



UITZENDBUREAU CENTRALISEERT KLANTCONTACT

Winst: twee

uur per dag

Consultants van het Belgische Start People winnen per dag gemiddeld twee uur effectieve werktijd. Dat komt door het centraliseren van al het transactionele klantcontact. Het klantcontactcenter in Brussel verwerkt 80- tot 90-duizend telefoontjes per maand en 300 tot 400 mails per dag. Deze contacten komen nu niet meer op de verschillende kantoren in het land terecht.



Aan de Frankrijklei in Antwerpen spreekt CustomerFirst met Katrien Sneppe (38), operations manager Customer Relations Center bij USG People in België. "Eigenlijk werk ik voor Solvus", vertelt ze en ze legt uit hoe de vork in de steel zit. USG People is de koepel waaronder de merken Start People en Solvus hangen. Een andere dochter is het ook in Nederland bekende bedrijf Call-IT, dat opereert als een facilitair contactcenter en dus voor derden werkt. Dat doet Solvus ook, voor derden werken, maar niet als een puur contactcenter. Wel neemt de werkgever van Sneppe HR-taken voor derden op zich. "We doen bij Solvus bijvoorbeeld referentiechecks, ziekmeldingen en exitgesprekken in opdracht van derden", zegt ze. "Ook zijn alle activiteiten die samenhangen met de typisch Belgische dienstencheques (Start People Services) bij Solvus ondergebracht."

Doorberekenen

Het leeuwendeel van het werk in het Customer Relations Center heeft te maken met het uitzendwerk van Start People. Waar voorheen elk van de ruim honderd contactpunten van Start People het eigen telefoonverkeer deed, is dat nu gecentreerd in het Brusselse klantcontactcenter waar zo'n 60 fte werken. Op 1 september van dit jaar opent in Gent een tweede vestiging met nog 30 fte.

Klanten, opdrachtgevers en uitzendkrachten, bellen nog steeds gewoon het nummer van het lokale kantoor. Ze komen echter uit in Brussel, waar het gekozen telefoonnummer automatisch

Naam: Katrien Sneppe
Functie: operations manager Customer Relations Center bij Solvus
Leeftijd: 38 jaar
Studie: Toegepaste Economische Wetenschappen

DEZE CENTRALISATIE LEVERT EEN PRODUCTIVITEITSWINST OP VAN 25%

wordt herkend, zodat de tijd die het telefoontje kost kan worden geboekt op het kantoor waarvoor de agent op dat moment aan het werk is geweest. Die tijd wordt doorberekend aan het betreffende kantoor en intern gefactureerd. Ondanks dat het werk van haar organisatie dus in rekening wordt gebracht bij de kantoren in het netwerk, levert deze centralisatie een pro-



Software en skills

Solvus gebruikt het CRM van Salesforce. Daaroverheen ligt de CIC-omgeving van Interactive Intelligence, waarin onder meer de voor het doorbelasten van de kosten zo belangrijke nummerherkenning is opgenomen. Sneppe onderzoekt momenteel de mogelijkheid om over te gaan op PureCloud, maar heeft die businesscase nog niet rond.

De via IVR gekozen mogelijkheden worden automatisch naar de juist geschoolde medewerker gerouteerd. Dat is belangrijk, want in dit klantcontact gaat het vaak om behoorlijk ingewikkelde zaken omdat er een relatie is met HR, zowel richting Start People als voor derden. Niet alle medewerkers zijn op alle onderdelen direct inzetbaar. Wel is er een doorgroeiscenario voor iedereen beschikbaar, zodat een beginnende medewerker zich kan ontwikkelen tot een allround inzetbare kracht.

De in het artikel genoemde monitoring komt tot stand met behulp van de zogenoemde business manager van Interactive Intelligence. Deze ontsluit onder andere een interne database-applicatie, waarin onder meer de prestaties van de agents worden vastgelegd.

ductiviteitswinst op van 25 procent. Dat betekent dat de consultants op de kantoren maar liefst een kwart van hun tijd hebben teruggewonnen doordat ze niet langer bezig zijn met transactionele taken zonder toegevoegde waarde. Ze kunnen dus gemiddeld twee uur extra per dag besteden aan het werven van nieuwe accounts, aan het selecteren van uitzendkrachten of aan het promoten van het merk Start People.

Nieuwe kanalen

Sinds 2015 is het Brusselse customer relations center van Solvus geheel operationeel. Er komen 80- tot 90-duizend telefoontjes per maand binnen en zo'n 300 tot 400 mails per dag. Het contactcentrum is 24 uur per dag bezet (deels is dit nu nog uitbesteed aan zusterbedrijf Call-IT); in de stille uren verwerken de agents ook mailverkeer. Sneppe is bezig nieuwe kanalen toe te voegen. De eerste pilots met chat en WhatsApp zijn gedaan.



Chat zal als eerste kortelings geïntroduceerd worden, WhatsApp volgt later.

Strategisch stoelt de centralisatie van al het transactionele klantcontact op vier pijlers, waarvan *outside in* prioriteit nummer 1 is. Elke klant moet *end-to-end* oftewel in één keer zijn geholpen, dat is nummer 2, maximale bereikbaarheid is nummer 3. En tenslotte is selfservice nummer vier.

Aanslagen

Waar de strategische positie van klantcontact nog wel eens uitsluitend met de mond wordt beleden, geldt dat hier niet. Sneppe neemt deel aan strategische managementbijeenkomsten en houdt scherp in de gaten wan-

AUTOMATISCH NAAR DE JUIST GESCHOOLDE MEDEWERKER ROUTEREN

neer beslissingen direct effect hebben op te verwachten veranderingen in het klantcontactverkeer, zodat ze daar in haar bezetting en briefings op kan anticiperen. Dat geldt voor marketingacties en mailings, maar ook en vooral geldt dat voor veranderingen rondom verloning

en of wetgeving. En als er iets voorzienbaar voorvalt, zoals een feestdag op de vaste verloningsdag voor uitzendkrachten, weet ze dat deze gaan bellen om te vragen waarom hun loon nog niet is bijgeschreven.

Ook bij onvoorziene activiteiten moet ze alert zijn. “Na de aanslagen in Brussel van 22 maart was het telefoonverkeer in België compleet verstoord. Uiteraard hebben we toen, zodra de verbindingen hersteld waren, extra capaciteit ingezet”, vertelt ze.

Real-time

Sneppe pendelt wekelijks tussen Brussel, Antwerpen en straks ook Gent. De operationele leiding op de werkvloer is in handen van teamcoaches, teamleaders. Enkele stafmedewerkers zijn verantwoordelijk voor zaken als HR, IT, projectmanagement en Quality. Zodoende heeft ze haar handen vrij om zich geheel op de strategische positie van het klantcontact te richten. Voortdurend heeft ze via monitoring real-time zicht op de belangrijkste parameters als callstatus, frequently asked questions en prestaties. Zelf is ze nauw betrokken bij kalibraties met opdrachtgevers. “We luisteren bijvoorbeeld samen naar opgenomen gesprekken bij ziektemeldingen om na te gaan waar we kunnen verbeteren.”