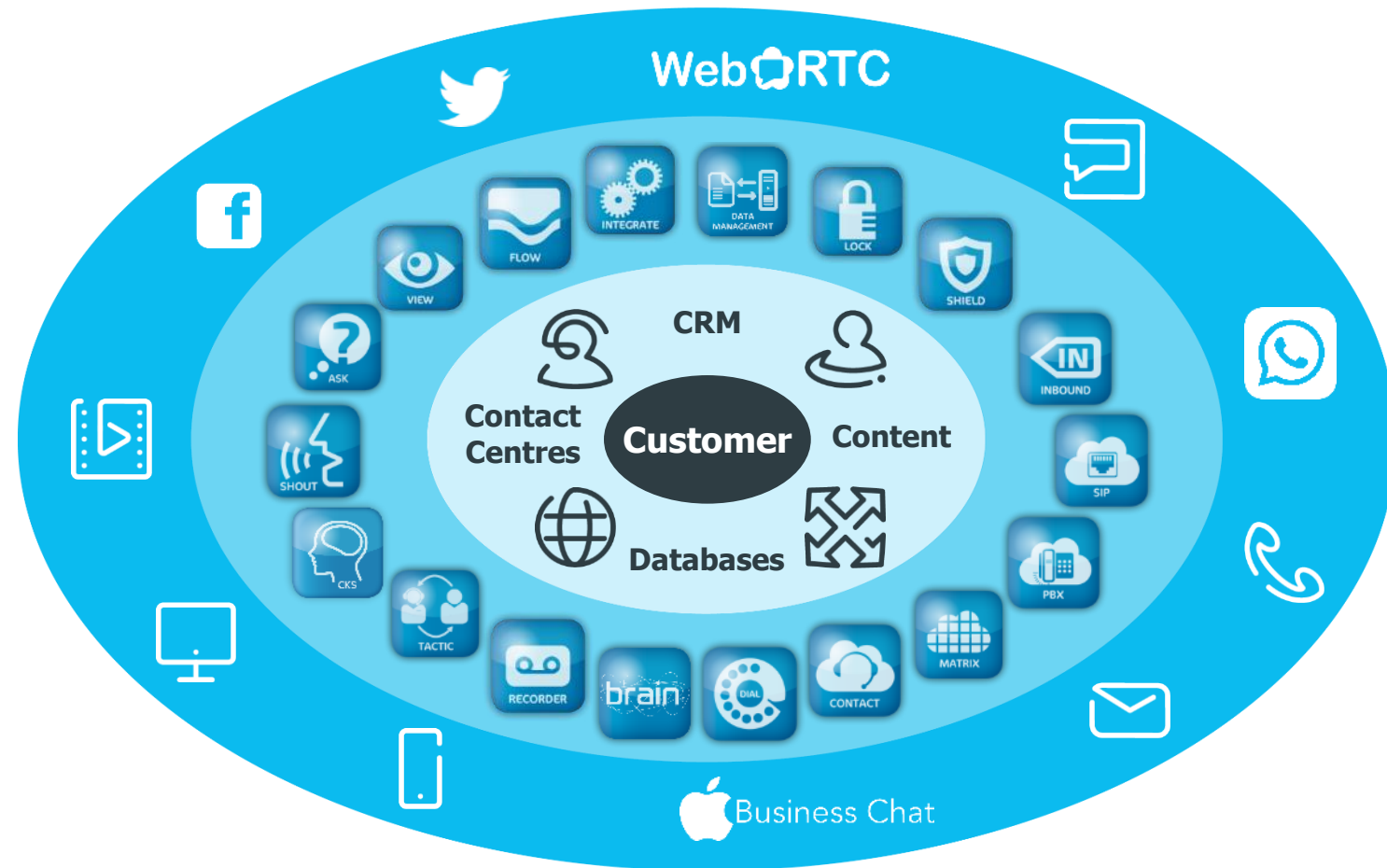
- Power & rack space procured internally within office building communications room to host hardware.
- Hardware purchased as Capex with annual support contract
- Staff trained or recruited to manage PBX and Contact Center
 - Monitoring
 - Security patching
 - Maintaining regulatory compliance, i.e. PCI
 - Software upgrades
- PSTN lines procured separately and capacity limited to required amount
- Cost for upgrades or agreed amount of upgrades per year as part of maintenance package



- Hardware purchased as Capex with annual support contract, but hosted in 3rd party data centre.
 - In some cases procured as a monthly recurring fee
- Typically service managed by 3rd party
- PSTN lines procured as part of the service or separately
- Capacity limited to required amount
- Cost of upgrades or agreed amount of upgrades per year as part of maintenance package
- Monitoring of service and maintenance typically performed by 3rd party



- Multi-tenanted solution hosted in typically multiple redundant data centres
- No extra hardware needed per deployment
- Pay per user per month model
- Control over your own security & data



- **Public Cloud**

- Infrastructure is typically deployed in the likes of AWS and Azure
- No need to deploy physical hardware
- Typically using the CPU and memory needed and can support elastic scalability during peaks
- However, the availability SLA for Compute is typically not more than 99.99
- Regulatory challenges in some regions where there is no instance in the local region
- Not possible to deploy certain monitoring tools, in particular for voice

- **Private Cloud**

- Still a multi-tenanted solution
- Physical hardware hosted in multiple data centres
- Availability is typically 99.999
- More control over monitoring
- Short term can be more costly. However, over a few years, it can become more cost effective than a Public Cloud deployment

Die Cloud Analysiert



- OpEx model procuring hardware
- Limitless capacity
- Evergreen platform
- Multiple channels of communications already exist
 - Voice
 - Email
 - Web Chat
 - Social Media
- Some may even have PCI and other regulatory certificates
- Maintenance done by Cloud provider
 - Patching
 - Real-time and historical monitoring
 - Regular activities for PCI and other regulatory audits
 - Frequent upgrades for latest features and performance improvements
- High resilience

- Return of investment compared to CapEx model needs to be considered for longer term contracts
 - However, consider operational maintenance, employee overheads and cost for upgrades for maintaining premise-based solutions
- Connectivity costs to the Cloud need to be considered
 - Recommended to be used over a dedicated IP-VPN circuit for guaranteed QoS
- Shared platform with other customers
 - Cannot always dictate change freezes as and when desired
- Need to invest time to check security practices and accreditations
 - Some Cloud platforms have many certifications that should ease any concerns here

- More and more organisations are moving to Cloud
 - Gartner predicts over \$300 Billion cloud expenditure by organisations in 2022 compared to about \$150 Billion.
 - Current adoption of about 30% globally
 - In 5 years expectation is closer to 80%
- The solutions are maturing. Some of the most established Cloud providers have been operating platforms for over 10 years.
 - Scalability and reliability cannot be matched by premise-based solutions in many cases
- A Cloud deployment removes operational overhead in your business to allow focus on other areas
- Security is less of a concern than it was in the early days.
 - Some enrolled in government security programmes and have certifications such as ISO27001
 - Critical public service contracts are already using the Cloud

Thank You

Questions and Answers



Künstliche Intelligenz im Einsatz: Wie kann schnell Mehrwert geschaffen werden?

Richard Manthorpe
Director Product & Strategy, Content Guru

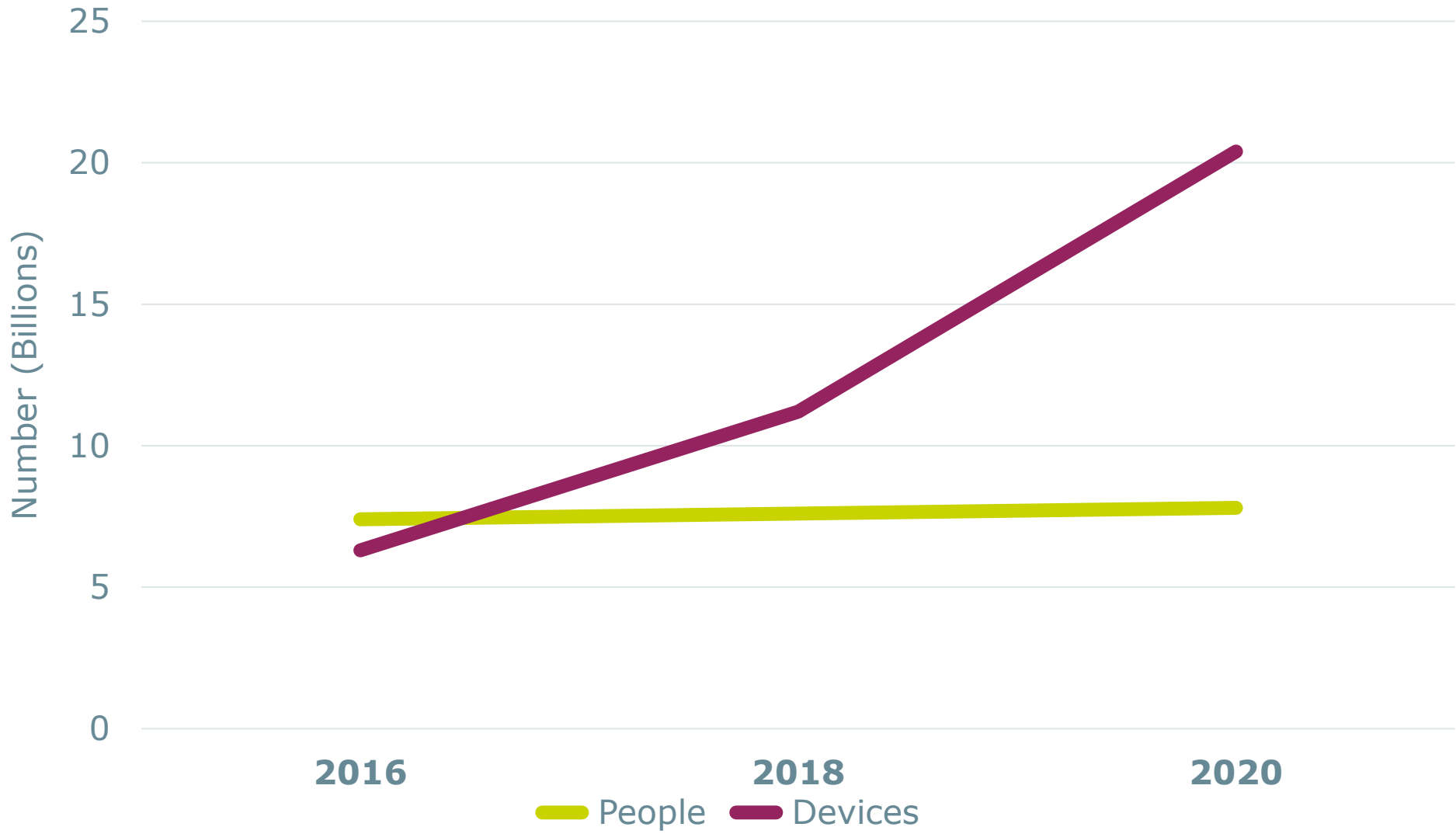


Sponsored by



Artificial Intelligence in Action

The Changing Landscape



Artificial Intelligence in Action

Evolving Customer Expectations



Today – Omni-channel personalised experience



Wherever
people are



Whenever
they like



Whatever
the device

Artificial Intelligence in Action

Digital is becoming the norm

83%

say they are willing to use online services (even if this means changing their habits and behaviours)²

92%

of people expect organisations to offer an online self-service support portal¹

The amount of people who choose to self-serve online instead of attempting to contact a live agent¹

64%

¹ Microsoft, 2018

² CCW Report, 2019

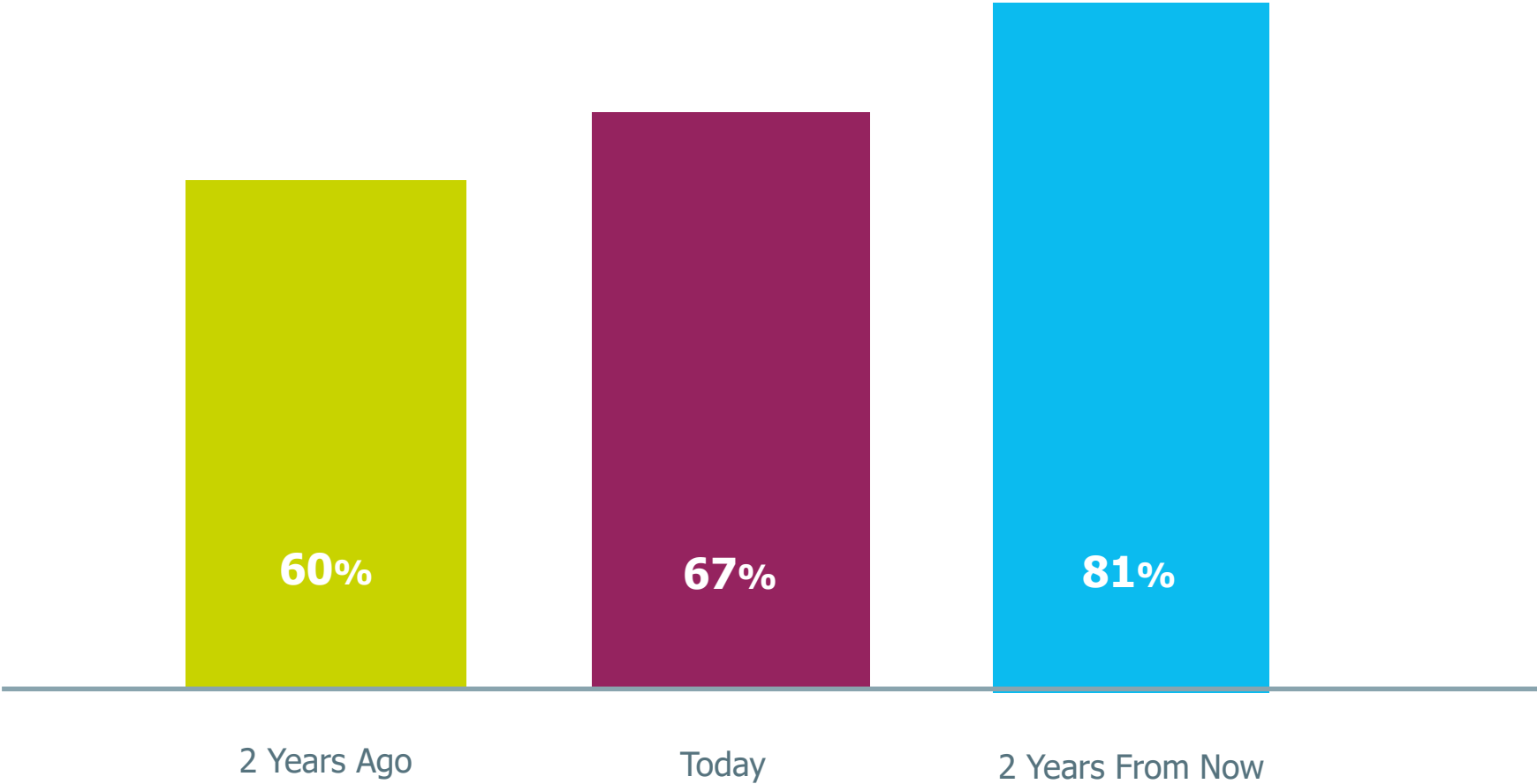
Artificial Intelligence in Action

The Evolution of Voice



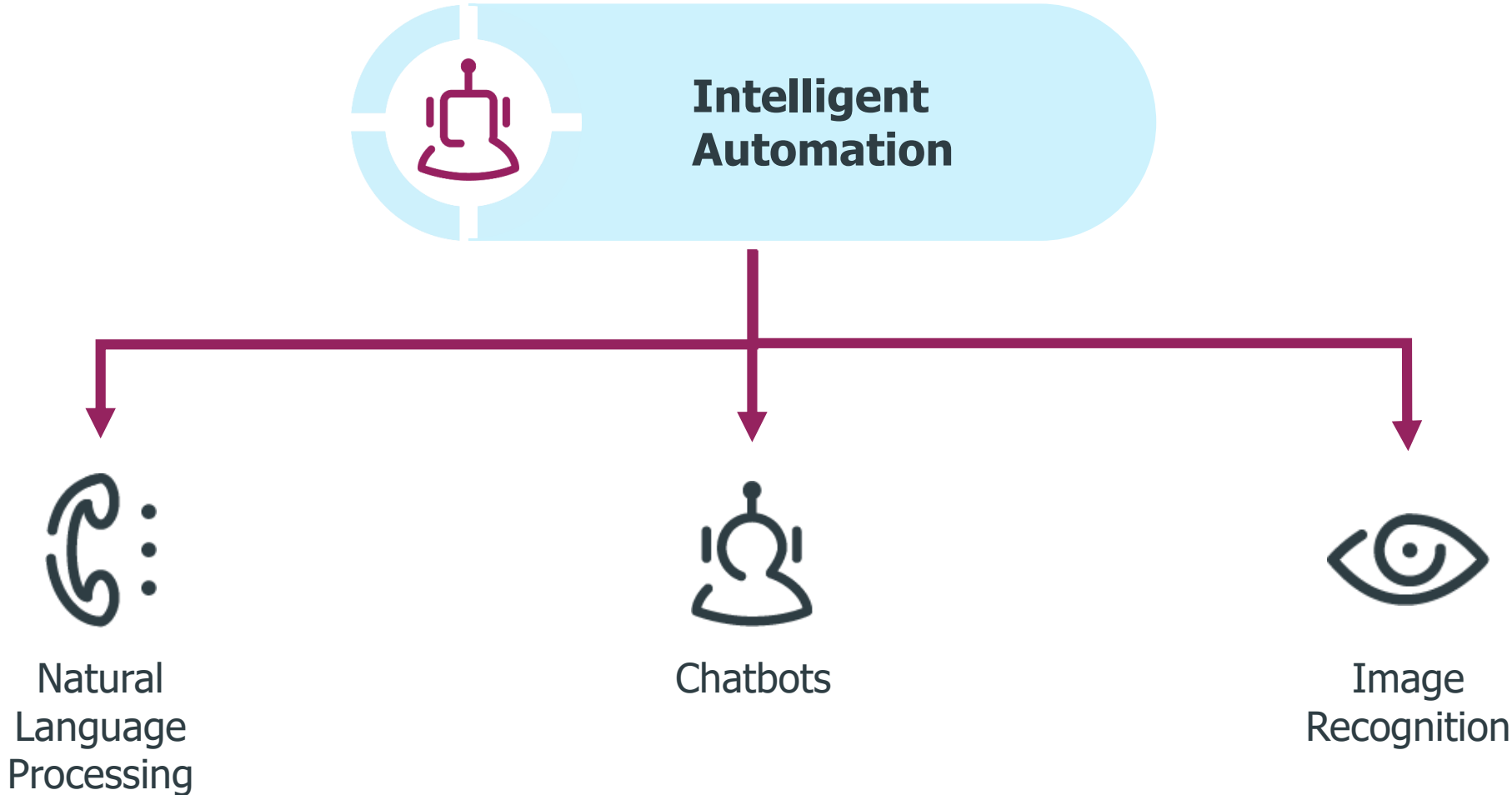
According to Gartner, by 2020 some people will have more conversations with voice assistants than with their spouses.

Two-thirds of Companies Now Compete on the Basis of CX



59%
of people have higher expectations for customer service than they did just a year ago

Gartner





Understanding and transcribing
human speech

Natural Language IVRs



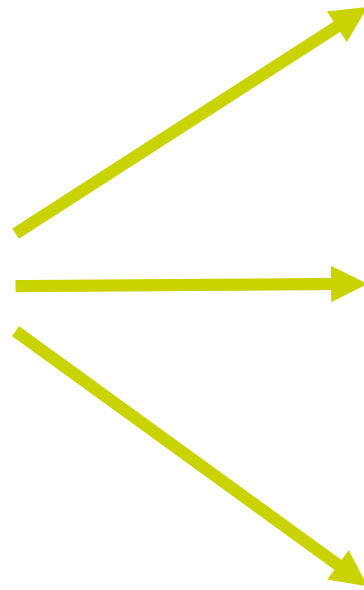
A Natural Language IVR captures unstructured speech from the caller to understand their intent.

Whilst speech detection will never be 100% accurate, it allows a much greater understanding of customer intent than pressing a DTMF key for a generalised subject.

It also opens up possibilities for greater self-service IVRs, as the caller is no longer limited to pressing keys 0-9.



Natural Language Processing



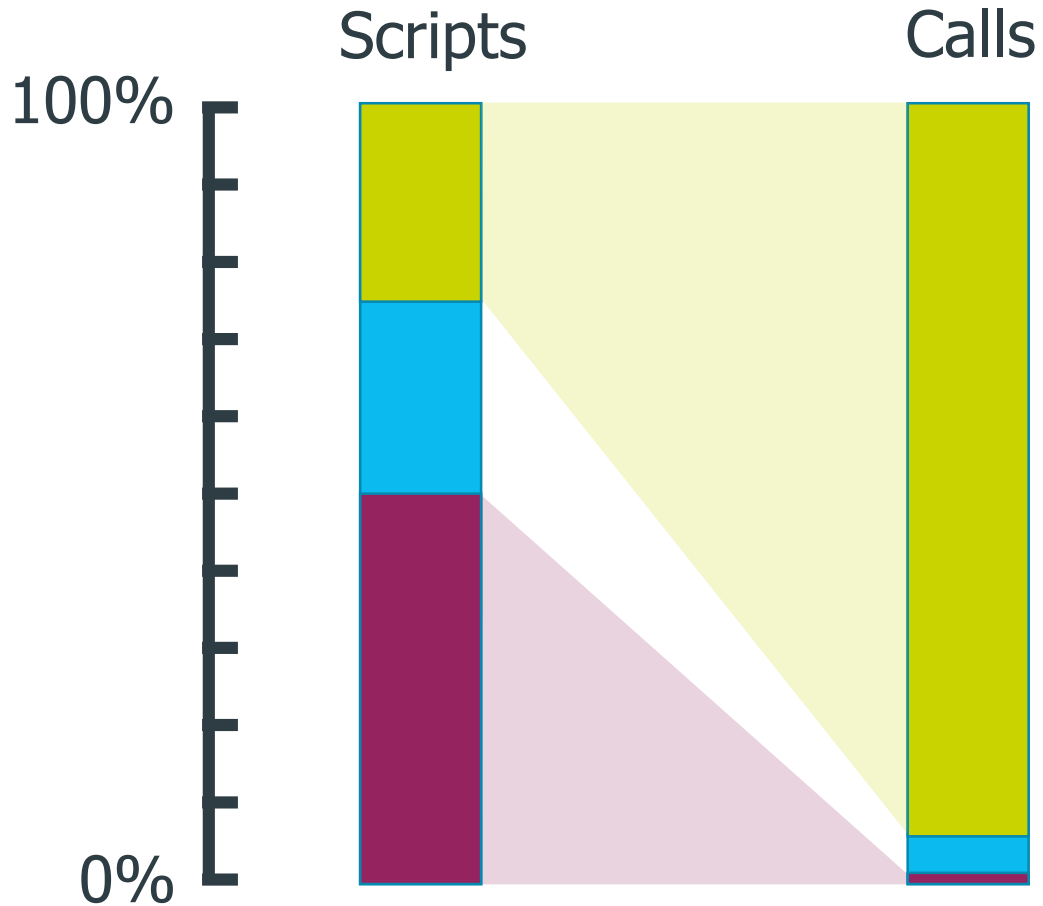
Understanding caller intent to reduce AHT, increase FCR, and improve customer experience

Faster transfer of information and no need for repetition

Efficient, intelligent routing to reduce wasted agent time in internal transfers

Artificial Intelligence in Action

NL IVR – Mistakes to Avoid



50m calls over 2 years – 17m different routes through the NL IVR

50% of scripts handling just 1% of calls

25% of scripts handle 95% of calls



Effortlessly simulate human
conversation

Chatbots can be used for two main purposes:

- Providing **automated responses** to customers, whereby customers can converse with a chatbot and receive fast, automated responses. Should be transactional rather than informational.
- **Assisting agents**, whereby agents can be prompted with suggested responses, provided with relevant knowledge base articles, or handed a customer interaction where intent and identification (ID&V) has already been realised.

Saves agent time for
crucial enquiries

Avoids repetition for
customers

Increases efficiency
and speed

Live agents and chatbots should be used seamlessly alongside each other to maximise efficiency and ensure the best possible customer experience.

Benefits of Virtual Agents



- ✓ (Un)Structured Data
- ✓ Logic
- ✓ Pattern Finding

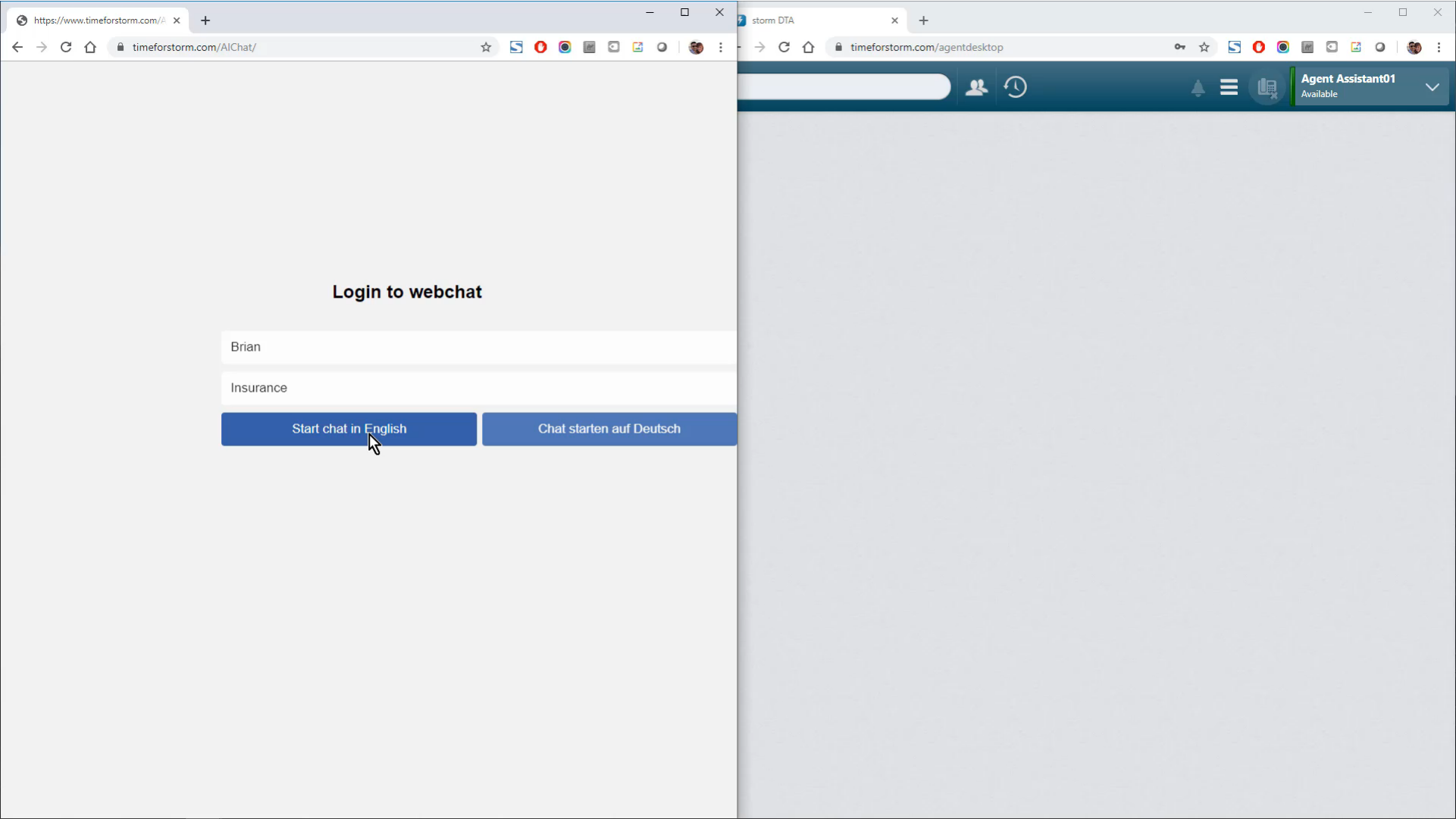
Benefits of Live Agents



- ✓ Subjective Topics / Context
- ✓ Emotional Intelligence
- ✓ AI (Actual Intelligence)

Artificial Intelligence in Action

Agent Assistant in Action



Artificial Intelligence in Action

Chatbot Use Cases



UNDERSTAND

Data to equip agents with information to offer personalised interactions



SHIELD

Protect agents from dull and repetitive tasks that are unrewarding




ANSWER

Help agents make informed decisions with deep analysis of unstructured and complex data



GUIDE

Assist agents by recommending quick and accurate answers to complex questions



Recognising and identifying images
in seconds

Image recognition (IR) enables customers to send in images through a variety of channels and data to be automatically attained from these images, which then instigates an action.

Actions can include:

- An automated response
(e.g. completing an insurance claim)
- Reporting and analytics
(e.g. understanding what customers are talking about or deducing sentiment)
- Routing the interaction to an appropriate agent
(e.g. determining the correct pathway based on the subject of the image)

Benefits:



Self-Service:

IR allows customers to engage with organisations and get an automated response without the need to speak to a live agent.



Routing Decisions:

Through taking and analysing data in the image, IR technology can quickly understand the right course of action for that interaction.



Speed and Efficiency:

IR saves both agent and customer time, ultimately increasing satisfaction for both.

Artificial Intelligence in Action

storm® Machine Agents

- Machine Agents process and understand unstructured, natural language.
- Targets repetitive tasks, reducing agent dissatisfaction.
- Leverages the extensive integration capabilities of **storm**® to ensure self-service applications are transactional, not just informational.
- Example use cases:
 - Replacing IVR as a receptionist function
 - Automating tasks via voice, webchat, email etc.
- Can be deployed as an Agent Assistant (alongside existing workforce) or displaying relevant knowledge base articles.



Thank You

Any questions?





Kaffeepause & Rundgang durchs „DAS working & living HOUSE“

Bis 16:20 Uhr



Sponsored by

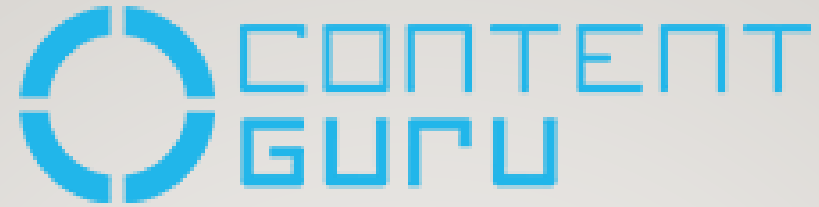


Omni-Channel-Contact Center: Ein internationales Omni-Channel-Beispiel aus einer Kundenreferenz

Andre Vermaat, Customer Care Manager, Feenstra Niederlande

Sponsored by





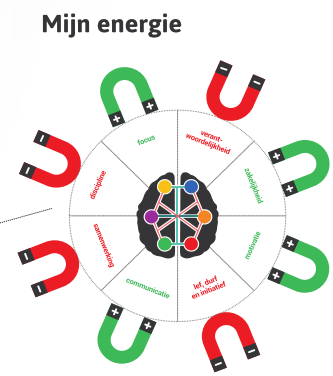
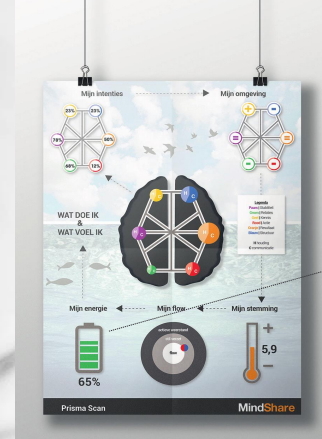
"IMPLEMENTATION OF THE VIRTUAL CONTACT CENTER" & *TECHNICAL AND CULTURAL CHANGE PROGRAM*





Agenda

- Introduction
- Mission and strategy
- Organization Feenstra
- Project group ICT
- Project group HR & Change
- Service Excellence Expedition



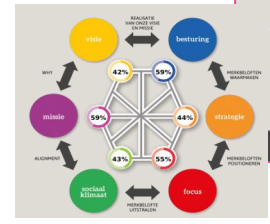
Overzicht doelgroepen-paradigma shifts

	Overal	Direkt	R&D	K&C	HK	K&C	TP
Product → Beleving	X	X	X	X	X	X	X
Tevreden → Enthousiast	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
KTO → Continue klanten	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
Control → Empowerment	X	X	X	✓	X	X	✓
Doelstellingen → Hoger doel	X	X	X	✓	X	X	✓
Competities → Cultuur	X	✓	X	✓	X	X	✓
Proces → Klantreis	X	X	X	✓	X	X	✓
Leveranciers → Partners	X	✓	X	✓	✓	X	✓
NPS → integrale sturing	X	✓	X	✓	✓	X	✓

Ontwikkelingsniveau van effectief werkgedrag

Generieke competenties	Onder begeleiding	Zelfstandig	Voorbeeldgedrag	Ontwikkeld-ambitie
Klantgerichtheid	▲	▲	▲	gemiddeld
Sensitiviteit	▲	▲	▲	snel
Flexibel gedrag	▲	▲	▲	snel
Mondelinge communicatie	▲	▲	▲	snel
Schriftelijke communicatie	▲	▲	▲	gemiddeld
Problemanalyse	▲	▲	▲	langzaam
Oordeelsvorming	▲	▲	▲	langzaam
Resultaatgerichtheid	▲	▲	▲	snel

▲ huidige niveau ▼ GROEI-potentieel



Basis (NAAM) RESPONDENT

Legende:

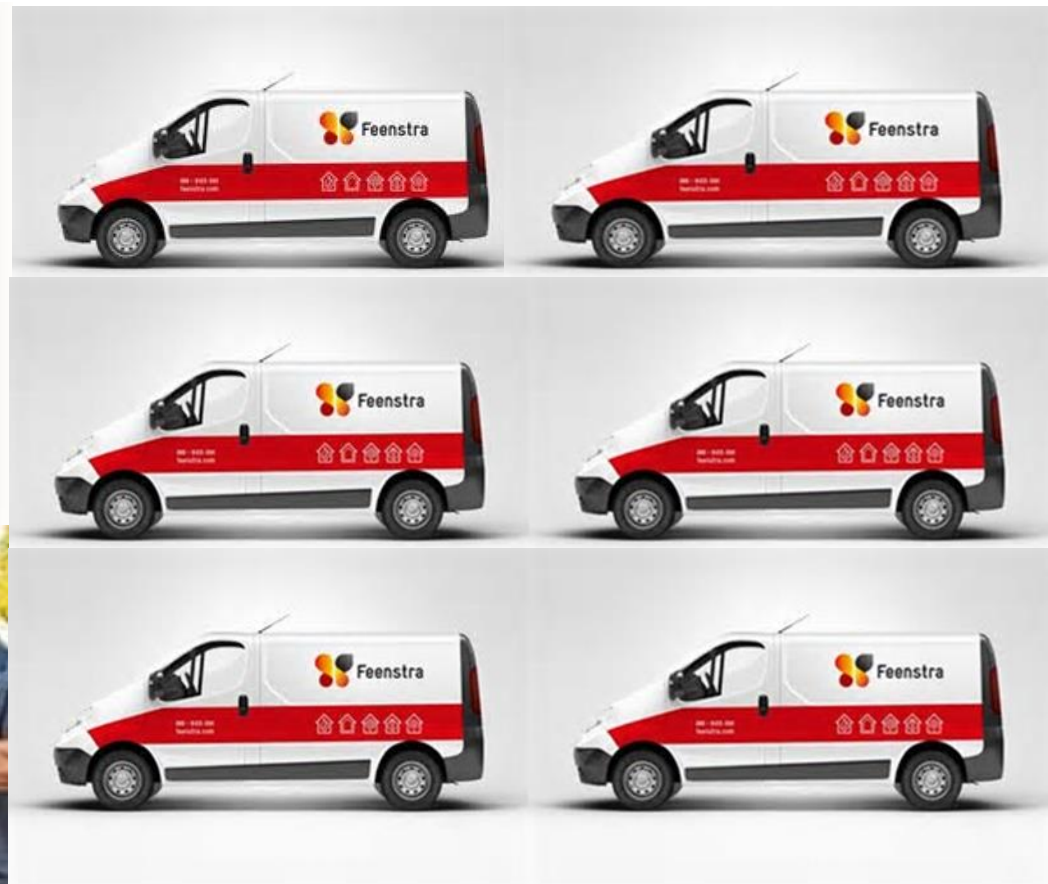
- 1. Aankomende
- 2. In de loop
- 3. Niet aanwezig
- 4. Niet bereikbaar
- 5. Niet beschikbaar

Andre Vermaat



MIND SHARE **surprisingly different**

FEENSTRA INTRODUCTION



1300	Employees
800	Engineers
800.000	Households and businesses
1.1	Million contacts
14	Service Locations

“how do we set up the service strategy to achieve the business goals”

- Strategic and tactical decisions ?
- What are the consequences ?
- Which systems are required ?
- How do we organize it, and what is the best way to achieve it ?
- Where & when do we start ?

TRENDS



Feenstra Customer service Mission

Delivering a Excellent Service Experience in all channels, at any time, regardless of the person, place or contact moment in the customer journey at Feenstra

Strategy & Tactics

Take Responsibility

Surprise the Customer

I Empathize

Improve continuously

Service Excellence Model

Customer Journey Design

Culture to Serve

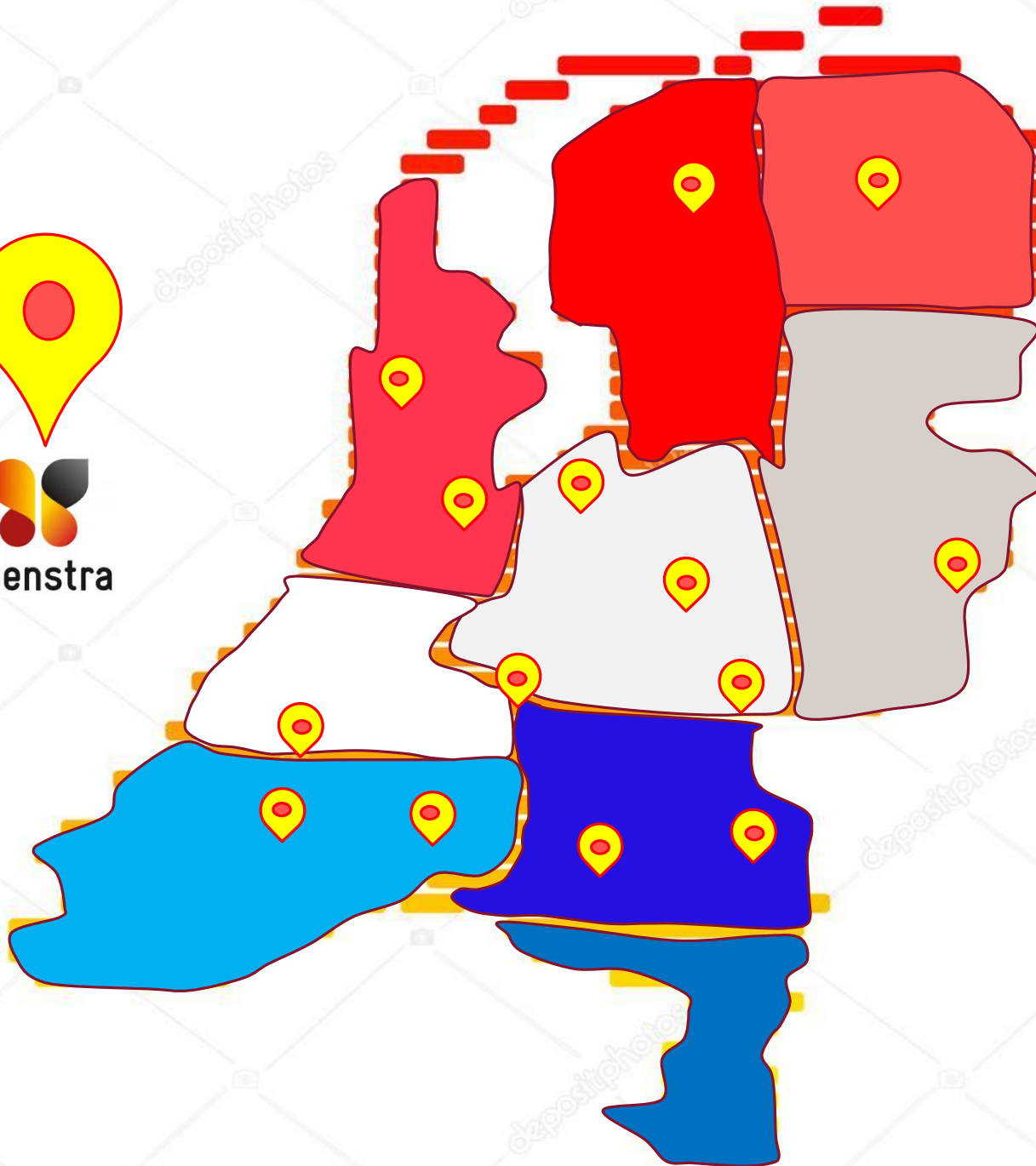
Improvement cycle

Operational control





Feenstra





Feenstra





Agenda

- Introduction
- Missie en strategy
- Organization Feenstra
- **Project group ICT**
- Project group HR & Change
- Service Excellence Expedition

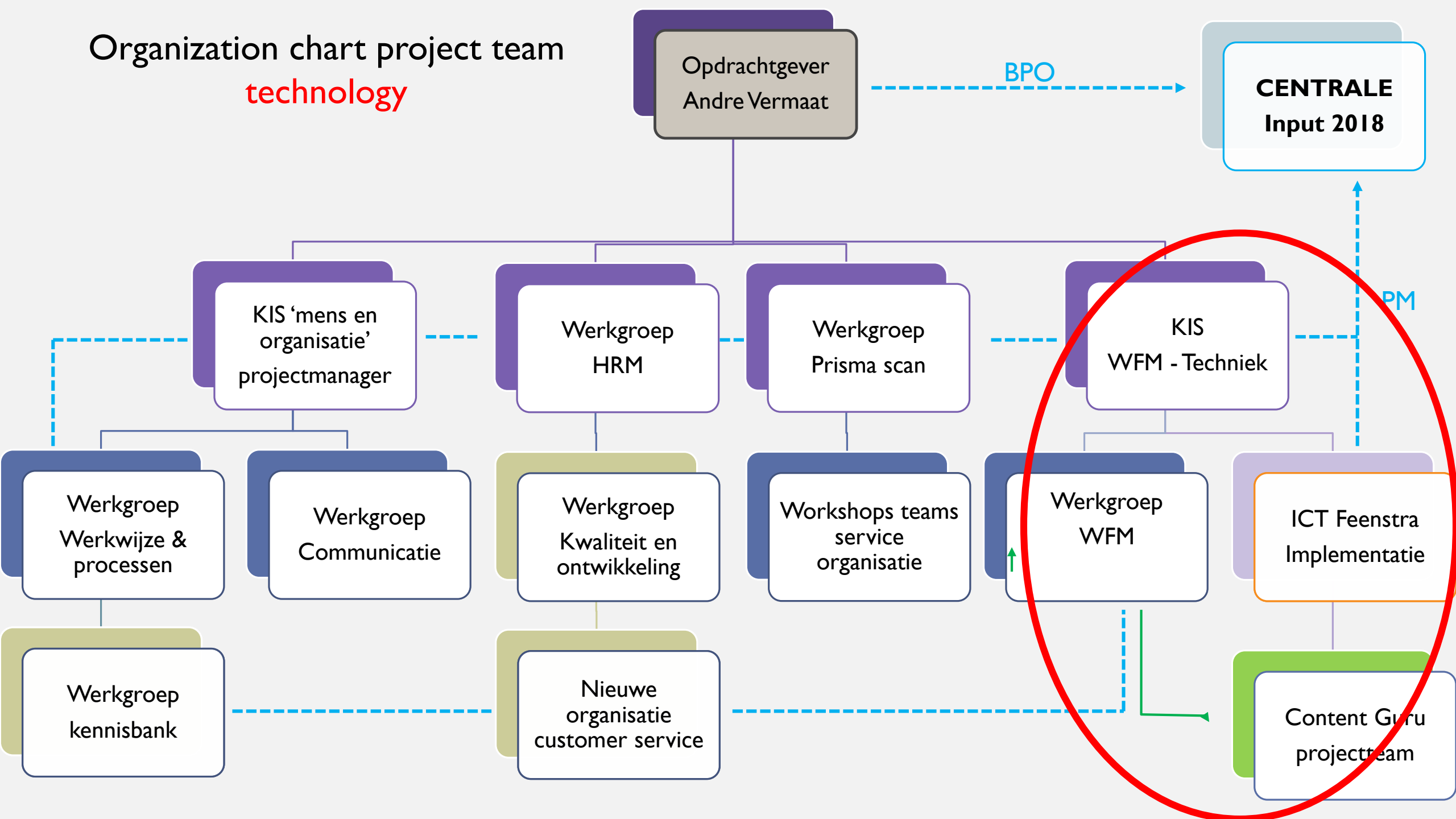
PROJECT K.I.S. (KLANT INTERACTIE SYSTEEM)

- **What is the KIS project?** : implementatie of (Cloud) service center including the (cultural) change

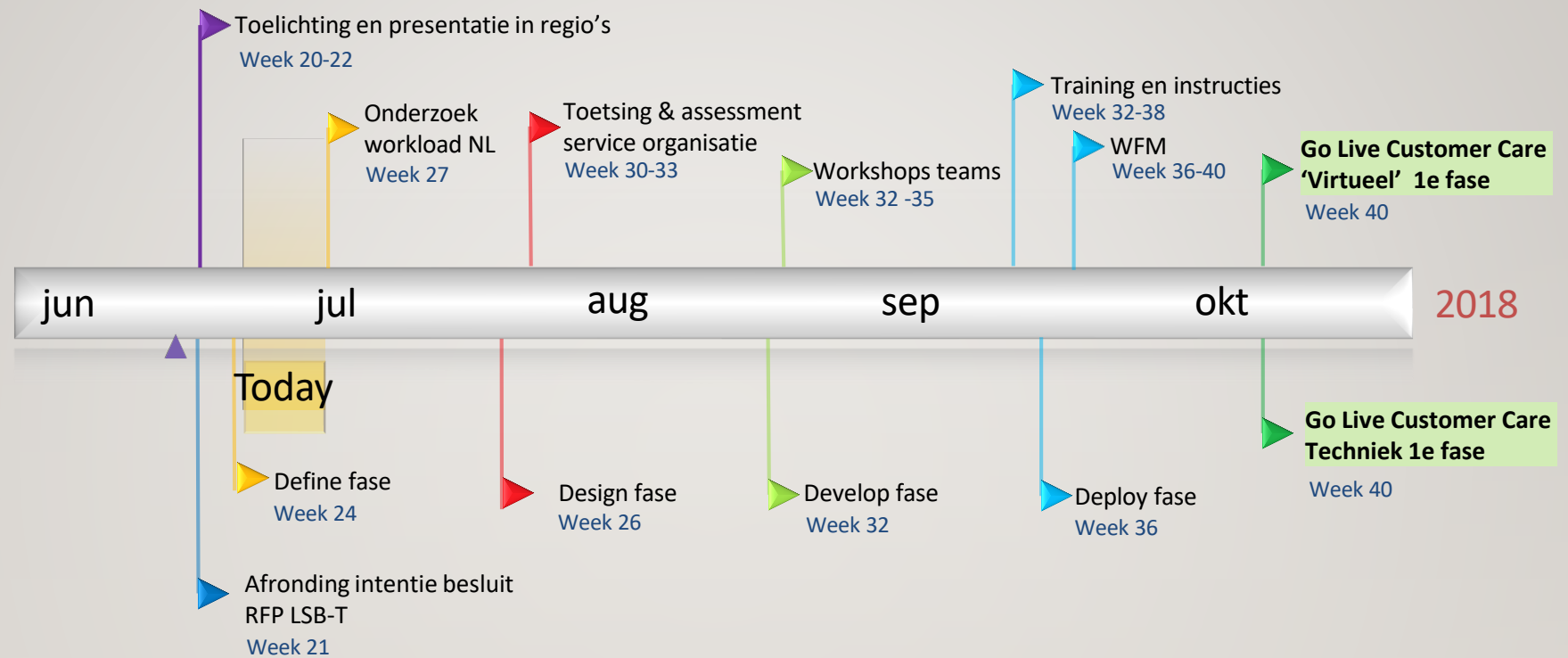
I. **Technical** : Cloud service platform, IVR, network, hardware, configuration, routing..

I. **Organization** : culture change, training, new skills collaboration, mindset....

Organization chart project team technology



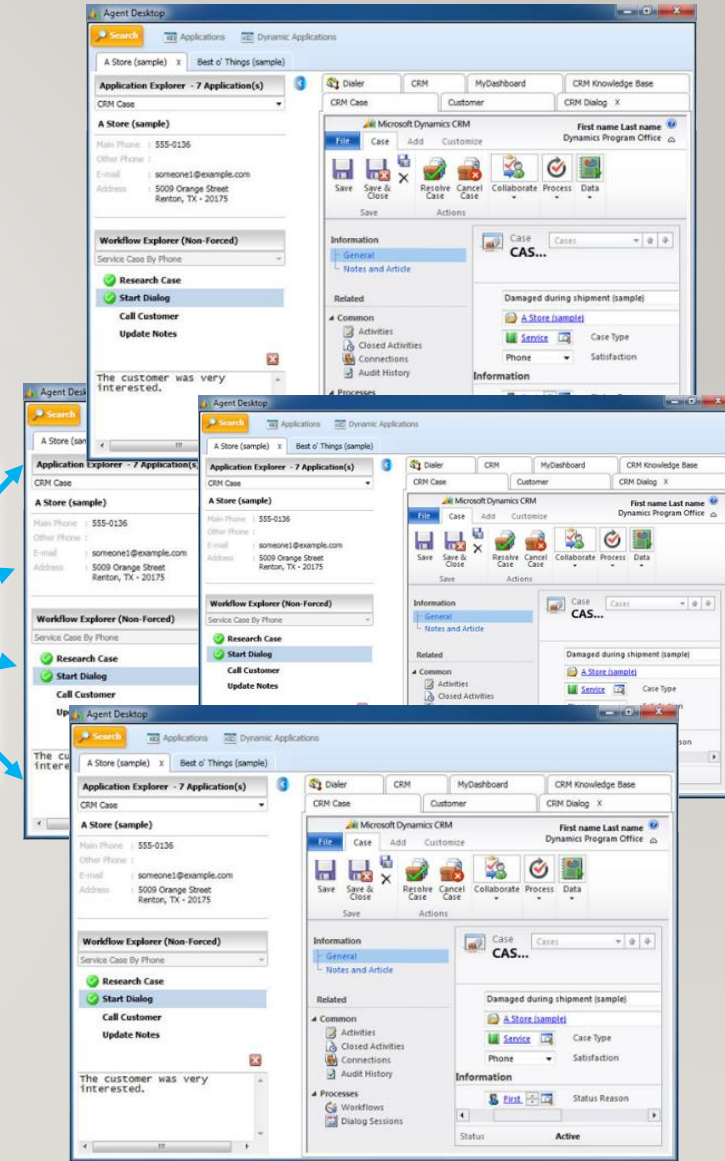
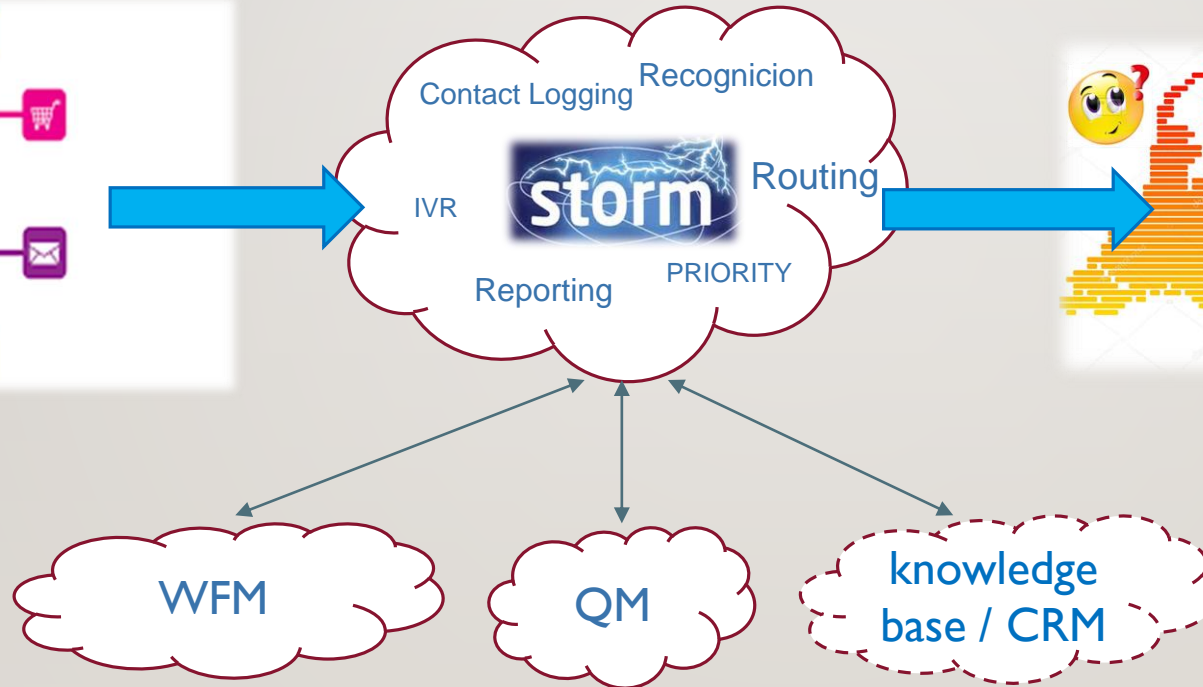
Planning KIS project – HRM, Culture & Organisatie



Planning KIS project – Techniek

THE DESIGN OF THE SYSTEM

Cloud platform, omni-channel...



..... UPGRADE OF THE TECHNICAL INFRASTRUCTURE

OLD



- ✓ Hardware on location
- ✓ Routing **call** only
- ✓ Basic postal codes > location
- ✓ By choice menu to local (skilled) agents
- ✓ Call overflow by waiting time....
- ✓ No insight previous contacts
- ✓ Transferring customer case by mail.
- ✓ SLA per location

NEW



- ✓ In de 'Cloud'
- ✓ Routing **all** contacts call, email, chat, letter, outbound, social, W-app,
- ✓ Intelligente routing on the basis of : call nr, PC, multiple queues, SLA%, agent skills, historie & customer file
- ✓ Omni-channel contact insights
- ✓ Transferring customer contact in the Cloud - 'warm' transfer
- ✓ One Feenstra Service SLA

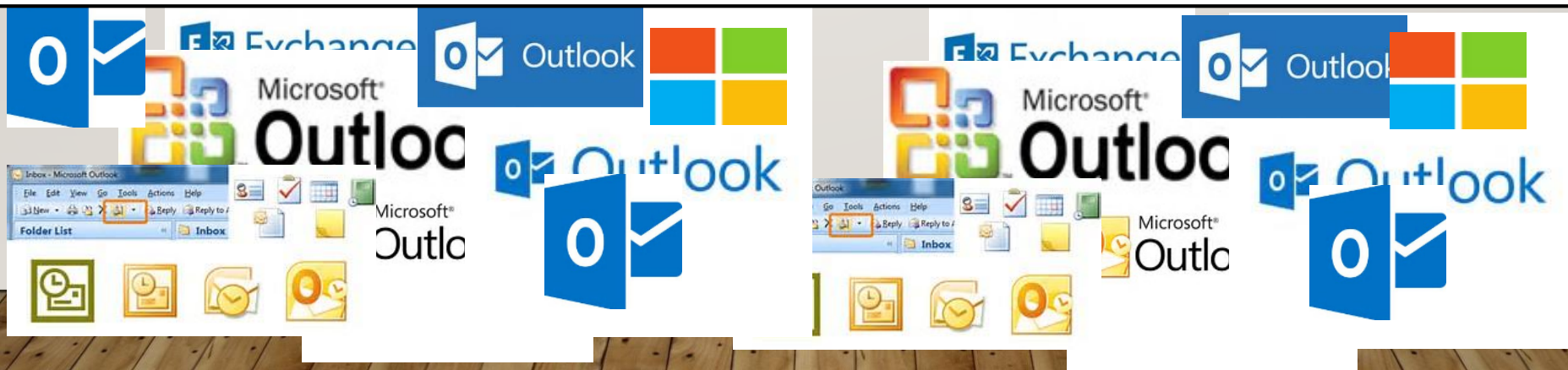
Avaya CMS	AMS Monteur	CM AmsterdamContract	Avaya CMS	HHW WBV	44	55
Avaya CMS	AMS OH	CM Apeldoorn oh	Avaya CMS	HVC	66	45
Avaya CMS	AMS Storing	CM Apeldoorn storing	Avaya CMS	ICT Helpdesk	0	0
Avaya CMS	AMS_Overige_Ven	CM Drachten Inspecti	Avaya CMS	KGB	51	44
Avaya CMS	AMS_Ven_Onderhoud	CM Duiven Montage	Avaya CMS	KIW	257	272
Avaya CMS	AMS_Whitelabelshop	CM Duiven Storing	Avaya CMS	Metervervanging	5	12
Avaya CMS	Ap_Beveiliging	CM Tiel Administrati	Avaya CMS	Montage	172	213
Avaya CMS	Ap_Isolatie	CM Tiel Monteur	Avaya CMS	Noord HHWC		
Avaya CMS	Ap_Uitvoering_Zon	CM Tiel OH CBC	Avaya CMS	Nuon	400	407
Avaya CMS	Ap_ZON_Admin	CM Tiel Onderhoud	Avaya CMS	Nuon Hotline	9	26
Avaya CMS	Ap_ZON_Operations	CM Tiel St CBC	Avaya CMS	Nuon Monteur	30	26
Avaya CMS	Ap_Zonnepanelen	CM Tiel Storing	Avaya CMS	Onderhoud Drachten	539	570
Avaya CMS	Apel_Overige_Ven	CM Tilburg MO	Avaya CMS	Onderhoud Tilburg	144	161
Avaya CMS	Apel_Ven	CM Tilburg OH	Avaya CMS	Overloop receptie	100	195
Avaya CMS	E	CM Tilburg ST	Avaya CMS	Queue Tilb ZM M O	0	0
Avaya CMS	B		Avaya CMS	Queue Tilb ZM M W	0	0
Avaya CMS	Baren_O		Avaya CMS	Storing Drachten	1413	1166
Avaya CMS	Barend		Avaya CMS	Storing Tilburg	669	733
Avaya CMS	Barendr		Avaya CMS	STW	220	147
Avaya CMS	BC		Avaya CMS	STW Monteur	148	172
Avaya CMS	CAP CBF		Avaya CMS	Telesales Verwarming	510	495
Avaya CMS	CAP		Avaya CMS	Veendam	97	60
Avaya CMS	CAP		Avaya CMS	Veendam Monteur		
Avaya CMS	C		Avaya CMS	Ventilatie Plandesk		
Avaya CMS	C		Avaya CMS	Volmact Drachten		
Avaya CMS	CBC AM		Avaya CMS	WOONopMAAT	39	35
Avaya CMS	CBC Bare		Avaya CMS	ZM Drachten NO Onder	0	0
Avaya CMS	CBC Bar		Avaya CMS	ZM Drachten NO St.	0	0
Avaya CMS	CBC Ba		Avaya CMS	ZM Drachten ZW Onder	0	0
Avaya CMS	CBC CN		Avaya CMS	ZM Drachten ZW St.	0	0
Avaya CMS	CB		Avaya CMS	ZM Tiel Monteur	158	145
Avaya CMS	CBC		Avaya CMS	ZM Tiel OH CBC	26	20
Avaya CMS	CBC		Avaya CMS	ZM Tiel Onderhoud	160	197
Avaya CMS	CB		Avaya CMS	ZM Tiel St CBC	8	14
Avaya CMS	CE		Avaya CMS	ZM Tiel Storing	323	344
Avaya CMS	CBC_Ams_Ond_Outb	CM AmsterdamContract	Avaya CMS	ZM Venray Monteur	158	158
Avaya CMS	CBC_Ams_Overige_Out	CM Apeldoorn oh	Avaya CMS	ZM Venray OH CBC	6	8
Avaya CMS	CBC_Apel_Ond_Out	CM Apeldoorn storing	Avaya CMS	ZM Venray Onderhoud	140	184
Avaya CMS	CBC_Apel_Ov_Outb	CM Drachten Inspecti	Avaya CMS	ZM Venray St CBC	26	10
Avaya CMS	CBC_Bac_Opv_Outb	CM Duiven Montage	Avaya CMS	ZM Venray Storing	421	519
Avaya CMS	CBR Infolijn	CM Duiven Storing	Avaya CMS	ACD Time (s) - Gemiddelde p.w	155,27	156,30
Avaya CMS	CBR MariaST.	CM Tiel Administrati	Avaya CMS	ACW Time (s) - Gemiddelde p.w	70,22	58,43
Avaya CMS	CBR Priolijn	CM Tiel Monteur	Avaya CMS	AHT ACD - totaal	225,49	214,73
Avaya CMS	CBR Stadswarmte	CM Tiel OH CBC	Avaya CMS	Netto workload inbound	1699,01	1684,89
Avaya CMS	CBR ZM Cap. ZD ST	CM Tiel Onderhoud	Avaya CMS	Netto uren Inbound Telefonie	42,48	42,12
Avaya CMS	Centrale Verhuur	CM Tiel Storing	Avaya CMS	Netto workload inbound	1699,01	1684,89
Avaya CMS		CM Tiel Storing	Avaya CMS	Netto FTE Inbound Telefonie	42,48	42,12



Call volume (+ seasonal pattern) is reasonably insightful through the old environment & data.



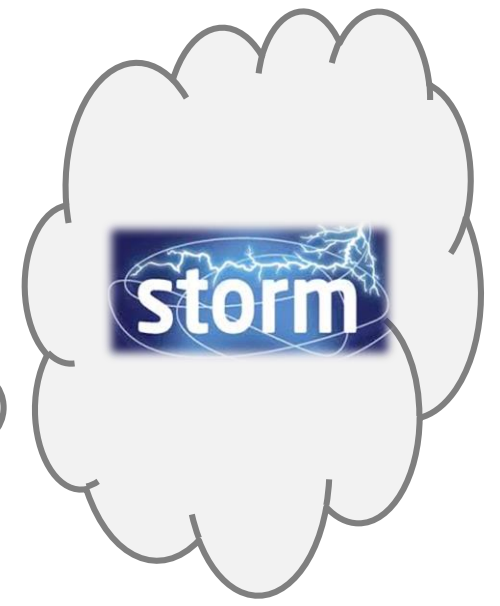
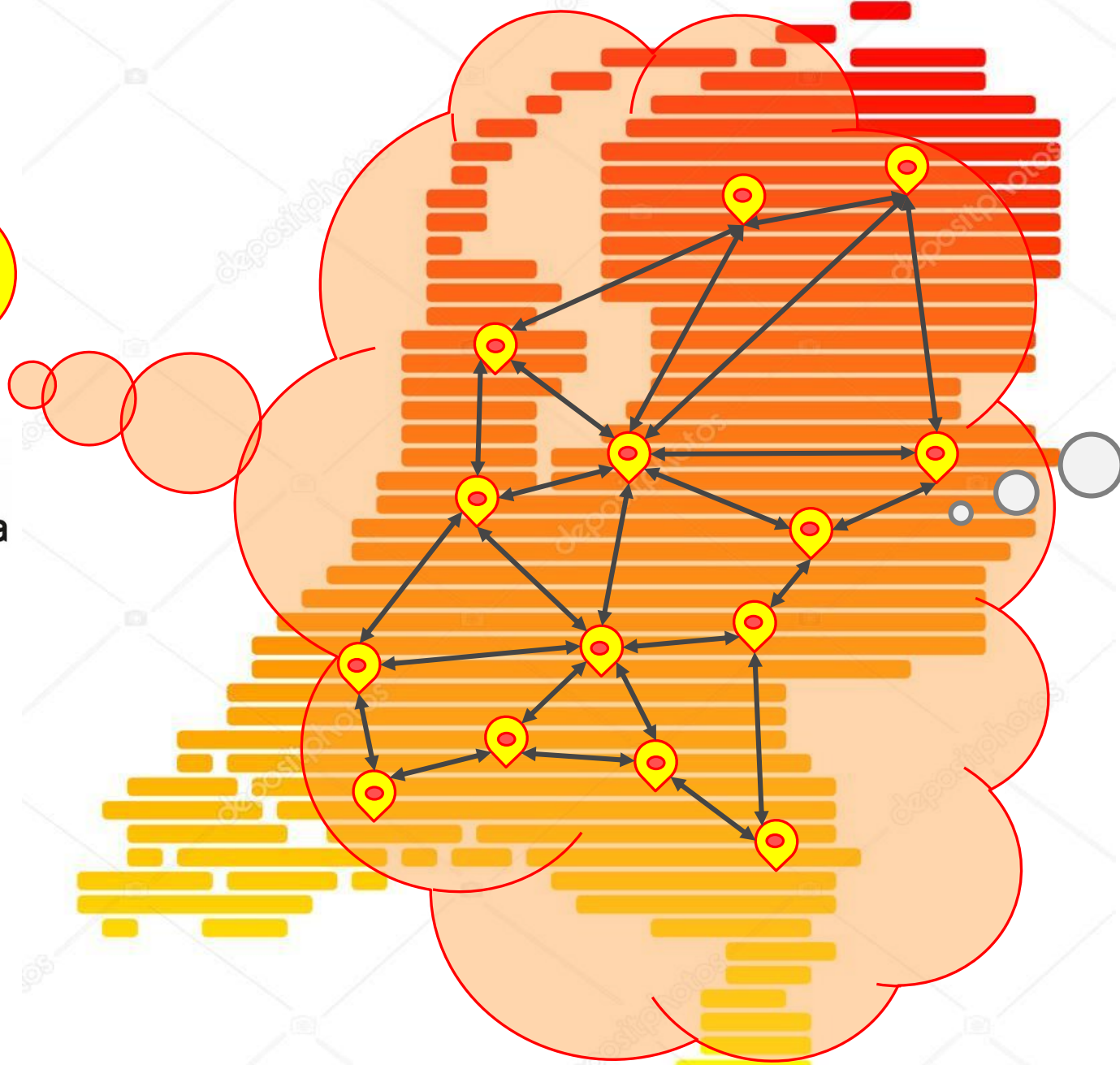
Email volume ?? a challenge to find out...



FC Telefonie Totaal









Agenda

- Introduction
- Missie en strategy
- Organization Feenstra
- Project group ICT
- **Project group HR & Change**
- Service Excellence Expedition

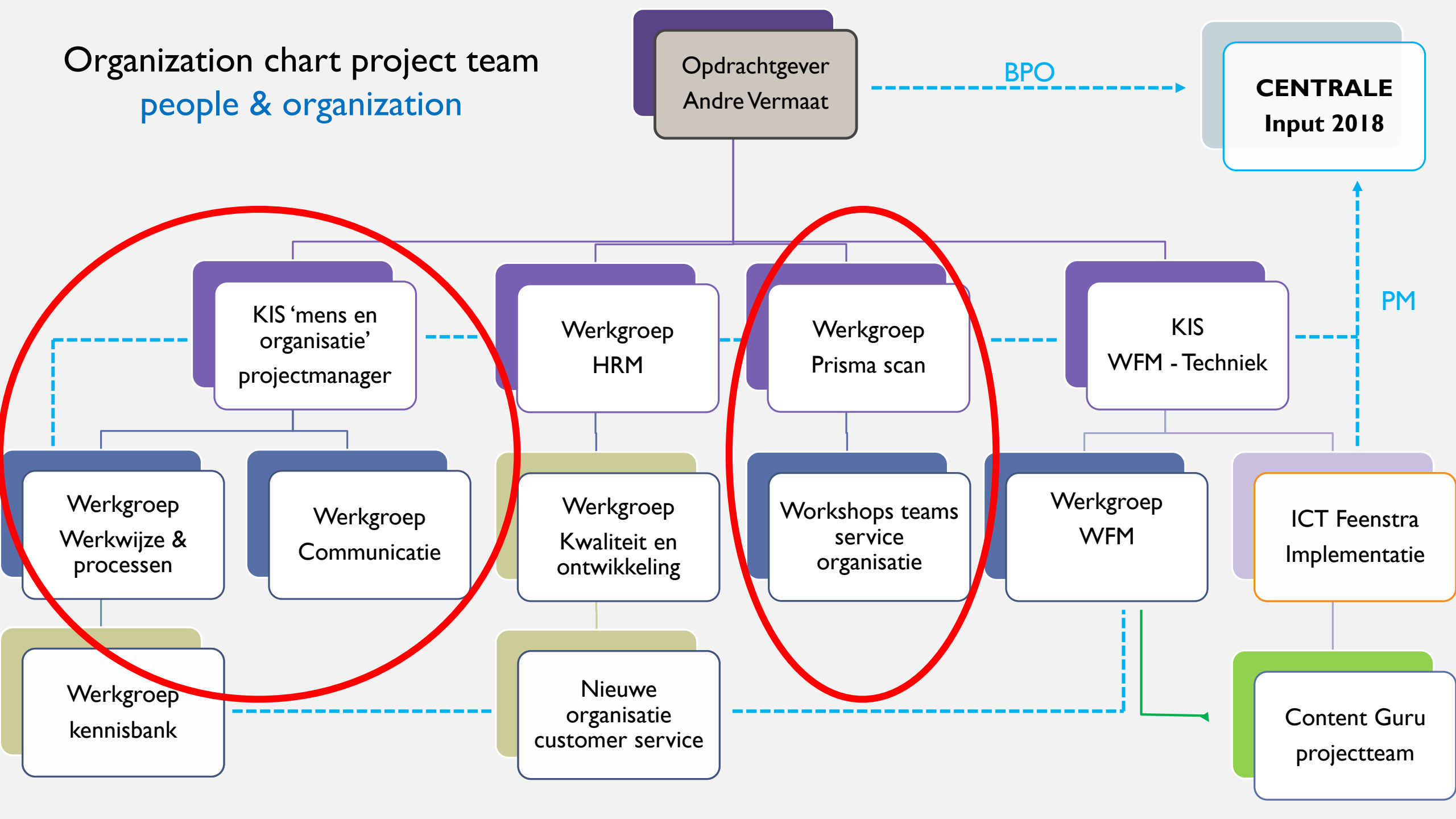
PROJECT K.I.S. (KLANT INTERACTIE SYSTEEM)

- **What is the KIS project?** : implementatie of (Cloud) service center including the (cultural) change

I. **Technical** : Cloud service platform, IVR, network, hardware, configuration, routing..

I. **Organization** : culture change, training, new skills collaboration, mindset....

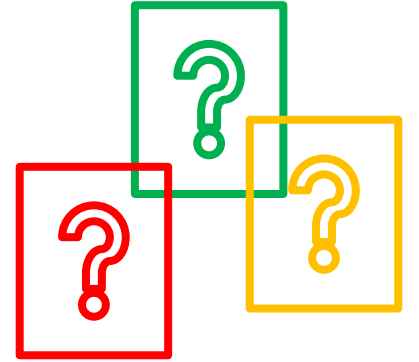
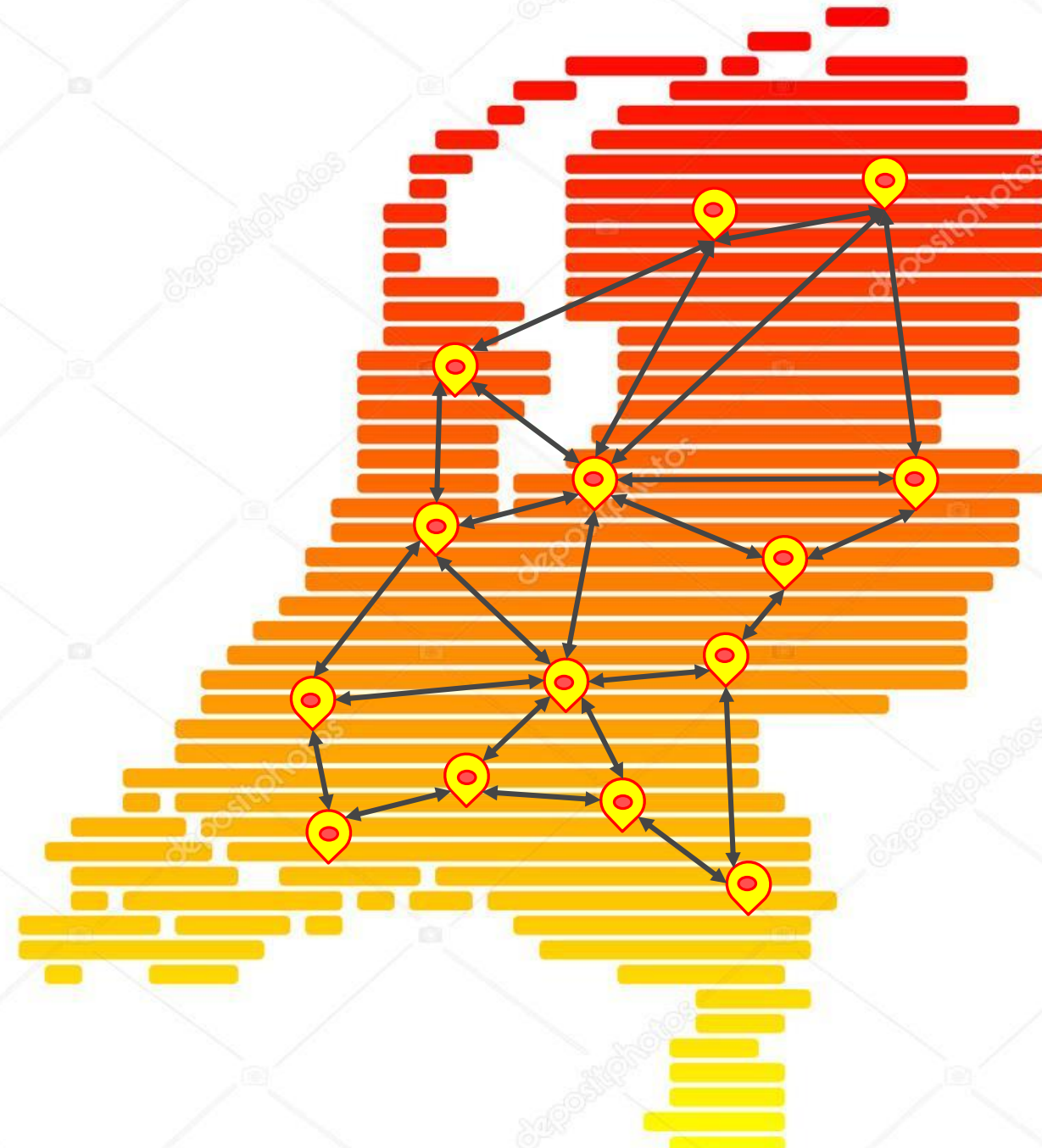
Organization chart project team people & organization



WHAT'S THE CHANGE ?



- Working in the cloud – no local WFM planning
- Central technical support & control
- One way of work (new work process across 14 locations)
- Decision-making about other regions
- Cooperation across the regions
- Inside out to outside in thinking
- Culture change to nationwide customer centricity



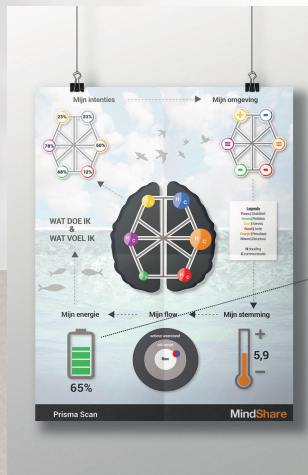


Agenda

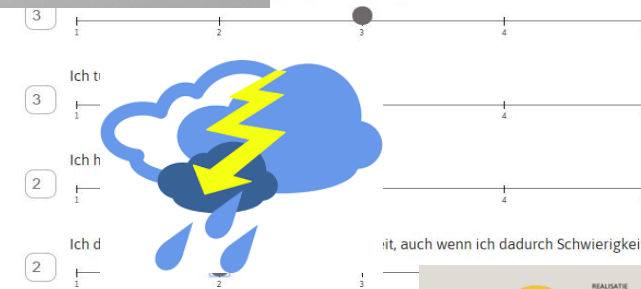
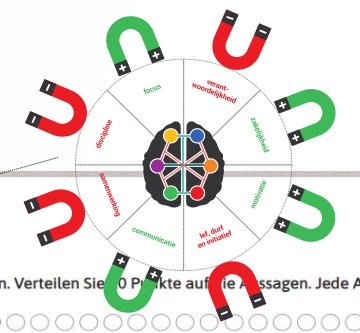
- Introduction
- Missie en strategy
- Organization Feenstra
- Project group ICT
- Project group HR & Change
- **Service Excellence Expedition**



MIND SHARE VERRASSEND ANDERS



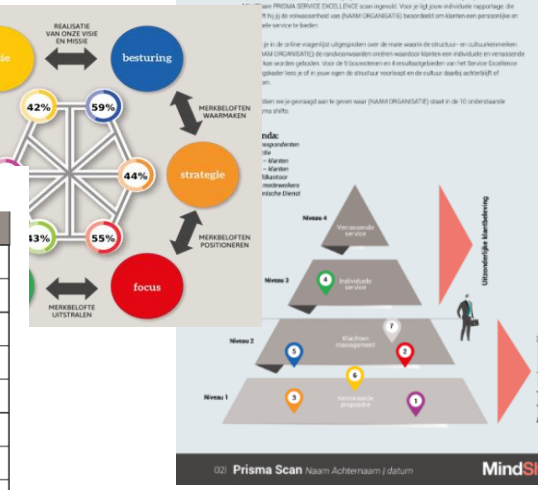
Mijn energie



Overzicht doelgroepen-paradigma shifts

	Overall	Directie	B2B	B2C	HK	KCC	TD
Product → Beleving	X	X	X	X	X	X	X
Trends → Enthousiasme	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
KTO → Continue klanten	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Control → Empowerment	X	X	X	✓	✓	X	✓
Doelstellingen → Hoger doel	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
Competenties → Cultuur	X	X	X	✓	✓	X	✓
Proces → Klantreis	X	X	X	✓	✓	X	✓
Leveranciers → Partners	X	X	X	✓	✓	X	✓
NPS → Integrale sturing	X	✓	X	✓	✓	X	✓

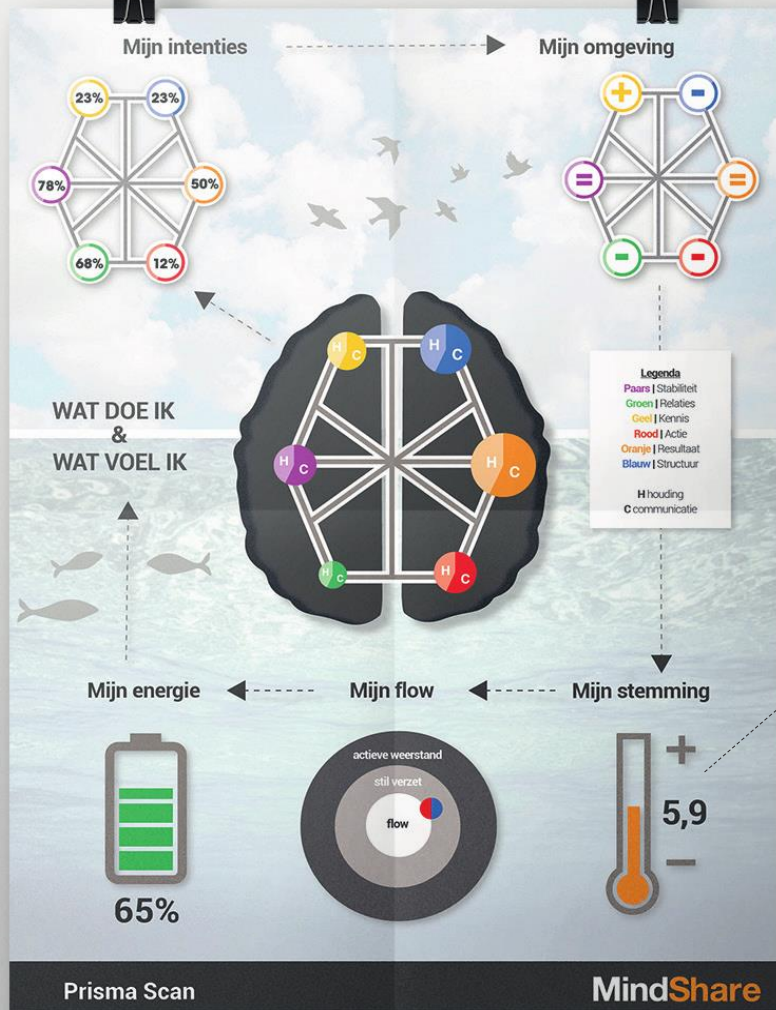
13 | Prisma Scan Naam Achternaam | datum MindShare



Ontwikkelingsniveaus van effectief werkgedrag

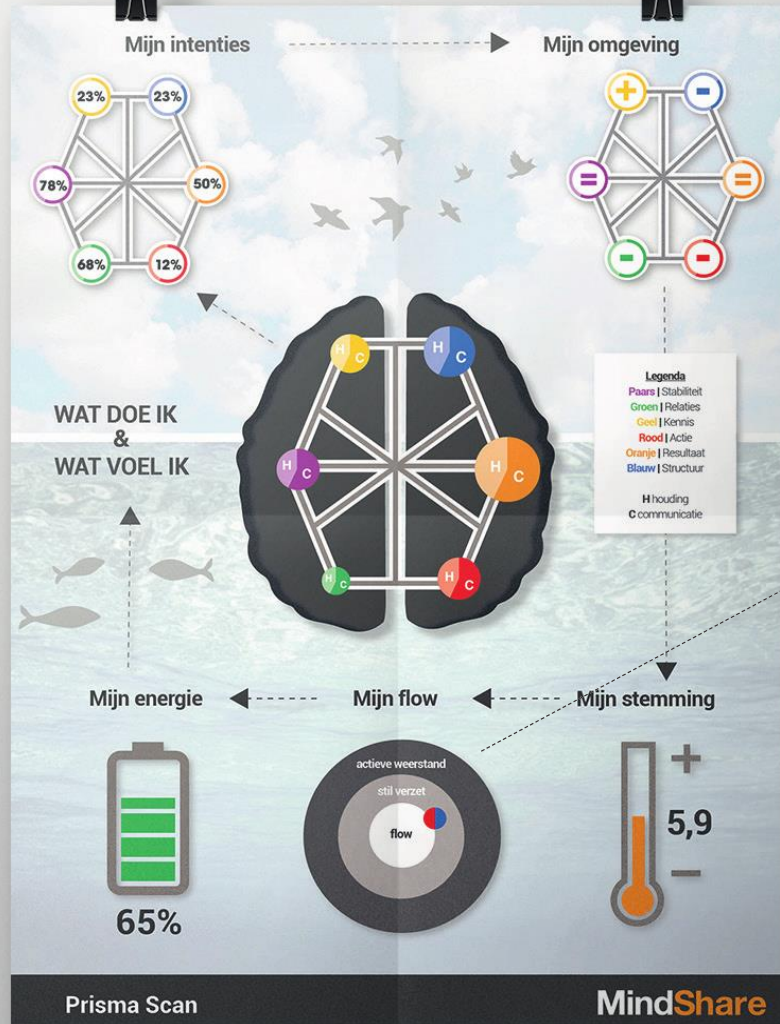
Generieke competenties	Onder begeleiding	Zelfstandig	Voorbeeldgedrag	Ontwikkel-snelheid
Klantgerichtheid	●	●	●	gemiddeld
Sensitiviteit	●	●	●	snel
Flexibel gedrag	●	●	●	snel
Mondelinge communicatie	●	●	●	snel
Schriftelijke communicatie	●	●	●	gemiddeld
Probleemanalyse	●	●	●	langzaam
Oordeelsvorming	●	●	●	langzaam
Resultaatgerichtheid	●	●	●	snel

● huidige niveau ● GROEI-potentieel

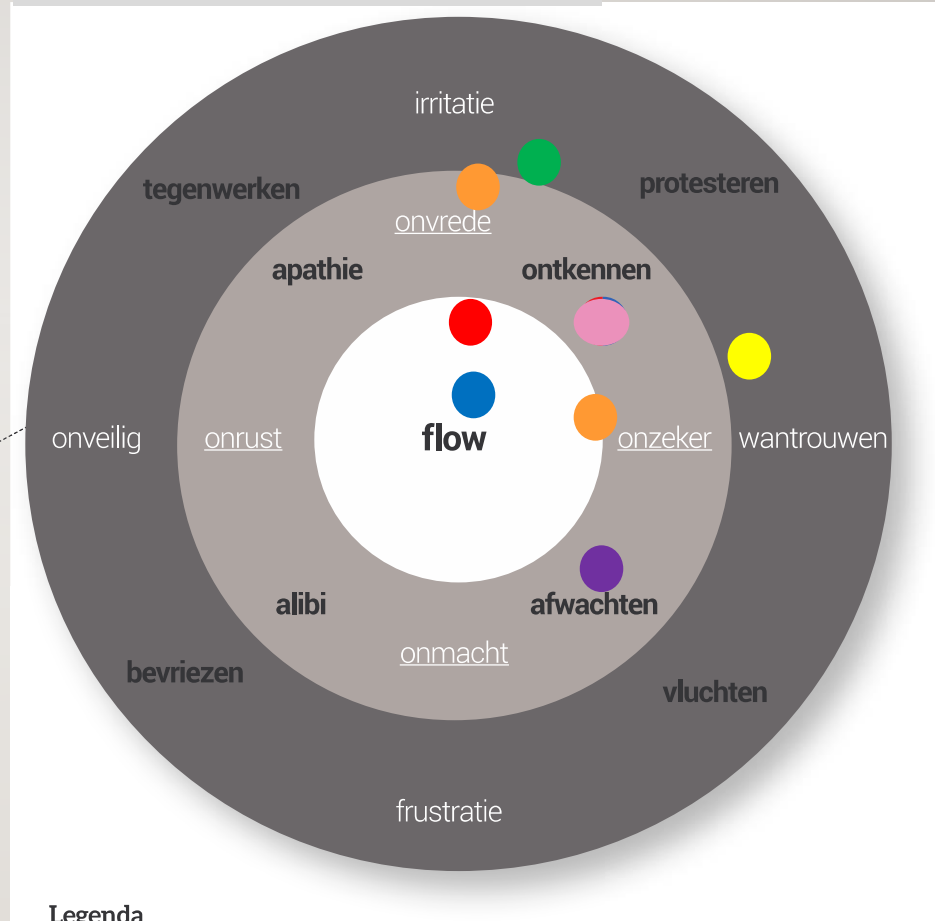


My Mood

	IK	TEAM	ORGANISATIE
KENNIS & ONTWIKKELING	<p>GROEI Ik ontwikkel me elke dag op zowel persoonlijk als professioneel vlak</p>	<p>TEAMLEREN Als team leren we intensief van en met elkaar</p>	<p>LERENDE ORGANISATIE Binnen (ORGANISATIE) staat leren hoog op elke agenda van elk team en elke afdeling.</p>
WERK-OMGEVING	<p>WERKPLEK Op mijn werkplek zijn alle randvoorwaarden ingevuld</p>	<p>MANAGEMENT Onze leidinggevende is er onvoorwaardelijk voor het team</p>	<p>ORGANISATIESTRUCTUUR De inrichting en besturing is afgestemd op onze ambities en strategische prioriteiten</p>
WISSEL-WERKING	<p>GROEI Dit zijn werkzaamheden waar ik dagelijks mee bezig wil zijn.</p>	<p>VERBINDING Als team zijn we meer dan de som der delen</p>	<p>RELEVANTIE We zijn elke dag gericht op het bieden van individuele en verrassende service.</p>
ZELF	<p>RELEVANTIE Ik sta aan het stuur van mijn werk- en ontwikkelprestaties</p>	<p>STIMULANS In dit team stimuleren we elkaar elke dag het beste uit onszelf te halen</p>	<p>IDENTIFICATIE Ik voel me emotioneel verbonden met (NAAM ORGANISATIE).</p>



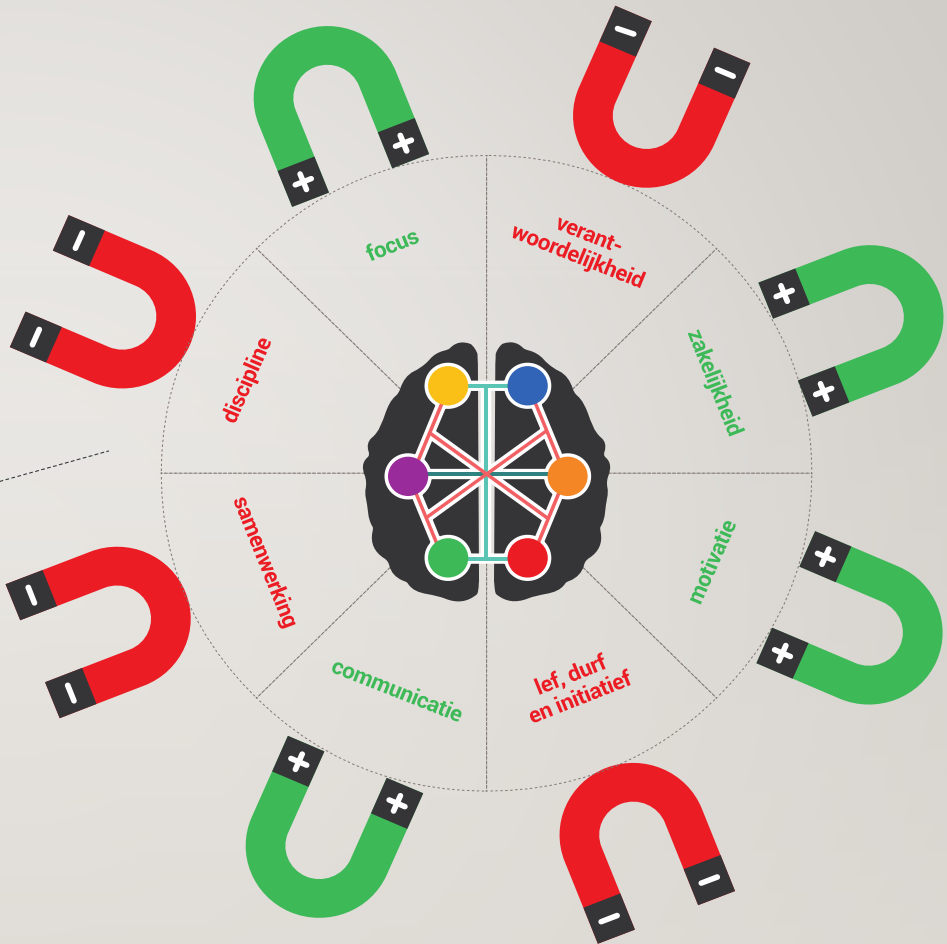
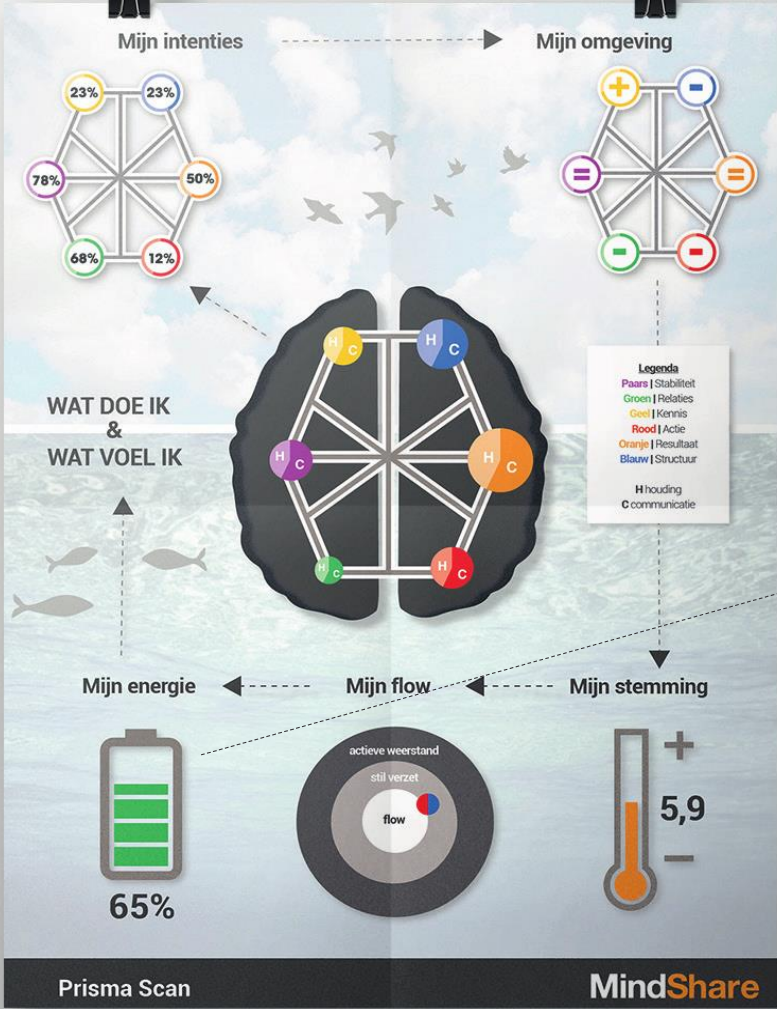
Flow



- Legenda**
- Witte cirkel flow
 - Lichtgrijze cirkel stil verzet
 - Donkergrijze cirkel weerstand
 - Witte woorden gevoelens
 - Zwarte woorden gedrag

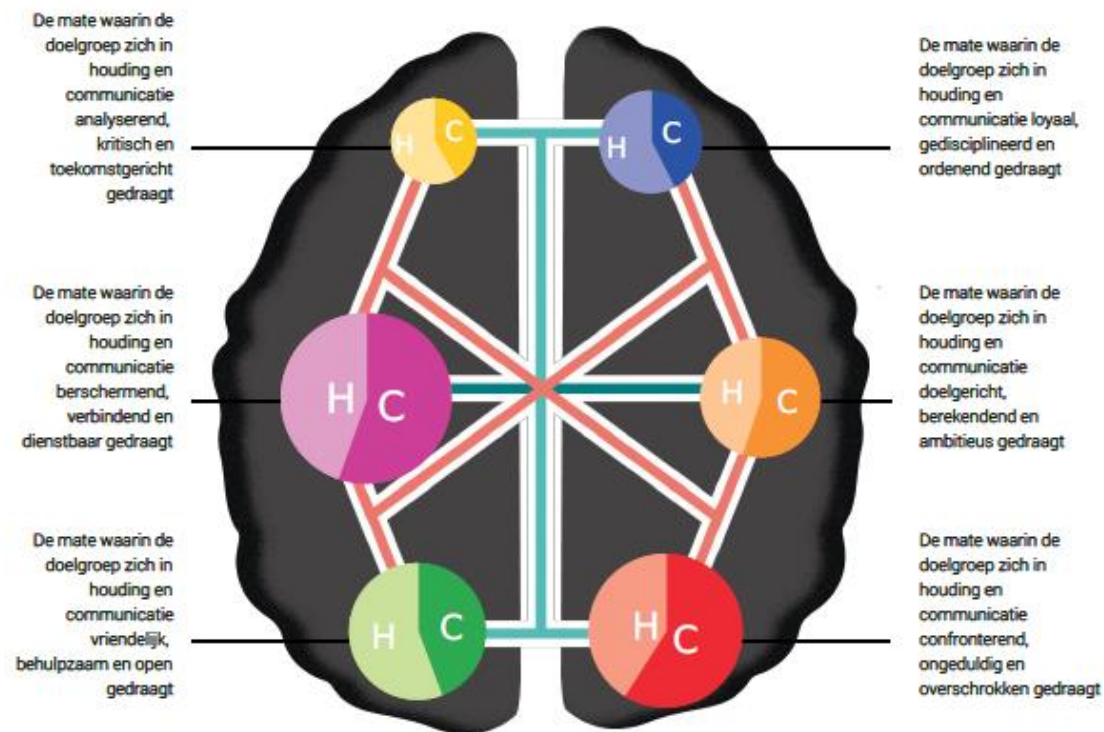
- Team 1
- Team 2
- Team 3
- Team 4
- Team 5
- Team 6
- Team 7
- Team 8

My Energy



COMMUNICATION

Onze houding & communicatie



NIEUWE INZICHTEN PRISMA SCAN “SERVICE EXCELLENCE”

Beste (NAAM RESPONDENT),

Op (datum invullen) heb je op uitnodiging van (NAAM ORGANISATIE) online de vragenlijst van de MindShare PRISMA SERVICE EXCELLENCE scan ingevuld. Voor je ligt jouw individuele rapportage, die aangeeft hij/jij de volwassenheid van (NAAM ORGANISATIE) beoordeeld om klanten een persoonlijke en individuele service te bieden.

Je hebt je in de online vragenlijst uitgesproken over de mate waarin de structuur- en cultuurkenmerken van (NAAM ORGANISATIE) de randvoorwaarden creëren waardoor klanten een individuele en verrassende service kan worden geboden. Voor de 9 bouwstenen en 4 resultaatgebieden van het Service Excellence Toetsingskader lees je of in jouw ogen de structuur voorloopt en de cultuur daarbij achterblijft of andersom.

Ook hebben we je gevraagd aan te geven waar (NAAM ORGANISATIE) staat in de 10 onderstaande paradigma shifts:

Legenda:

1. Alle respondenten
2. Directie
3. B2B – klanten
4. B2C – klanten
5. Hoofdkantoor
6. KCC medewerkers
7. Technische Dienst



Overzicht doelgroepen-paradigma shifts

	Overall	Directie	B2B	B2C	HK	KCC	TD
Product → Beleving	X	X	X	✓	✓	X	✓
Tevreden → Enthousiast	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
KTO → Continue luisteren	X	✓	X	✓	✓	X	✓
Control → Empowerment	X	X	X	✓	✓	X	✓
Doelstellingen → Hoger doel	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
Competenties → Cultuur	X	✓	X	✓	✓	X	✓
Proces → Klantreis	X	X	X	✓	✓	X	✓
Leveranciers → Partners	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
NPS → Integrale sturing	X	✓	X	✓	✓	X	✓



temum mant, Omnestiam
n aurbis inatiam.

te temum mant,
aurbis inatiam.
te temum mant,
aurbis inatiam.



- teal = structuur
- koraal = cultuur

**Niets is zo
bepalend
voor succes
als de zachte
factoren binnen
organisaties**

temum mant, Omnestiam
n aurbis inatiam.

te temum mant,
aurbis inatiam.
te temum mant,
aurbis inatiam.



Bouwsteen 3

Andit, menatum intus tame temum mant, Omnestiam
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.

Deze bouwsteen gaat over:

- Andit, menatum intus tame temum mant,
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.
- Andit, menatum intus tame temum mant,
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.

temum mant, Omnestiam
n aurbis inatiam.

te temum mant,
aurbis inatiam.
te temum mant,
aurbis inatiam.

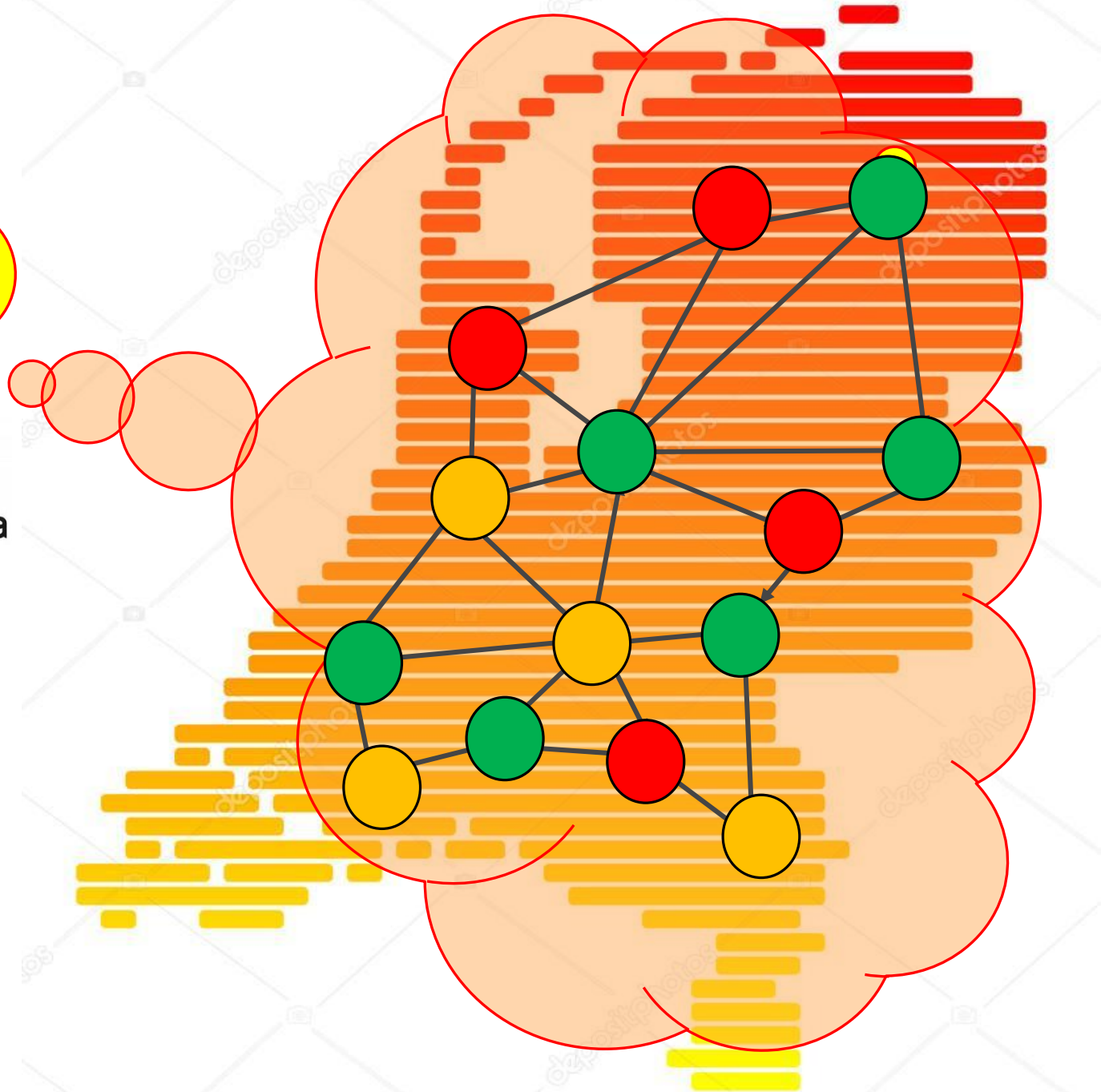


Bouwsteen 5

Andit, menatum intus tame temum mant, Omnestiam
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.

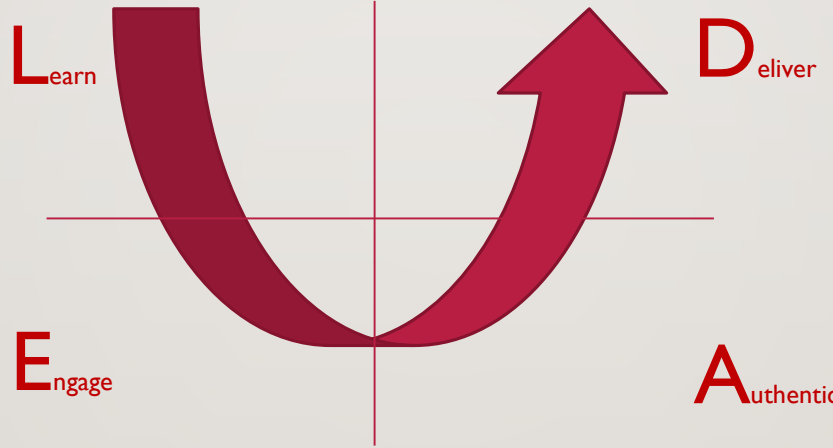
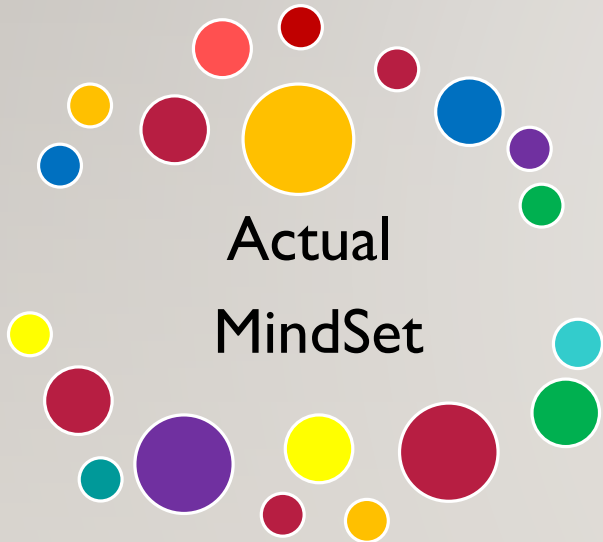
Deze bouwsteen gaat over:

- Andit, menatum intus tame temum mant,
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.
- Andit, menatum intus tame temum mant,
ari ul tabentimus. Am aucion aurbis inatiam.



THE PROGRAM?

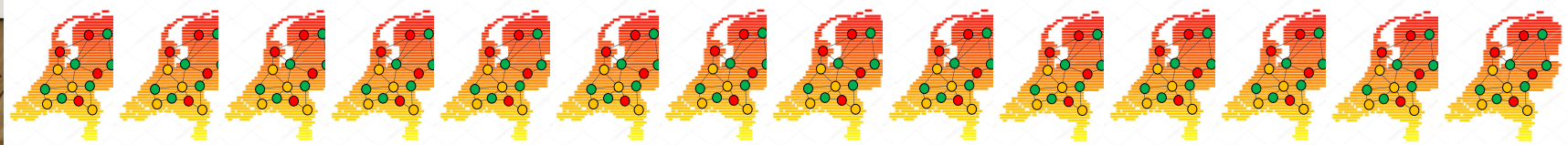
TRANSFORMATIE IN 3 CONCRETE STEPS



STEP 1:
Results & insights C & C

STEP 2:
Proces off awareness

STEP 3:
Implementation ?



Output program

BINDEN EN BOEIEN (on boarding)

Voorbeelden

Huidige situatie

Bij binnenkomst wordt nu vaak onvoldoende uitleg gegeven en zijn kandidaten zoekende	MT	MO	BO
We weten niet wie we binnenkrijgen, en/of welke aandacht iemand nodig heeft (voor wat..)	MT	MO	
Kandidaten aan het lijntje houden, niet goed warmhouden voor datum x,y		MO	

Kandidaten hebben (social wise) en werkverleden vast het binden.			
Begeleid bellen is / wordt meer gestructureerd, maar			
Men vindt het huidige interieur, of delen daarvan (?) beheersing op de werkvloer			

Recruitment & Onboarding

Knelpunten

Oorzaken

TM's doen niet vanaf de 1e dag mee met het on boarden van nieuwe kandidaten (meer groen, betrekken om betrokken te blijven)	MT		FBR
De zichtbaarheid van de TM is in de eerste weken te beperkt en zijn voor nieuwe medewerkers (on)zichtbaar	MT		
Het is lastig om voor nieuwe collega's te kunnen onboarden, uit Prisma blijkt dat het in een prestatie cultuur lastig is om er tussen te komen	MT		
Cariere en ontwikkelpaden worden niet uitgelegd en meegenomen in de eerste weken van dienstverband.	MT	MO	FBR BO

Het hoge verloop zit m in de agent groepen met een 50% uitstroom < 6 maanden.			
Het salaris wordt aangegeven als breekpunt om toch			
Budget voor vele extra's of doorvoeren verandering is			
Harmonisatie arbeidsvoorwaarden zit soms in de wer			

WFM & Organisation

extra's en opmerkingen

Geen zomerverlof, of andere vrije dagen veelal niet bij aanname mogelijk, is breekpunt voor aanname en reden van uitstroom	MT	MO	
Communicatie consistent met de kandidaten ' meenemen' in proces, stappen, toekomstige kansen, verloop		MO	
Als er iets is opgestart, ook eerst ff volhouden = elke keer weer nieuwe prio			FBR
KANA systeem en de 'verplichtingen' in geruik zijn eigenlijk niet logisch			FBR
Er wordt / is weinig tijd voor het inwerken van nieuwe BO medewerkers genomen, geeft geen (ver)binding met nieuwe medewerkers			BO
Zeer rigide roostering, weinig ruimte voor de persoonlijke wensen			BO
Communicatie van HR > Agents - T2 > TL - BIT > TL en daar de TL's goed in meenemen (er is nog wel eens een verassing voor de TL's)		MO	FBR

Mijlpaden in werk carriere voor medewerkers 'betonen' opleiding, team/doorgroei			
Een lijn van werven en selecteren in het proces (soms naar andere dingen - zowel aanname als bij doorgroei)			
Een (te) zeer beperkte vrijheid van de agents			
Een heel beperkte vrijheid van de TL en de m			
Het Imago van TELE2 in de markt " fun en re werkwijze die richting Transcom wordt opge doen voor klanten			
uitstroom wordt ook veroorzaakt omdat we geen be			
De organisatie structuur zit uitwisseling, doorgroei en één Transcom/TELE2			

Infrastructure & ICT

Tele 2 management óók snel meenemen in de resultaten en het project		MO	FBR
Zichtbaar maken van de resultaten en succes			
Het beter laten in verplaatsingen)			
TELE 2 sneller in			

BLOEIEN (coaching en aansturing)

Voorbeelden

Huidige situatie

Als de ontwikkeling stilvalt is het aan de dalende adherence (aantoonbaar) al te merken dat morivatie en dicipline inzakt	MT		
Als we willen bloeien en ontwikkelen dan is de keuze voor kwantiteit en/of kwaliteit wel noodzakelijk... waar sturen we op ?		MO	
Het RCT team heeft speciale afspraken, privileges en ieder team zou zo wel willen werken			FBR

Doorstroom is beperkt, zowel horizontaal als in de breedte van het werk, geen multiskill en beperkte 2e lijn instroom	MT	MO	
huidige ontwikkeling is gericht op het verhogen van de FTF naar de 1e lijn, dus instroom 2e lijn wordt steeds kleiner			
Sales succes zit maar bij een beperkt groepje agents			
Korte shifts voor de medewerkers heeft positief effect op de sales conversie, korte tijdsplannen lijkt dus beter om in de conversie te kunnen pieken.	MT		BO
Teveel sturing en coaching op de output van KPI resultaat, niet of nauwelijks op de persoonlijke ambitie / interesses	MT		FBR

HR & Development

Knelpunten

Oorzaken

Huidige TM niet in staat om verschillende 'generaties' te managen	MT		
TM's beoordelen de instroom en doorstroom potentie op eigen gevoel, niet uniform en er zijn geen toetsingskaders	MT	MO	
Het huidige APM proces is niet een middel maar een doel op zich geworden, dat zit verdere wensen en andere aanpak in de weg. Meer en vooral gericht op de kwantiteit en minder op de kwaliteit.	MT	MO	FBR
Hoe halen we op structureerde wijze de goede ideeën van de werkvloer bij de agents op voor input verbeteringen?	MT		

Slechte agents krijgen dezelfde beloning als goede presterende agents	MT	MO	
Extra taken en diverse werkzaamheden voor (zelfs) de goed presterende agents is niet mogelijk - ontwikkeling loopt dood en motivatie loopt er letterlijk uit		MO	FBR BO
Er is geen duidelijkheid in de verwachting van resultaat van de agents, all, (over de teams BO/Digital heen) wie mag wat doen, wie is waar goed in etc > zeker lastig in de weekend en avondsturing van TM's over 2 teams, vloeren			BO
Soms zijn we één team voor het collectieve resultaat, maar zijn qua KPI wel er verschillend en onderscheidend (hoe willen we daarop aangestuurd worden...?)			BO

Operational Control

Extra bevindingen - tips

Extra bevindingen - tips

de prestaties en KPI koppelen aan de zachte data en deze in combinatie kunnen presenteren - ontstaat er een mooi dashboard om voor MT/MGT op te gaan sturen		MO	
Een agent mag/kan niet klantgericht zijn (op basis van dubbelzinnig) deze competenties zijn onder de maat, maar bieden enorm veel ruimte in het potentieel om te groeien - kleine inspanning (snel te leren)		MO	

Van meten van de competenties, bevindingen, energie, weerbeelden - ook overgaan tot continu monitoren en volgen van de resultaten			FBR
Tele 2 sneller in het gehele proces gaan betrekken en mede zorgen voor aanhaken en de 'verandering' in de aansturing			FBR

Work Processes

Wat faciliteert de TL Marco aan zijn teamleden op proces en support - naar zijn zeggen - zodat dat je als agent werk kan doen !!		MO	
Zorg dat je als TEAM leider dat je actief ervoor zorgt dat je óók agents ziet die op avond en weekenden werken. Dus je rooster en planning van werk daarop afstemmen. (geen mail doen als je avonddienst hebt, maar in cotact komen met je agents...		MO	

bestrijven - met welke KPI zijn de werkgroepen succesvol - make ppt met de interventie / actie en met welk resultaat de successen meetbaar kunnen worden ?			
--	--	--	--

Management & Leadership

In de communicatie van nieuws en bericht met de boodschap meekomt			
Integrated coaching !!			
Team leiders ook elkaar coachen op zaken (gedrag) en (ook) functioneren te verbeteren			
De TL vanuit het MT ook op individueel niveau zaken die niet iedereen aangaan (je J/N aangesproken voelen bijvoorbeeld)			FBR
Gezamenlijke visie maken, zodoende kan er richting en focus ontstaan en kunnen vervolgens de resultaten " gevierd" worden voor zowel BO-teams als Digital			BO

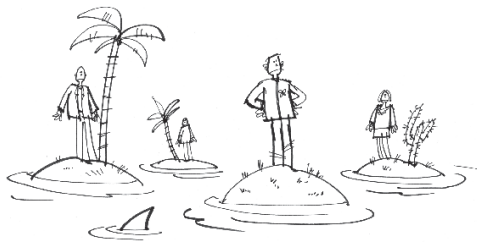
Bouwsteen 5: Service Excellence Cultuur

Deze bouwsteen gaat over het bepalen, communiceren en implementeren van maatregelen om de gewenste cultuur te realiseren

De huidige situatie:

Met het Feenstra-vizier en de TOF-expeditie heeft Feenstra haar Service Excellence cultuur beschreven in cultuurwaarden, houding en gedrag voor medewerkers en leidinggevend. Op dit moment voelt het alsof cultuur wordt opgelegd en niet iets van jezelf is. Er is sprake van een eilandcultuur. Monteurs worden op dit moment weinig betrokken. De communicatie Binnendienst – Buitendienst is niet optimaal.

van... Ieder op zijn eigen EILAND



Knelpunten

- Interne afspraken worden onvoldoende nageleefd
- De buitendienst is te weinig betrokken met de binnendienst, en visa versa

Oorzaken

- We leven naar 'de waan van de dag' en spreken elkaar onvoldoende aan
- We betrekken ze er ook niet bij

Stoppen met:

- bovenmatig rekening houden met het natuurlijke proces van de organisatie.
- heilige huisjes laten staan -> berusting
- loskomen van de dagelijkse gang van zaken door continue afstand nemen en net doen alsof het jou niet raakt
- waarschuwen zonder verantwoordelijkheid te nemen
- even snel doen zonder aandacht voor kwaliteit en degelijkheid
- procedures wegzuiven
- opjagen van collegae en medewerkers

De gewenste situatie:

Degene die iets ziet wat niet in lijn is met de cultuur-waarden & normen in Feenstra - vizier is verantwoordelijk om zie die situatie op dat moment uit te spreken. Alleen door naar je collega's in je team aan te geven wat jij ziet, denk, ervaart en (wel of juist niet) wilt maakt dat we als team en organisatie kunnen leren. Binnendienst en buitendienst werken samen aan een excellente klantbeleving.

naar... Trots op het Feenstra WIJ-LAND



Kroonjuwelen

- Creëer een open feedback cultuur, elkaar aanspreken
- Betrek de buitendienst bij diverse overleggen en opstellen van plannen

Oplossingen

- Creëer van een open feedback cultuur, elkaar leren aanspreken
- Betrekken van de buitendienst bij diverse overleggen en opstellen

Gaan doen:

- aandacht voor sfeer en gezamenlijkheid
- biedt ongevaagd hulp
- let op emoties ga er oprecht op in
- leef je in de ander en toon begrip
- Reflecteer en evalueer het proces en eenieders rol in dat kader
- Vraag bij elk overleg naar eenieders belang en rol.
- Stel de vraag of het gewenste resultaat ook met minder mensen bereikt kan worden
- Aandacht voor toekomstvisie inzicht creëren in de hele keten

Bouwsteen 7: Service innovatie management

Deze bouwsteen omvat het gestructureerd verbeteren, leren en innoveren van zowel de klantervaringen als de interne organisatie en samenwerking met ketenpartners

De huidige situatie:

Het bouwen aan Service Excellence is met de TOF Service Expeditie gestart. Feenstra wil voorop lopen en steeds beter worden, maar door onze manier van werken blijven we hangen in het dagelijks blussen van brandjes. We lossen onze fouten op maar voorkomen ze niet. De innovatie is gedreven door redenen van buitenaf. Als serviceorganisatie nemen we momenteel niet de tijd voor "persoonlijke innovatie" (zoals bijvoorbeeld een verbeterkamer).

van... brandjes blussen



Knelpunten

- Mensen weten niet waar ze met hun ideeën terecht kunnen. Medewerkers worden niet gestimuleerd om hun ideeën te uiten.
- Kennis wordt niet altijd gedeeld.

Oorzaken

- Medewerkers worden niet gestimuleerd om met ideeën te komen of mee te denken
- Eilandjes cultuur
- Gebrek aan een centrale kennisbank

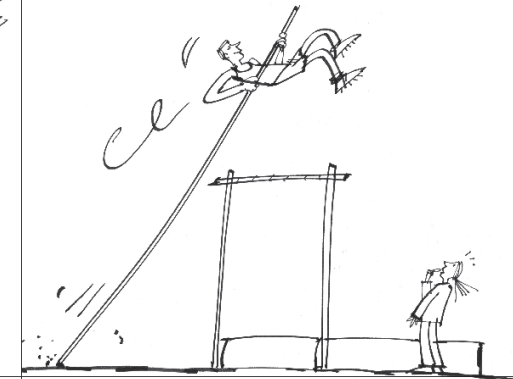
Stoppen met:

- Bovenmatig rekening houden met het natuurlijke proces van de organisatie.
- Heilige huisjes laten staan -> berusting
- Elkaar onder alle omstandigheden dekken
- quick fixes, brandjes blussen
- problemen oplossen, zonder dat met het team te delen en te bespreken
- eigen straatje schoon vegen
- structuur gebruiken als schild (geen eigen verantwoordelijkheid pakken)

De gewenste situatie:

Als landelijk samenwerkende, Feenstra Service Organisatie zetten we leren en Innoveren op leiders agenda. We willen leren als Individu, team en netwerkorganisatie. Als MT Service willen we in een vast rite (de Service Heartbeat) succeservaringen en leermomenten delen. Van daaruit kunnen we op iedere vestiging en als MT Service samen met de kerngroep verbeter ideeën oppakken en uitwerken. Dit gaat ons uiteindelijk leiden naar zelflerende Feenstra-organisatie die samen situaties (h)erkennt om het Feenstra Vizier tot uitvoering te brengen.

naar... klantverwachtingen overtreffen



Oplossingen

- Inbreng van ideeën stimuleren
- Implementeren van een centrale kennisbank

Gaan doen:

- Fouten en klachten gaan zien als kans om samen te leren
- Tijd nemen voor kwaliteit en zaken netjes overdragen
- Oog hebben voor risico's en hoe die af te dekken
- Zaken tot in de puntjes regelen
- Plannen & organiseren.
- Monitoren en volhouden
- Helderheid geven en vragen over taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden
- Evaluatie van de processtappen en emotionele momenten van de waarheid in de totale klantreis

...en maatregelen om de gewenste cultuur te realiseren

De gewenste situatie:

Degene die iets ziet wat niet in lijn is met de cultuur-waarden & normen in Feenstra - vizier is verantwoordelijk om zie die situatie op dat moment uit te spreken. Alleen door naar je collega's in je team aan te geven wat jij ziet, denkt, ervaart en (wel of juist niet) wilt maakt dat we als team en organisatie kunnen leren. Binnendienst en buitendienst werken samen aan een excellente klantbeleving.

naar... Trots op het Feenstra WIJ-LAND



Kroonjuwelen

- Creëer een open feedback cultuur, elkaar aanspreken
- Betrek de buitendienst bij diverse overleggen en opstellen van plannen

Oplossingen

- Creëer van een open feedback cultuur, elkaar teren aanspreken
- Betrekken van de buitendienst bij diverse overleggen en opstellen

Gaan doen:

- aandacht voor sfeer en gezamenlijkheid
- biedt ongevraagd hulp
- let op emoties ga er oprecht op in
- leef je in de ander en toon begrip
- Reflecteer en evalueer het proces en eenieders rol in dat kader
- Vraag bij elk overleg naar eenieders belang en rol
- Stel de vraag of het gewenste resultaat ook met minder mensen bereikt kan worden
- Aandacht voor toekomstvisie Inzicht creëren in de hele keten

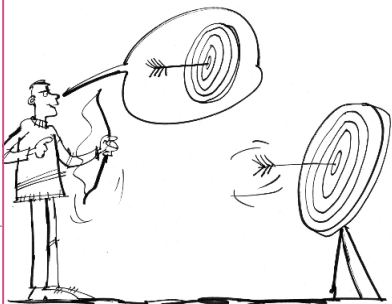
Activiteiten en resultaten (André)

In die horen bij de vier perspectieven van de Service en te integreren in de dagelijkse sturing

De gewenste situatie:

Wij willen vanuit 1 Service Dashboard kunnen sturen op indicatoren m.b.t. de beleving van klanten en medewerkers, operationele en financiële prestaties. We gaan periodiek indicatoren monitoren en verbeteren teneinde excellente service te leveren aan enthousiaste klanten, medewerkers & stakeholders. Voor elke functie is het helder welke indicatoren belangrijk zijn en hoe medewerkers deze zelf kunnen verbeteren. Vanuit service management gaan we sturen op de ontwikkeling van kwaliteit en elkaar aanspreken op het resultaat.

naar ... gewoon doen wat we zeggen



Oplossingen

- Nieuwe IVR implementeren
- Duidelijke doorverbind structuur opstellen

Gaan doen:

- aandacht voor uitvoering volgens up-to-date procedures en richtlijnen
- zoeken naar efficiency winst
- grenzen van de regels opzoeken
- pragmatisme zonder de degelijkheid uit het oog te verliezen
- zich verplaatsen in de complexe omgeving van de klant → wat heeft die nodig?
- actief delen en vermenigvuldigen van succeservaringen en leermomenten/klanten

• Doen alsof

Bouwsteen 3: Leiderschap en management commitment

Bouwsteen omvat de stijl van leidinggeven hoe directie en leidinggevend de organisatie maximaal faciliteren en medewerkers optimaal ondersteunen in de realisatie van uitzonderlijke klantbeleving

Medewerkers (Ton)

HR-instrumentarium, van werving en selectie tot en met medewerkers te ontwikkelen en ondersteunen.

De gewenste situatie:

Niet kennis en ervaring maar intrinsieke motivatie, klantgerichtheid en match van attitude met het Feenstra – vizier zijn doorslaggevend. We steken meer energie in selectie van de juiste mensen. Introductie, inwerken en doorlopende ontwikkeling van medewerker komen in het licht te staan van onze cultuurwaarden. Een team is de kleinste sociale eenheid waarin de Feenstra-organisatie zich manifesteert. Daar gaan we elkaar coachen in 1. jezelf inleven 2. tips en advies geven 3. zaken duidelijk uitleggen 4. meer doen dan wordt verwacht.

naar ... samenwerken vanuit vertrouwen, verbinding en vakmanschap



Kroonjuwelen

- Toolbox feedback geven (Drachten) door ontwikkelen met de kleuren van de Colorscan

Oplossingen

- Opleiding nieuwe medewerkers landelijk uittrollen
- Opstellen Feenstra POP
- Opstellen functie profiel
- Opstellen ontwikkel profiel

Gaan doen:

- let op emoties
- wees alert op momenten van innerlijke en onderlinge spanning
- intervenieer vanuit: Positie 1 IK (expliciet zijn over wat je ziet, denkt voelt en wilt), Positie 2 ANDER (vragenstellen op het spoor van de ander) of Positie 3 Wat gebeurt hier?
- Aandacht voor 'de mens achter ...'
- Elkaar informeren over succes- en leer-momenten
- Delen van succes, omdat je het zelden alleen doet.

De gewenste situatie:

Leidinggevend zijn in control als medewerkers in control zijn. Ze geven medewerkers vertrouwen en ruimte om klanten een uitzonderlijke beleving te bieden. Bijvoorbeeld voldoende tijd om echt te luisteren naar klanten. We geven onze medewerkers beslis- en regelruimte om te doen wat goed is voor de klant. We schaffen overbodige regels af en stimuleren medewerkers daar waar nodig regels om te buigen. Ze hebben een budget om klanten te verrassen.

naar ... regie op organisatieontwikkeling



Kroonjuwelen

- De FSC-cockpit van Lelystad door ontwikkelen naar alle regio's en vestigingen

Oplossingen

- Stel o.b.v. de Colorscan teamdoelstellingen
- Maak het Feenstra vizier leidend voor houding en (voorbeeld) gedrag van managers en medewerkers

Gaan doen:

- let op emoties
- leef je in, toon begrip
- heb aandacht voor 'de mens' achter ...
- ben expliciet over wat je ziet, denkt, ervaart en wel of niet wilt
- stel vragen op het spoor van de ander over wat die ziet, denkt, voelt en wel of juist niet wilt
- start elk overleg met een PRE-view (Proces, Rollen en Eindresultaten)
- Rond af met een RE-view (Reflecteren op proces, relaties en Evaluatie van de bereikte resultaten)

...snel wat doen zonder aandacht voor kwaliteit en degelijkheid procedures wegvullen

Bouwsteen 1: Ontwerpen uitzonderlijke klantbeleving

Bouwsteen gaat over het werkelijk kennen van klanten; hun behoeften, wensen, verwachtingen emoties, beleving, ervaring, eendracht, customer delight en gedrag. Deze bouwsteen vormt de basis en het vertrekpunt van het bouwen van een echte Service Excellence organisatie

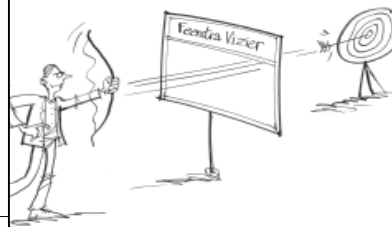
De huidige situatie:

naar ... strategie

De gewenste situatie:

Maak uniformiteitsafdelingsplannen, werkwijzen en processen conform het Feenstra Vizier. Deze worden met iedereen binnen Feenstra gedeeld. Het Feenstra Vizier is prominent aanwezig op het DNA van Feenstra tot leven te brengen. Teams stellen samen een ontwikkelplan op wat onderdeel wordt van de Service heartbeat. Er wordt meer saamhorigheid gecreëerd door het samen afzetten van teamdoelen en het delen van succeservaringen. We werken gericht aan een persoonlijke en emotionele verbinding van medewerkers en klanten.

naar ... het vizier als DNA van Feenstra



Kroonjuwelen

- Afdelingsplannen operationaliseren via het -vizier en agenderen in team overleg (Lelystad) Feedtex / KTO (Tiel, Capelle)

Oplossingen

- Het vizier zichtbaar maken, en agenderen in besturing van 1 virtueel FSC
- Het vizier gebruiken als ordeningskader voor kennisbank

Gaan doen:

- het vizier leidend maken in alles afspraken in het team verankeren in teamstatuut en ontwikkelplan
- inzicht creëren in de hele keten
- aandacht voor sfeer en gezamenlijkheid
- delen van succeservaringen en leermomenten op de onderdelen van het Feenstra-vizier
- aandacht voor 'de mens' achter de klant, medewerkers, leverancier

De gewenste situatie:

Feenstrawik zich vanuit de doelhof met lokale processen ontwikkelen tot een Service Excellence organisatie. We maken een fundamentele omslag doordat we snappen dat beleving het verschil maakt bij klanten. We willen werken vanuit het belevingsconcept dat centraal staat in het Feenstravizier. Dat is ons kompas voor de richting en besturing van onze dienstverlening. Hierbij krijgt klantbeleving conform de niveaus 3 en 4 van de Service Excellence piramide concreet invulling.

naar...zelfsturende klantreizen



Kroonjuwelen

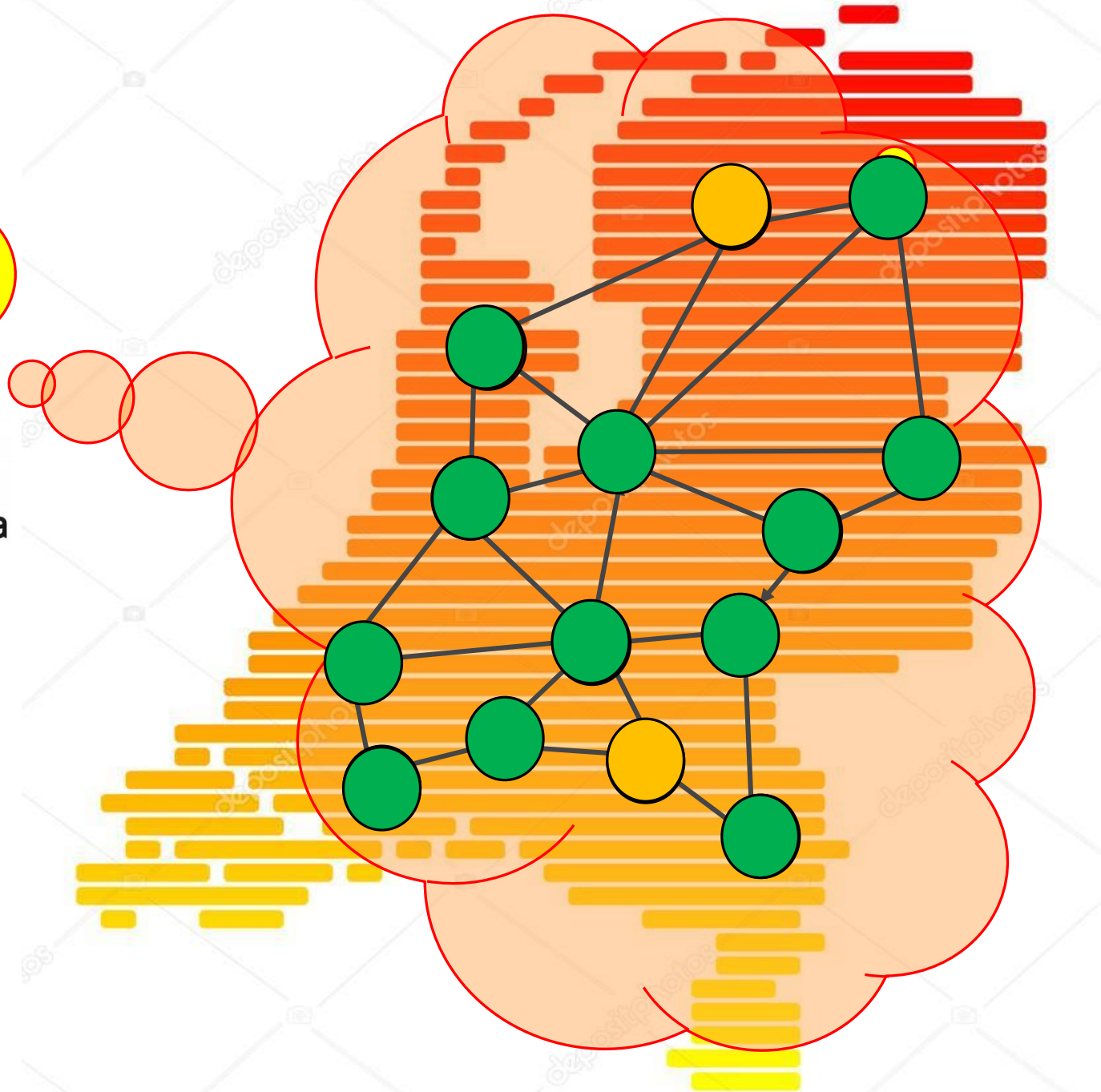
- Feedtex – rapportage

Oplossingen

- klantreizen in multidisciplinaire teams herontwerpen en uitrollen
- Feedtex resultaten agenderen in de periodieke Service heartbeat

Gaan doen:

- virtueel samenwerken en elkaar helpen
- zich verplaatsen in de klant -> wat heeft die nodig?
- het Feenstra – vizier leidend maken bij het herontwerp van processen naar klantreizen
- in een gecontroleerde omgeving klantreizen
- herontwerpen en uitrollen
- out of the box durven denken
- oog hebben voor emoties van klanten en medewerkers
- klanten betrekken bij verbeterinitiatieven





Andre Vermaat
andre@mind-share.nl
+ 31(0) 6 14230142



**Mind
Share**
verrassend anders



“It's all about awareness”



Zusammenfassung, Feedback und Verabschiedung

→ Im Anschluss lädt Content Guru zum lockeren Austausch bei Fassbier & Musik in die hauseigene Lounge ein!

Sponsored by



Feedback ist gewünscht

Kritik / Lob / Verbesserungsvorschläge?

Bitte füllen Sie den Online-Feedbackbogen jetzt aus!



https://www.surveymonkey.de/r/CCVSpezial_Cloud

Sponsored by





Content Guru lädt im Anschluss zum lockeren Austausch bei Fassbier & Musik in die hauseigene Lounge ein!

Sponsored by

