



**GOUDEN  
OOR  
AWARD**

*Award voor luisteren naar  
en gehoor geven aan klanten*



**ROBECO**



In 2006 heeft Stichting Gouden Oor het initiatief genomen om de organisatie te verkiezen die het meest effectief omgaat met feedback van klanten. Stichting Gouden Oor beweegt organisaties gehoor te geven aan klanten om de relatie te versterken en het lerend vermogen te bevorderen om zo duurzaam succesvoller te worden. Met de **Gouden Oor Award** draagt de Stichting bij aan meer bewustwording voor professionalisering van feedbackmanagement en vestigt de aandacht op best practices om van te leren.

In 2007 sleepte **MCB Nederland** het eerste Gouden Oor in de wacht.

In 2009 verdiende **ABN Amro Bank** (Business Unit Nederland) het Gouden Oor.

In 2011 werd **Robeco Direct** uitgeroepen tot winnaar van het Gouden Oor.

In 2012 was **Essent** de winnaar van de Award in de categorie 'bedrijven' en won **KLM** de Award voor 'special project'

In 2013 wist **Eneco** de Award te winnen.

De finale van verkiezing van de **Gouden Oor Award 2015** vindt plaats op **donderdag 15 oktober 2015**.

## De route naar de Gouden Oor Award



De Gouden Oor Award beloont organisaties die met succes het luisteren naar klanten aantoonbaar hebben versterkt. De jury is op zoek naar interessante en innovatieve initiatieven die bovengemiddeld effect hebben gehad op de kwaliteit van feedbackmanagement. De Award kent twee categorieën: **bedrijven** en **publieke organisaties**. De toetsingskaders om de best practices vast te stellen zijn gebaseerd op de Gouden Oor Standaard en op internationale best practices. Daarnaast kijkt de jury ook naar de Europese norm voor 'service excellence' (CEN/TS 420), die in aantocht is. Over drie ronden bepaalt de jury per categorie wie die de 'Gouden Oor Award' verdient. Alle deelnemende organisaties krijgen feedback van de jury op hun casus. Genomineerde organisaties worden onderscheiden met een Gouden OorKonde.

Inschrijving voor de Gouden Oor Awards geschiedt door invullen van het daarvoor ontwikkelde deelnameformulier. Dat vindt u op de laatste pagina van dit document. De inschrijvingstermijn loopt tot 29 mei 2015. De ingediende formulieren worden in de 1<sup>e</sup> ronde beoordeeld door de jury om zo tot een voorselectie te komen. In ronde 2 onderwerpt de jury de geselecteerde organisaties aan een Gouden Oor-audit in de vorm van een site visit. Uiteindelijk blijft er dan een select aantal organisaties over. Deze worden uitgenodigd om hun Gouden Oor-case te presenteren op de finaledag waarna de uiteindelijke uitverkiezing plaats vindt.

### De jury

**Prof. dr. Fred Langerak** (juryvoorzitter) - hoogleraar Management van Productontwikkeling aan de faculteit Industrial Engineering & Innovation Sciences van de Technische Universiteit Eindhoven

**Hein Dekker** - partner & lead auditor Vedas Quality Certification

**Eric de Haan** - voorzitter Stichting Gouden Oor en directeur Seven customer value management

**Jean-Pierre Thomassen** - directeur customerdelight.nu

## Spelregels

De Gouden Oor Award is de nationale effectiviteitsprijs voor het luisteren naar klanten. Stichting Gouden Oor verzorgt de uitvoering ervan. Prijzen worden uitgereikt aan organisaties waarvan is aangetoond dat zij resultaten hebben geboekt met het luisteren naar en gehoor geven aan klanten. Deelnemers aan de Gouden Oor Award moeten bewijzen of tenminste aannemelijk maken dat luisteren naar klanten een belangrijke rol speelt bij klantgerichtheid en kwaliteitsmanagement van hun organisatie. Deelnemers zijn verplicht alle vragen uit het deelnameformulier te beantwoorden. De jury wil inzicht en een totaaloverzicht hebben. Het deelnameformulier 'Gouden Oor Award' dient daartoe. De jury en Stichting Gouden Oor als organiserend orgaan behandelen de informatie op het deelnameformulier en alle additionele informatie als vertrouwelijk. Tijdens een bijeenkomst op **donderdag 15 oktober 2015** presenteren de genomineerden voor De Gouden Awards zich aan een (vak)publiek en wordt per categorie de winnaar bekendgemaakt. Runners up ontvangen een Gouden Oorkonde.

## Jurering

De jury beoordeelt de inzendingen in drie fasen.

- Fase 1 In deze fase maakt de jury alleen gebruik van de gegevens zoals die zijn verstrekt via het deelnameformulier. De jury beoordeelt de cases in deze fase naar inhoud en effectiviteit. Alle ingediende cases krijgen feedback van de jury.
- Fase 2 De jury beoordeelt in deze fase de bewijsvoering c.q. de aannemelijkheid van de gepresenteerde informatie. Inzenders die doorgaan naar fase 2 dienen dus bereid te zijn aanvullende vragen te beantwoorden door een 'site visit' te ondergaan. Na de tweede fase wordt bekend gemaakt welke inzenders genomineerd worden voor de Gouden Oor Awards.
- Fase 3 De jury bepaalt op donderdag 15 oktober 2015 op basis van de ingediende applicatie, de site visit en de finale presentatie van de case wie van de genomineerden de Gouden Oor Award krijgt toegekend. Over de uitslag van de jurering kan niet worden gecorrespondeerd; deze staat ook niet ter discussie.

## Kosten

Aan deelname aan de uitverkiezing van Het Gouden Oor zijn aanvankelijk geen kosten verbonden. Organisaties die uitgenodigd worden voor een site visit (fase 2) betalen een fee van € 2.250 voor het uitvoeren van deze Gouden Oor-audit en voor het opstellen van een jury rapportage. Aan genomineerde organisaties (fase 3) wordt gevraagd de kosten te dragen in verband met de productie van een korte film ter ondersteuning van de nominatie.

## Aanwijzingen van de jury

*1. In de eenvoud toont zich de meester!*

Beperk uw inschrijving tot maximaal 10 pagina's, exclusief bijlagen. Gebruik zo weinig mogelijk jargon uit uw branche. De ervaring leert dat applicaties die kernachtig verwoorden wat de kracht van feedbackmanagement is geweest, succesvoller zijn.

*2. De logica van het vragenformulier*

Houd de volgorde van het vragenformulier aan. Er zit logica in.

*3. Maak de jury wijzer*

Elke applicatie wordt door elk jurylid uitvoerig bekeken en beoordeeld. Vul de applicatie helder en duidelijk in, ervan uitgaande dat luisteren naar en gehoor geven aan klanten een doorslaggevende rol heeft gespeeld bij het behalen van de bedrijfsresultaten.

*4. Ben zo zuiver mogelijk*

Gebruik geen verleidend bewijs voor uw applicatie. Gebruik geen absurde indexcijfers, verzwijg geen cruciale informatie, pas geen misleidende benchmarking toe of vergelijk uzelf niet met de slechtst presterende concurrent.

*5. Documenteer de applicatie goed*

Elke applicatie wordt onder meer beoordeeld op gedetailleerdheid, aanwezigheid en duidelijkheid van de geleverde informatie. Gebruik het juiste onderzoek, wees niet slordig in gebruik van cijfermateriaal en gebruik alleen kwantitatieve gegevens die er echt toe doen. Grafieken dienen bijvoorbeeld juist te zijn, verwijzingen moeten kloppen.

*6. Een goede applicatie is consistent*

Zorg voor een consistente aanpak. Alle elementen moeten logisch op elkaar aansluiten.

*7. Context is king*

Gehoor geven aan klanten kent een mix van geïntegreerde klantgerichtheidsinstrumenten. Feedbackmanagement moet daarom een goed doordacht onderdeel zijn van uw klantgerichtheid. Laat geen relevante zaken achterwege!

# Deelnameformulier Gouden Oor Award 2015

Organisatie	_____	
Branche	_____	
Neemt deel aan categorie	0 bedrijven	0 publieke organisatie
Omvang (aantal medewerkers)	_____	
Omvang klantenbestand	_____	

## 1. Beschrijving van de case

- Wat was de concrete aanleiding?
- Wat was de situatie voor aanvang (t=0 situatie)?
- Welke ambities/doelstellingen zijn geformuleerd?

## 2. Wat heeft de organisatie ontwikkeld om de ambitie te realiseren? Denk hierbij aan\*

- het gezicht, de stem en de invloed die de klant heeft verkregen
- betrokkenheid van het management, alignment met klantgerichtheid en aansturing
- de rol van medewerkers, hun mindset, verantwoordelijkheidsgevoel en vakbekwaamheid
- de focus vanuit kwaliteitsontwikkeling, de inbreng van medewerkers
- inzicht in prestaties en resultaten om daarvan te leren en verder te ontwikkelen

## 3. Wat zijn concreet de resultaten, opbrengsten of effecten op het gebied van\*

- klanttevredenheid; vertrouwen, reputatie en klantgedrag
  - meerwaarde voor klanten; toename van klantwaarde
  - verbonden medewerkers; klantgerichtheid, tevreden en gemotiveerde medewerkers
  - verbetering van dienstverlening/processen; afname herhalingsklachten, procesverbetering, doelmatigheid en innovatiekracht
- e. hoe zorgt de organisatie ervoor dat deze resultaten, opbrengsten en effecten blijvend zijn?

## 4. Best & next practices

- welke inzichten zijn verkregen (lessons learned)? Wat viel mee en wat viel tegen, welke valkuilen is de organisatie tegen gekomen?
- welke best practices zijn gerealiseerd? Wat kunnen andere organisaties hier van leren?
- waar ziet de organisatie nog ontwikkelingskansen (next practices) en welke ambities ligt daar aan ten grondslag?
- waarom verdient uw organisatie de Gouden Oor Award? Wat is bijzonder aan het project of het resultaat?

\* voor toelichting zie Gouden Oor Standaard te downloaden op [goudenoor.nl](http://goudenoor.nl)

Inzendingen dienen uiterlijk **29 mei 2015** gericht te zijn aan [mail@goudenoor.nl](mailto:mail@goudenoor.nl)

Vragen over de Gouden Oor Award? Neem dan contact op met Eric de Haan (voorzitter Stichting Gouden Oor), 073 680 25 80.

De Gouden Oor Award is een initiatief van Stichting Gouden Oor.  
De Stichting beweegt organisaties te luisteren naar en gehoor te  
geven aan klanten om de relatie te versterken en het lerend  
vermogen te bevorderen om zo duurzaam succesvoller te worden.

