



Marjolijn Rottink (De Sleutels):

De beste dienstverlening voor digitale én minder zelfredzame klant

De Sleutels wil bij de tien procent beste corporaties horen op het gebied van dienstverlening. Uiteraard digitaal, maar ook voor de minder zelfstandige klant.

Hoe wil de corporatie uit Leiden deze doelstelling bereiken?

Een gesprek met **Marjolijn Rottink**, hoofd Interne Zaken over optimale klantprocessen, kennismanagement en klantverleiding: "We willen klanten verleiden het efficiëntste en effectiefste kanaal te kiezen."



Keuzevrijheid communicatiekanaal

“In onze klantvisie staat dat wij de klant vrij laten in de keuze voor het communicatiekanaal, maar ook dat we niet moeten nalaten klanten te verleiden het efficiëntste en effectiefste kanaal te kiezen. Op dit moment staan alle kanalen open. Dit is heel klantvriendelijk, maar een aandachtspunt is dat er een goede bewaking op de afhandeling van vragen is. Zo benaderen klanten corporaties steeds vaker via social media en WhatsApp. Hoe gaan we hier mee om en hoe zorgen we dat deze klantcontacten worden vastgelegd? Dit vereist een goede webcare. En wat doen we bijvoorbeeld met vragen die via WhatsApp en social media worden gesteld? Leggen we hier beperkingen op? Wij realiseren ons dat wij een duidelijke visie moeten hebben op kanaalsturing, bereikbaarheid en het vastleggen van klantcontacten.”

Het streven naar een hogere klanttevredenheid. De daartoe opgestelde klantvisie en klantbeloften zijn volgens Marjolijn belangrijke uitgangspunten bij de selectie en implementatie van de systemen. “Dit geldt ook voor de uitkomsten van de klantreizen. Binnen het project ‘de digitale klant’ – zo is het project gedoopt - wordt op basis van de klantvisie en de klantreizen bepaald wat de optimale klantprocessen zijn. Systemen moeten daar zoveel mogelijk op aansluiten. Het doorlopen van de processen is daarom onderdeel van dit project.”

Klant centraal

Bij alle stappen die de Sleutels neemt, kiest zij er bewust voor om de klant centraal te stellen. “Binnen het klantenbestand van de Sleutels zien we steeds meer een tweedeling: de actieve huurder die alles digitaal wil doen en de minder zelfstandige huurder die we hierin ondersteunen. Hiervoor is het belangrijk dat we in de klantvisie bepalen hoe digitaal de klantcontacten mogen zijn. Hoe ver gaan we hierin en wat zijn hierin belangrijke voorwaarden? Met andere woorden: welke zaken kan een klant zelf direct regelen en welke niet. Een mooi voorbeeld hiervan is de digitalisering van schriftelijke communicatie richting klant. Daarnaast moeten we nog duidelijker bepalen welke vragen het KlantenContactCentrum afhandelt en welke niet. Een onderwerp dat hier mee samenhangt, is kennismanagement. Wie is verantwoordelijk voor kennis? Deze vragen worden meegenomen in de uitwerking van de klantprocessen.”

Content digitaal beschikbaar

In lijn van het project ‘de digitale klant’ heeft de Sleutels onlangs de ECM-oplossing E-content van Van Dinther in gebruik genomen. “Voorheen ging er veel tijd verloren met het vinden van documenten en informatie. Ook hadden medewerkers veelal eigen archieven, waardoor de informatie versnipperd en niet volledig was. Door het gebruik van de scrum-methode bij de implementatie met teams die in hetzelfde proces werken, is een natuurlijk proces ontstaan, waarin alle betrokkenen hebben meegedacht over optimale werkstromen, archiefindeling en het delen van en samenwerken aan documenten binnen onze organisatie. Informatie die wij moeten delen met onze stakeholders is nu veel eenvoudiger compleet te maken en te houden. Op korte termijn staat het beschikbaar maken van documenten en informatie voor onze klanten via een beveiligde persoonlijke pagina op de agenda.”

Deelprojecten gebundeld

Marjolijn is tevreden over de stappen die tot nu toe met het project ‘de digitale klant’ – in samenwerking met adviesbureau Hersense - zijn gezet. “Alle projecten die we met het oog op het verbeteren van onze klantdienstverlening doen, hebben onderlinge afhankelijkheid en overlap. Wanneer je deze deelprojecten integraal benadert en daarbij de huurder centraal stelt, vermijd je overlap en versterk je de onderlinge samenhang. Dat is essentieel om de dienstverlening de gewenste impuls te geven en je doelstellingen te realiseren.” ■