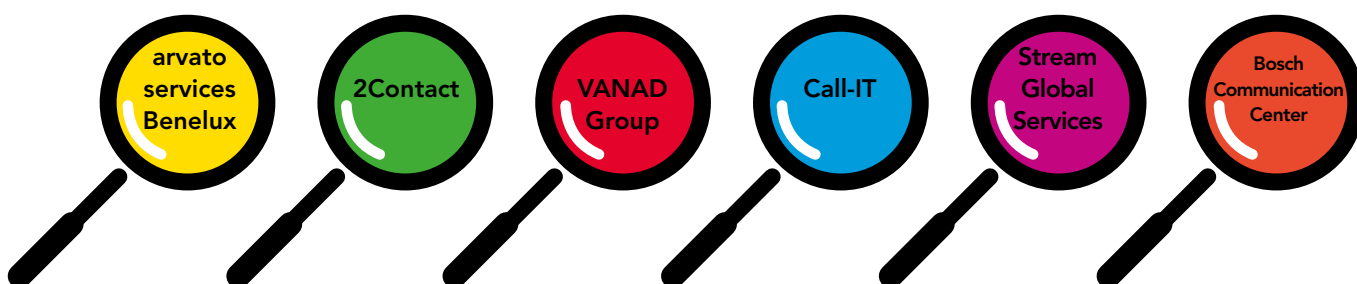




# ZOEK DE 10 VERSCHILLEN

*De keuze is reuze, wordt weleens gezegd. Dat geldt ook voor organisaties die hun klantcontact willen uitbesteden. Om de verschillen tussen facilitaire contactcenters uiteen te zetten, benaderde Telecommerce – met een schuine blik op het jaarlijks door Call'm samengestelde overzicht van de facilitaire markt in Nederland - de top 15. Een profielschets, te beginnen bij de onderste helft.*



---

## Trends

**2Contact:** “Wij zien een toenemend gebruik van smartphones en tablets, social media en de cloud. Een meer algemene ontwikkeling is de steeds kritischer wordende consument, die almaar beter geïnformeerd is. Dit vergt veel van onze medewerkers en daarom stomen wij hen volledig klaar voor dit werk en begeleiden we ze vervolgens intensief. Steeds meer diensten zijn gericht op selfservice. Vernieuwde websites zijn interactiever dan voorheen, zoals een chatrobot die de consument helpt sneller en gericht te zoeken. Verder is duidelijk merkbaar dat de focus verlegd is naar het behoud van bestaande klanten, door middel van klantloyaliteitsprogramma's en door het klantenbelang centraal te stellen.”

**Call-IT:** “Online, dus selfservice en apps, en social media in het bijzonder zijn de trends die met name in het oog springen. Enerzijds zijn deze ontwikkelingen gedreven vanuit organisaties die nieuwe mogelijkheden benutten om hun klanten van dienst te zijn. Tegelijkertijd hebben deze mogelijkheden direct een gevolg op de klantverwachting. Webcare is nog steeds een relatief nieuwe vorm van klantenservice. Gezien het open karakter hiervan zijn deze processen anders ingericht dan de serviceprocessen van de reguliere kanalen. Alle communicatie is zichtbaar voor iedereen, waardoor een slechte dienstverlening meer schade kan aanrichten dan voorheen.”

**VANAD:** “Het gat tussen de traditionele outsourcers en nieuwe aanbieders wordt steeds groter, valt mij op. De traditionele partijen perfectioneren naar mijn idee een model dat het niet lang meer gaat volhouden, terwijl de nieuwkomers moderne werkmethoden ontwikkelen die veel beter aansluiten bij de wensen van de medewerkers. Wat niet meer in trek is, is de inrichting van grote teams op één gigantische locatie. De toenemende individualisering leidt tot veel meer focus op de medewerkers die het daadwerkelijke contact met de klant hebben. Verantwoordelijkheid en vertrouwen geven zijn hierin cruciaal en dat kan alleen door deze mensen de controle te geven.”

**Stream:** “Social media is een voorzichtige trend. In Nederland liggen hier nog veel kansen voor bedrijven. Door actief gebruik te maken van social media maak je het beheersbaar en kun je mensen aan je merk binden, ofwel loyale klanten vergaren. Ook constateren we een toegenomen vraag naar kwaliteit in dienstverlening.”

**Arvato:** “In de digitale wereld zien wij klantcontact in waarde toenemen. Met customer service 3.0 spelen wij hier op in. Ook zien wij dat veel bedrijven een inhaalslag aan het maken zijn ten aanzien van social. Workshops en trainingen worden met grote regelmaat aangevraagd.”

**Bosch:** “De invloed van social media neemt fors toe. Daarnaast zien wij het monitoren van remote tracking, mobiele volgsystemen (GPS), selfservice, alarmcentrales en Call Me Now-opties groeien. Daarnaast hebben we samen met een vooraanstaand Duits automerk het zogeheten eCall-project opgestart. Met één druk op de knop kunnen automobilisten om hulp vragen en wij sturen dan direct de hulpdiensten erop af.”

## Onderscheidend vermogen

**Arvato:** “In de markt staan wij bekend als een oprechte zakenpartner, die stabiele, hoogkwalitatieve en eerlijke service biedt. Onze langjarige relaties en de aanhoudende uitbreiding van dienstverlening met onze bestaande klanten onderstrepen dit. Bovendien behoren wij tot een groot concern op het gebied van media, content en logistiek. Dat maakt ons uniek, aangezien we hiermee kunnen integreren op het gebied van marketing- en salesdienstverlening.”

**Stream:** “Veel andere facilitaire contactcenters hebben vestigingen verspreid over de hele wereld, maar Stream is écht internationaal ingericht. Dat geldt voor zowel de organisatiestructuur als voor onze klanten. Integratie en samenwerking zijn belangrijke kernwaarden binnen dit concern. Het team van directeurs in heel Europa overlegt bijvoorbeeld op zeer regelmatige basis met elkaar. Voor ons maakt het niet uit waar je de business neerzet, de ondersteuning wordt ingevuld.”

**2Contact:** “Wij zijn een transparante, zelflerende organisatie die zich kwetsbaar durft op te stellen. Het creëren van betrokkenheid binnen alle geledingen is belangrijk, evenals de lijnen kort houden zodat er snel kan worden geschakeld.”

**Bosch:** “Voorzover bekend is Bosch de enige EN 50518-gecertificeerde alarmcentrale in Nederland die gecombineerd is met een contactcenter. Voor deze Europese certificering gelden veel zwaardere eisen dan de huidige Nederlandse Borg-PAC. Daarnaast volgen wij de COPC-methodiek en hebben we verschillende getrainde mensen in dienst. Ons onderscheidend vermogen zit 'm verder in de grote hoeveelheid talen en locaties wereldwijd. De dagelijkse bedrijfsvoering wordt gekenmerkt door openheid en vertrouwen jegens medewerkers, zakenpartners en investeerders, initiatief en daadkracht, toekomst- en rendementsgerichtheid en culturele veelzijdigheid.”

**VANAD:** “Ons onderscheidend vermogen speelt zich af op het gebied van het virtuele werken, het centraal stellen van de mens in de organisatie (Jij bent Fantastisch!-filosofie) en de kennis van (klantcontact)technologie. Wij bieden de sourcingmix aan, uitgaande van het principe dat de medewerker moet kunnen werken op de plek waar hij of zij het liefst wil werken.”

**Call-IT:** “Call-IT onderscheidt zich met een integrale, kwalitatief hoogwaardige aanpak en samenwerking. Samenwerken betekent voor ons meer dan alleen een contract, tarief en resultaat. Het gaat met name om betrokkenheid, meedenken, het bewijs van kwaliteit en de drive om tot het maximale succes te komen tegen een redelijke prijs. Deze aanpak levert onze opdrachtgevers aanzienlijke meer rendement op. Om dit te bereiken creëren wij een omgeving waarin mensen centraal staan en zich 100% kunnen ontwikkelen.”

## Specialisme

**Call-IT:** “Onze integrale aanpak wordt door onze opdrachtgevers als een waardevolle factor beschouwd. ‘We are one of you’ luidt ons motto. Call-IT is gespecialiseerd in kennisintensieve dienstverlening met een cruciale rol voor het menselijke aspect. Door de communicatieve vaardigheden en inhoudelijke kennis van onze medewerkers, verkregen door (klant)specifieke

trainingen, staan wij garant voor resultaten en kwalitatief hoogwaardig klantcontact. Daarnaast beschikken we over een state-of-the-art technische infrastructuur, onder meer op het gebied van real-time monitoring, kennismanagement en permanente kwaliteitscontroles.

**Stream:** “We staan bekend om onze kwaliteit. Een standaardantwoord misschien, maar Stream realiseert een enorm hoge performance. Dat kunnen we hard maken met talloze businesscases. Ons kwaliteitsapparaat is gebaseerd op wereldwijde standaarden, waaronder COPC bijvoorbeeld, waarop wij voortdurend worden geaudit en gemonitord. Ons prijskaartje ligt doorgaans ook wat hoger dan de concullega's die voor internationale klanten veelal vanuit lagere lonen-landen opereren. Je krijgt wat je betaalt. Die hoge kwaliteit staat eveneens in relatie tot de aanwezige ervaring in dit bedrijf: de gemiddelde leeftijd van ons management is bijvoorbeeld 41 jaar. Stream zet nadrukkelijk geen starters met onvoldoende achtergrond en ervaring aan het roer. Het werken met nul-urencontracten en studenten is bij ons eveneens niet aan de orde; wij gaan alleen volwaardige arbeidsrelaties aan. Social media is een andere specialiteit. In Nederland zijn wij koploper op dit vlak. Internetforums, Twitter en Facebook gebruiken we al zeker twee jaar voor servicedoelinden. Als je de klantvragen die via deze kanalen binnenkomen niet opvangt en afhandelt, dan kan dat schade berokkenen.”

**Arvato:** “Wij beschikken over de COPC-certificering voor workforcemanagement. In de facilitaire wereld is dat uniek. Dankzij de samenwerking met wereldwijde netwerkpartners kunnen wij onze klanten bovendien passende oplossingen bieden die zowel flexibel als betrouwbaar zijn.”

**2Contact:** “Door van buiten naar binnen te denken zijn wij in staat opdrachtgevers creatieve oplossingen aan te dragen. 2Contact is gespecialiseerd in het aanbieden van een totaalconcept, waarbij onze expertise wordt ingezet tijdens de verschillende momenten van interactie tussen klant en organisatie (customer journey). Nieuwe klanten ontvangen bijvoorbeeld op het meest geschikte moment een servicecall. Daarnaast resulteren onze retentiecalls in een lagere churn.”

**Bosch:** “Op basis van internationale kwaliteitsnormen bieden wij onze opdrachtgevers uit diverse branches synergievoordelen en efficiëncymogelijkheden. De diensten die wij leveren spelen zich af op verschillende disciplines, variëren van klantenservice en beveiliging tot aan logistiek, technologie en mobility services.”

**VANAD:** “De sourcingmix komt uit onze koker. De technologie die wij toepassen voor onder meer traditionele outsourcing, offshoring en managed homesourcing heet Cimplicity. Deze suite is zeer eenvoudig in gebruik en hebben we ontwikkeld op basis van de informatie die we hebben verkregen van onze medewerkers en opdrachtgevers. Door de recente uitbreiding van ons belang in ICT-specialist E.Novation gaan we, naast contactcentersoftware in de cloud, in de nabije toekomst ook andere cloudoplossingen naar de markt brengen. Bijvoorbeeld op het terrein van business intelligence.”

## Uitstapje

**2Contact:** “Onder de naam Certin, dat gespecialiseerd is in op maat gemaakte precassodiensten, is vanuit onze organisatie een nieuw bedrijf opgericht. Via de service TeleCollect wijzen we klanten op een betalingsachterstand, zodat we direct een regeling met ze kunnen treffen. Door met de debiteur de juiste dialoog aan te gaan houd je de klantrelatie in stand.”

**VANAD:** “We willen ons ontwikkelen tot een full-servicepartner voor onze klanten. In plaats van alleen de operationele werkzaamheden te verrichten denken we graag mee over recruitment en training bijvoorbeeld, of coaching en strategie.”

**Call-IT:** “Samen met de andere werkmaatschappijen binnen het moederbedrijf USG People NV gaan wij ons de komende jaren eveneens op de inhouse markt richten.”

**Stream:** “De modegeoriënteerde retailmarkt is nog relatief nieuw terrein voor Stream. Pakweg anderhalf jaar terug zijn we hiermee begonnen en de verwachting is dat we enkele nieuwe opdrachtgevers uit deze sector aan ons portfolio kunnen toevoegen.”

**Arvato:** “E-commerce en social media & commerce zijn nieuwe segmenten waarin wij ons sinds 2012 begeven. Voorheen was social media nog een onderdeel van of slechts een extra kanaal. Naast reguliere webcare hebben we ons portfolio uitgebreid met specifieke kennisdeling, zoals analyses en trainingen over social, zowel aan onze bestaande klanten als aan klanten die juist vooral alleen deze kennis van ons willen gebruiken. Met behulp van professionele tools analyseren we hoe onze klanten ervoor staan in de sociale media en adviseren we over de te voeren communicatiestrategie.”



## RONDJE VOORSTELLEN:

### arvato services Benelux

- CEO: Marceline Beijer
- Vestigingen in Venlo en Abcoude
- 600 medewerkers (450 fte)
- Sectoren (o.a.): beauty & entertainment, technische ondersteuning, (semi)overheid
- Opvallende contactkanalen: post, social media en chat
- Gemiddelde leeftijd van vaste medewerkers: 34 jaar

### 2Contact

- Algemeen directeur: Wendy Willaert
- Vestigingen in Haarlem en Den Bosch
- Circa 800 medewerkers
- Sectoren (o.a.): uitgeverijen, postorderbedrijven, energiemaatschappijen
- Opvallende contactkanalen: webcare en chat
- Gemiddelde leeftijd: 26 jaar

### VANAD Group

- CEO: Arthur Nederlof
- Nederlandse vestiging in Capelle aan den IJssel
- 750 medewerkers
- Sectoren (o.a.): food & beverage, finance, e-commerce
- Opvallendste contactkanalen: chat en webcare (waaronder Google+)
- Gemiddelde leeftijd: 26 jaar





### Call-IT

- Concerndirecteur: Wim Vintges
- In Nederland gevestigd in Weert en Eindhoven
- Ruim 530 medewerkers (455 fte)
- Opvallendste contactkanalen: webcare en chat
- Sectoren (o.a.): banken en verzekeraars, kansspelen, ICT
- Gemiddelde leeftijd: 34 jaar

### Stream Global Services

- Site director Benelux, Zweden en Denemarken: Wouter de Leeuw
- In Nederland gevestigd in Amsterdam
- 300 fte (afhankelijk van het seizoen)
- Opvallendste contactkanalen: chat en social media
- Sectoren (o.a.): consumentenelektronica, travel en retail
- Gemiddelde leeftijd: 25 jaar

### Bosch Communication Center

- Directeur: Karel Mulder
- Gevestigd in Nijmegen
- 225 medewerkers (150 fte) in dienst in Nederland
- Sectoren (o.a.): automotive en travel & transport
- Opvallende contactkanalen: datalijnen voor alarm- en meldingsafhandeling
- Gemiddelde leeftijd: 30 jaar

## Focusgebieden

**Stream:** “Wij investeren zwaar in het opleiden van medewerkers. Dat gebeurt op alle managementlagen: van supervisors tot site directors. De mogelijkheid om door te kunnen groeien in deze organisatie is van groot belang. Tevens wordt kennisdeling met collega's van andere vestigingen actief aangemoedigd.”

**Bosch:** “Naast customer contact ligt onze focus in Nederland op het gebied van monitoringservices, voor onder andere kunst en bewegende objecten, gebouwen en liftbewaking. Daarin willen we groeien en waarde toevoegen voor onze BPO-klienten. Dit vraagt om investeringen in zowel technologie als opleiding van medewerkers.”

**VANAD:** “Het optimaal managen van onze groei. VANAD zit op de goede weg en we doen er alles aan om de beste mensen aan ons te verbinden. Zij moeten het bedrijf direct beter maken en volledig geloof hebben in onze virtuele visie. Andere belangrijke activiteiten zijn het verder innoveren van onze diensten en producten.”

**Arvato:** “De gedachte achter CS 3.0, een aanpak die gericht is op het ontwikkelen van onze mensen en daarmee het verbeteren van onze diensten, is extreem belangrijk voor arvato. De ontwikkeling en groei van ons bedrijf valt of staat hiermee. Hierbij is een sleutelrol weggelegd voor het geven van verantwoordelijkheid aan medewerkers.”

**Call-IT:** “Iedere dag weer richten we ons volledig op onze opdrachtgevers, ondersteund door de mensen, de middelen en de processen. De inrichting van deze drie gewichtige aandachtsgebieden is gebaseerd op COPC-principes.”

**2Contact:** “Werven en opleiden van de juiste mensen is een constant aandachtsgebied binnen onze organisatie, net als investeren in techniek. Daarnaast zijn klantbehoud en klanttevredenheid van groot belang. Wij bouwen zeer bewust aan partnerships door voortdurend klantgericht te handelen. Vaak gaat dit om eenvoudige menselijke zaken, zoals afspraken nakomen en helder en transparant communiceren.”

## Het Nieuwe Werken

**VANAD:** “Binnen de contactcenterbranche hebben wij HNW geïnitieerd. Meer dan 60 procent van onze mensen werkt inmiddels virtueel en we bedienen drie internationale organisaties in twaalf talen met medewerkers in allerlei verschillende landen.”

**Call-IT:** “Dit speelt een bescheiden rol in onze organisatie. Tijdens de planning houden we rekening met de wensen en behoefte van de individuele medewerkers. Om de service en kwaliteit van de dienstverlening op hoog niveau te houden, is het niet mogelijk dat medewerkers de vrijheid hebben om dit zelf in te delen. Wij hechten veel waarde aan het teamgevoel, vandaar dat thuiswerken op dit moment niet aan de orde is. Niet binnen de openingstijden van het contactcenter althans.”

**Stream:** “Voor ons is HNW praktisch niet interessant, want het is niet PCI (Payment Card Industry, red.) compliant. Klantgegevens vanuit huis beveiligen is zeer moeilijk en in strijd met internationale standaarden, vandaar dat wij niet aan HNW doen. Tegelijkertijd heeft het ook niet onze focus. Voor ons is het een modebegrip. Het contact met collega's en de aanwezigheid op de vloer wordt als wenselijk ervaren. Een goede sfeer, persoonlijke aandacht en samenwerking met collega's draagt ook bij aan de kwaliteit.”

**Bosch:** “Binnen Bosch Communication Center discussiëren we over de grote uitdagingen die gepaard gaan met HNW. Voor medewerkers die indirect te maken hebben met klantcontact, zijn er mogelijkheden. Voor het directe personeel zijn momenteel geen concrete plannen. Contactcenterwerk is natuurlijk al behoorlijk flexibel, waar het gaat om het aantal arbeidsuren en -tijden en de keuze van medewerkers hierin.”

**2Contact:** “Vanuit huis werken is mogelijk bij ons. Alle systemen en data staan in de cloud. In principe moeten medewerkers dus vanuit iedere plek in de wereld kunnen werken. Echter lenen niet alle projecten zich in dezelfde mate voor HNW, bijvoorbeeld vanwege de eisen die onze opdrachtgevers stellen qua databeveiliging. Van ieder project worden vooraf de voor- en nadelen grondig afgewogen.”

**Arvato:** “HNW is een filosofie die verder gaat dan thuiswerken. Bij ons loopt momenteel een pilot om te ontdekken voor welke klanten dit een optie is. Voor klanten uit de financiële sector is dit bijvoorbeeld minder goed te doen dan voor onze pure customer-serviceklanten.” ■

Noot: Zowel Quality Contacts als Annie Connect zagen af van medewerking aan dit overzichtartikel. Age de Jong van eerstgenoemd contactcenter hield het op een eenvoudig 'geen interesse', terwijl Leo Dijkgraaf van Annie Connect de huidige ontwikkelingen omtrent zijn bedrijf en de daarbij behorende getekende geheimhoudingsverklaring als reden aanvoerde.