



Maak er een **FEAST** van

Hoe je komt tot extreme klantfocus in een digitale wereld, daarover weidde Rik Vera uit in zijn keynote op het Belgian Contact Center Congress 2018. CustomerFirst was erbij in Leuven, óók voor de afsluitende prijsuitreiking.

Tekst: François Kroes

“De Maya’s hadden gelijk”, trapt de partner van Nexxworks (en daarmee collega van onder meer Steven Van Belleghem en Peter Hinssen) zijn presentatie af. “De wereld is misschien niet vergaan, maar 2012 staat wel symbool voor het einde van de ‘oude’ wereld.” Frappant vindt Vera het dan ook dat sommigen niet eens in de gaten lijken te hebben dat ze in de nieuwe wereld leven. Illustratief was bijvoorbeeld het verhoor waarbij Facebook-baas Mark Zuckerberg zich eerder dit jaar in de Amerikaanse Senaat moest verantwoorden voor het schandaal rond Cambridge Analytica, terwijl de aanwezige senatoren bijzonder weinig kennis bleken te hebben over de sociale netwerksite. Zuckerbergs weerwoord ‘Senator, we run ads’ is inmiddels op t-shirts bedrukt. Veelzeggend was ook het moment dat Steve Ballmer, de voormalig ceo van Microsoft, jaren terug de plank volledig misloeg door de iPhone uit te lachen bij de introductie daarvan. Arrogant zei hij ‘dat er niet eens een keyboard op zat... The rest is history. De digitale tsunami ten spijt roept volgens Vera de vraag op waarom grote bedrijven blind zijn voor de verandering die eraan komt. “Maak niet dezelfde fouten! Word geen Kodak,

dat zeventig procent van de wereldmarkt in filmrollen in handen had en dacht dat digitale fotografie helemaal niks zou worden.” De welbespraakte Belg is van mening dat alles om de interface draait. Ga voor FEAST (Fast, Easy, Accessible, Simple, Tempting) en mensen zullen van jouw bedrijf houden, stelt hij.

Smombie

De organisatieadviseur maakte eveneens van de gelegenheid gebruik om de circa 200 aanwezigen in de Leuvense Sportoase te wijzen op een relatief nieuw begrip: de smombie. Inderdaad, de smartphone zombie, een eigenschap waar velen zich ‘schuldig’ aan maken. Vera meent dat deze ontwikkeling een hoop zegt over de tijden waarin we leven: “Vergeet het optuigen van een digitale strategie, want de wereld is al digitaal. In China bijvoorbeeld kun je zwervers louter mobiel betalen! *Make life easier for your customers*; steek daar vooral je energie in.” Zo verkopen ze in de Japanse One Book Shop – een soort pop-up store – gedurende een bepaalde periode maar één soort boek. De selectie is al voor je gemaakt: weg keuzestress.



Rik Vera

Vecht niet tegen het digitale, maar maak er gebruik van

Disruptie is in ieder geval iets wat je altijd moet zien te ontwijken, tipt de Nexxworks-partner. Of je hier rijp voor bent, valt naar zijn idee te herkennen aan de volgende vier factoren: een complexe interface, geen (klant)vertrouwen, geen transparantie en te veel tussenpersonen. Ga liever voor langzame architectuur, naar goed voorbeeld van Gaudí. Zijn beroemde ontwerp, de Sagrada Família, dateert al van eind 19e eeuw maar is anno nu nog altijd niet 'af'. "De wereld verandert, dus start met een groot plan en ga dan stapsgewijs te werk. Gaandeweg zullen zich nieuwe technieken aandienen." De vertaling makend: vecht niet tegen het digitale, maar maak er gebruik van. Plus besef goed dat je datarijk kunt zijn, maar informatie-arm.

2e digitale tsunami

Staan het internet en de smartphone symbool voor de eerste digitale tsunami, bij monde van Vera zijn big data, robotisering en artificial intelligence dat voor de tweede digitale tsunami. "AI neemt het over. Daar hoeven we niet bang voor te zijn, want AI gaat ons helpen dichterbij te klant te komen", verwacht de ervaren spreker. Data mag dan het nieuwe goud zijn, voorkom te allen tijde dat je je achterban gaat stalken. "Dat hâten we. Ga liever een echte conversatie aan. Zorg dat het contactmoment ertoe doet en leer je klant kennen." Hoe dat het beste kan? Show your HEART:



Belgian Customer Contact Awards

Na afloop van het congres, de borrel en het diner, was het tijd voor de uitreiking van de Belgian Customer Contact Awards 2018. Bij dit initiatief van sectorfederatie Customer Contact waren er prijzen te verdelen in drie verschillende categorieën, met de volgende uitkomst tot gevolg:

In de categorie *Connecting Technology* waren Nespresso, Idecom en Worldline genomineerd. Laatstgenoemde ging met de award aan de haal dankzij een efficiënte aanpak en de duidelijke resultaten van het project. [Worldline](#) diende een case in waarbij ze een planningstool ontwikkelden om hun sales representatives real-time te begeleiden van en naar hun afspraken. Zowel de gebruikers als de contactcentermedewerkers kunnen de planningstool aanpassen om samen tot het beste afsprakenschema te komen. Het resultaat is dat er minder onnodige reistijd is en beter geplande afspraken.

Voor *Connecting People* lag het niveau van vier cases zo hoog en dichtbij elkaar dat de jury tot vier genomineerden kwam: Proximus, Callexcell, DIRACT en EpiCURA. De winnaar werd [Callexcell](#) met het project NACC-cruitment (NACC: Not Another Contact Center). Imponerend was de vernieuwende, resultaatgerichte aanpak die het team aan de dag legde en de passie waarmee ze de zoektocht naar gemotiveerde medewerkers beschreven. NACC-cruitment bestaat uit verschillende acties als een NACC-bar waarbij sollicitanten een praatje konden aangaan met de medewerkers, het samenbrengen van verschillende interim-kantoren om een gezamenlijke strategie uit te denken en het inzetten van medewerkers voor een sterke employer branding.

In de categorie *Connecting Customers* liep de strijd tussen 24+, Randstad en Opel Belgium. Hoewel zeer aan elkaar gewaagd, bleek [Opel Belgium](#) op alle vlakken net iets sterker te scoren. De volgens de jury prachtige case speelt perfect in op de actualiteit. Het autobedrijf ondersteunt zijn eigen klanten, de dealers, in het contact met de eindklanten door alle leads te verzamelen en op te volgen in een professioneel contactcenter. Op die manier kunnen de dealers zich volledig richten op hun core business en zorgt Opel Belgium voor een sterke connectie tussen klant en organisatie. 🚗