

ING, NATIONALE-NEDERLANDEN, PGGM, YARDEN EN ZIGGO GOUDEN OOR ERKEND

Hoe blijf je luisteren naar klanten?

Elke serieuze organisatie zet inmiddels 'de klant centraal'. Customer journeys, NPS, customer delight, 9+ organisatie, CES, Superpromoters; organisaties zijn op uiteenlopende manieren met mooie initiatieven aan de slag. Maar hoe hou je dat vast? Hoe zorg je voor blijvende betrokkenheid bij de klant? Om hun klantgerichtheid te toetsen spiegelen organisaties zich steeds vaker aan de Gouden Oor Standaard.



Rob Wolvekamp | Directeur Klantbeheer van PGGM

De afgelopen maanden hebben PGGM, Ziggo, Nationale-Nederlanden, Yarden en ING Bank de klant bewezen centraal gesteld. Deze organisaties zijn Gouden Oor erkend voor de kwaliteit van hun integraal klachtenmanagement. Een erkenning die getuigt van het 'gehoor geven aan klanten' en die het luisterend vermogen van een organisatie voor klanten borgt. Dat helpt de klantrelatie te behouden en te versterken, de reputatie goed te houden en processen en producten te verbeteren.

Coöperatie PGGM is sinds 2007 erkend conform IKM 3000, de voorloper van de Gouden Oor Standaard. Inmiddels speelt bij PGGM de klant zowel in de front- als backoffice een centrale rol en zijn medewerkers de leidende factor in het leren en verbeteren. PGGM kan uit alle klantenfeedback en ideeën van medewerkers inzichtelijk maken wat dit voor de organisatie en haar klanten heeft opgeleverd.

De serviceorganisatie van Ziggo heeft in 2009 nadrukkelijk koers gezet om klachtenmanagement binnen de gehele organisatie versterker te laten zijn van hun servicefilosofie. Hiervoor heeft Ziggo met name veel aandacht en energie besteed aan de soft skills van hun agents om signalen van klanten te herkennen en er empathisch mee om te gaan. Dit jaar resulteerde dat in de Gouden Oor erkenning.

Nationale-Nederlanden kreeg in 2011 via de audit van de AFM op integraal klachtenmanagement al bevestigd dat klachtenmanagement goed ontwikkeld was. Op basis van de Gouden Oor Standaard hebben ze klachtenmanagement doorontwikkeld en geborgd. NN krijgt daardoor steeds scherper in beeld wat klachten veroorzaakt. Topmanagement



Jeroen van der Wal (Teamleader Complaints), Robert Tjoonk (Director Customer Service) en Martin van de Berg (Process Manager) van Ziggo



De negen elementen en zes richtinggevende principes van de Gouden Oor Standaard. De puntenverdeling weerspiegelt het belang van elk van de elementen binnen het totaal van 100 te behalen punten.



Eric de Vries | directeur Strategie & Klantbeleving Nationale-Nederlanden



Klaas de Boer, directievoorzitter van Yarden (l) ontvangt de Erkenning uit handen van Hein Dekker van Vedas Quality (r)



Nicole Wiesehahn | Manager Centrale Klachtafhandeling van ING Nederland

is ook nauw betrokken en gaat voorop in klantcontact doordat klagende klanten door leidinggevend worden nagebeld om zelf te horen in hoeverre klagers tevreden zijn over de afhandeling.

Yarden heeft de Gouden Oor Standaard benut om de klantbeleving op een hoger niveau te brengen. Omgaan met feedback gaat voor hen verder dan het klachtenproces. Yarden heeft daarom klachtenmanagement strategisch verbonden met de totale klantstrategie. Daarmee zijn ook de klantbeloften aangescherpt om de verwachtingen over en weer nog helderder te krijgen.

Ook ING Bank is onlangs Gouden Oor Erkend. Met het behalen van die erkenning is ING de eerste bank in Nederland die op dit niveau gecertificeerd is. Uit de audit bleek dat ING open, sensitief en ontvankelijk is voor klachten van klanten; het voelbaar is dat ING klachten naar tevredenheid van klanten wil afhandelen en dat ING een effectieve aanpak heeft voor klachtreductie door het wegnemen van de oorzaken van klachten.

Het Gouden Oor helpt organisaties gehoor te geven aan klanten om de klantrelatie te versterken en het lerend vermogen te bevorderen om zo succesvoller te worden. De Gouden Oor Standaard (download op goudenoor.nl) dient daarbij als referentiekader en als norm voor erkenning. De Standaard bevat zes richtinggevende principes en onderscheidt vijf organisatiegebieden en vier resultaatgebieden. De eerste fase van erkenning omvat een beoordeling op de organisatiegebieden. Voor erkenning moet een organisatie tenminste 50 van de 70 te behalen punten scoren. Bij fase twee worden ook de resultaatgebieden meegenomen, waarbij een organisatie voor erkenning 75 van de in totaal 100 punten dient te behalen. De Gouden Oor Standaard wortelt in de internationale ISO-richtlijnen voor klanttevredenheid (ISO 10000-serie). Naast erkenningsnorm dient de Standaard ook als toetscriterium voor de Gouden Oor Award, de jaarlijkse juryprijs voor de meest klantgevoelige organisatie. | goudenoor.nl