



Rico Leemreijze (SmartR):

Inzetten op maximaal digitaal en menselijk kapitaal

De digitalisering van woningcorporaties gaat in verschillende tempo's.

Waar sommige corporaties met open armen nieuwe mogelijkheden in gebruik nemen, blijven anderen vasthouden aan de klassieke telefonische en fysieke mogelijkheden. Want digitaliseren, hoe pak je dat goed aan? Een gesprek met Rico Leemreijze, directeur van SmartR, over het tonen van lef, digitalisering in andere sectoren en verpersonalisering.

Wat is jullie visie op digitalisering in de corporatiesector?

Digitalisering is een niet te stoppen trend. Digitale dienstverlening wordt gemeengoed in corporatieland. De huurders verwachten simpelweg dat de dienstverlening digitaal kan. Het wordt een vanzelfsprekendheid. Het menselijk kapitaal – persoonlijke aandacht voor de klant – gaat het verschil maken.

Wat kunnen corporaties van andere sectoren leren?

In alle sectoren zien we de digitale transformatie. Tussen de banken en verzekeraars zitten misschien wel de koplopers in het digitaliseren van dienstverlening. Ook zien we compleet nieuwe businessmodellen ontstaan door slim gebruik van de digitale mogelijkheden. Daar waar het snel, makkelijk en fun is, wordt het snel geadopteerd. Zo doe ik zelf mijn boodschappen online, doe een 'tikkie' naar mijn vrienden om af te rekenen en volg mijn dochters via een app op school.

Begin dit jaar deden jullie onderzoek naar digitalisering onder corporaties, wat zijn de belangrijkste resultaten?

Volledige digitale dienstverlening zal binnen enkele jaren een commodity zijn in de sector. De medewerkers van corporaties zullen meer en meer geavanceerde digitale ondersteuning verwachten. Begin dit jaar hebben wij daarom onderzoek gedaan naar de digitalisering in de sector middels de Benchmark Klantportalen. Hieruit bleek dat begin 2017 de digitale beschikbaarheid in de corporatiesector 42 procent is. Vergelijk dit met de overheid, waar in 2016 ruim 88 procent van alle overheden digitaal beschikbaar waren. Er is dus nog volop werk aan de winkel.

Wat zijn volgens jou de belangrijkste voordelen van digitaliseren?

Als eerste een betere dienstverlening. Zo startte de Rabobank met het digitaal aanbieden van haar hypotheekdienstverlening. Criticasters bekeken dit met argusogen. Immers een hypotheek was bij uitstek een product waarbij emotie en persoonlijk contact als randvoorwaarde werden gesteld. De Rabobank zag het echter goed. In no-time verviervoudigde het aantal hypotheekaanvragen. Ook in de corporatiesector kan de dienstverlening middels digitalisering verbeteren en groeien. Huurders zullen het waarderen, eenvoudiger de corporatie gaan vinden en verwachten dat een verzoek digitaal kan worden gedaan en worden afgehandeld.

Als tweede efficiency, en ik noem de belastingdienst als voorbeeld. Ik weet dat hier ook nog regelmatig wat over in het nieuws verschijnt wat niet deugt, maar zij zijn wel een fantastisch voorbeeld hoe je de digitalisering voor je eigen organisatie kunt laten werken. Daar zijn papierstromen geëlimineerd, databases gekoppeld en zaakgericht werken tot detail uitgevoerd. Digitale aangiftes worden automatisch verwerkt en controles zijn voor een groot deel gedigitaliseerd

en geautomatiseerd. Dit voorzie ik ook als gemeengoed in de corporatiesector. Huurders en leveranciers doen digitaal het verzoek en de corporatiemedewerker handelt het digitaal af, waarbij routinezaken geautomatiseerd kunnen worden.

Maar, louter inzetten op digitalisering is een minachting van de organisatie. Er moet juist ingezet worden op het menselijk kapitaal van de corporatie. Mensen die deze transformatie kunnen dragen, de nieuwe digitale wereld als verrijking zien en kunnen beheren, maar ook de ontstane efficiency gaan omzetten in de juiste aandacht voor de huurder. De corporatieprofessional zal zich veel minder met routinematige zaken bezig houden en juist het verschil gaan maken op de bijzondere dossiers en in de aandacht voor de huurder die het nodig heeft. Investeer in én digitalisering én in de transformatie, dan word je een corporatie die het verschil kan maken!

Wordt door digitalisering het persoonlijk contact niet schaarser?

Ja, maar de verpersonalisering zal toenemen, nog een voordeel. Na een geboekte overnachting via booking.com krijg je nog wekenlang aanbiedingen voor een vergelijkbare kamer. Of via Netflix, waar je nieuwe suggesties krijgt voordat je de vorige serie hebt afgekeken. Door de 'sporen' die wij achterlaten worden persoonlijke voorkeuren steeds duidelijker en kunnen corporaties daar met big data op inspelen. Denk aan klantprofielen op basis van ervaringscijfers als betalingsgedrag of overlast. Verwar verpersonalisering dus niet met persoonlijk contact: het eerste wordt door digitalisering groter en het laatste schaarser en een schaars goed krijgt economisch gezien meer waarde. In andere woorden: het menselijk kapitaal in je organisatie zal de corporatie van de toekomst waarde geven.

Wat zou je aan corporaties omtrent digitalisering mee willen geven?

Er is echt werk aan de winkel in corporatieland, dus toon lef en durf deze route in te zetten. Begin met heldere ambities met lef door deze concreet en uitdagend te formuleren. Waar wil je staan over een paar jaar? Hoe ziet je dienstverlening eruit? En hoe en waar doe je dan je werk? Wij hebben diverse corporaties geholpen dit toekomstbeeld helder uiteen te zetten, zodat er een motor ontstaat onder de totale transformatie.

Het vertrekpunt en het doel bepalen de route van de transformatie. Het succesvol halen van de bestemming wordt bepaald door de implementatiekracht van de corporatie. Zowel op strategisch, tactisch als operationeel niveau zijn de juiste kennis en vaardigheden vereist. Als je vervolgens inzet op zowel maximaal digitaal als menselijk kapitaal, ontstaat een toekomstrobuste woningcorporatie. Onze SmartR-handen jeuken om met nog meer corporaties aan de slag te gaan! ■