

Erwin Zwijnenburg (Woonkracht10):

Focus op klantenthousiasme draagt bij aan efficiency

Woonkracht10 was voorbestemd om een digitale voorbeeldcorporatie te worden. Met volle kracht stevende de corporatie in de Drechtsteden af op haar digitale bestemming. Maar het pakte anders uit. Woonkracht10 wijzigde in 2017 haar koers en gooit het sindsdien over een andere boeg. Een gesprek met bestuurder **Erwin Zwijnenburg** over de noodzaak van een veranderingsproces met klantenthousiasme als nieuw baken.

“Toen we in 2017 onze klantvisie opstelden hebben we als doelstelling bepaald dat we voor enthousiaste klanten gaan, dus klanten die je dienstverlening met een 8 over hoger waarderen,” begint Erwin het gesprek. “Zet je lager in dan breng je geen veranderingsproces in gang,” is de overtuiging van de bestuurder van Woonkracht10. En daar is het hem juist om te doen. “Enthousiaste klanten hebben bovendien ook een positief effect op de bedrijfslasten.”

Enthousiaste klant

Op de vraag hoe je aan enthousiaste klanten komt, zegt Erwin: “Geef je klanten oprechte aandacht, neem de tijd voor ze en doorleef de klantsituatie.” Met de focus op klantenthousiasme breekt Woonkracht10 met het recente verleden. “Tijdens onze reorganisatie in 2014 lag er wel een klantambitie maar hadden we voornamelijk focus op kosten. Kijkend naar de Aedes benchmarkscores – een A voor bedrijfslasten – heeft dat prima uitgekapt. Maar B en C scores op huurdertevredenheid laten zien dat focus op kosten alleen de kwaliteit niet ten goede komt. Ons doel is om kosten en kwaliteit meer in balans te brengen. Daarop hebben we in 2018 stevig geïnvesteerd en we moeten naar verwachting wel wat prijsgeven op de bedrijfslastenscore.”

Digitale voorbeeldcorporatie

Om enthousiaste klanten te bereiken zijn investeringen gedaan om hetgeen wat in 2014 en 2015 als gevolg van de reorganisatie was weggesneden, weer te repareren. “Het was destijds onze ambitie om een digitale voorbeeldcorporatie te worden. Maar de snelheid waarmee die transitie gepaard ging leidde



tot diepe ontevredenheid bij bepaalde groepen klanten. Online dienstverlening is mooi, maar het past niet bij iedere klant, of in het tempo waarin wij dat graag zouden willen.”

Klant terug in het hart

De digitale ambities maakten een pas op de plaats voor een klantvisie waarin klanten voortaan zelf konden bepalen welk communicatiekanaal werd gekozen. “We hebben ons klant-servicecentrum weer op niveau gebracht – we zijn weer de hele dag telefonisch bereikbaar – en de balie is weer in ere hersteld. Terug naar wat de klant wil, en die wil ook kunnen bellen of persoonlijk contact hebben aan de balie.” Met de klant ‘terug in het hart’ werden ook de online tools en interne systemen beter op elkaar afgestemd. Klantenpanels werden daarbij geraadpleegd om alles zoveel mogelijk klantgericht in te vullen.

“We merken dat een persoonlijk gesprek echt een ‘wauw’ gevoel teweeg kan brengen.”

Telefonie

Als oplossing voor telefonieondersteuning koos Woonkracht10 voor het telefonieplatform van Unexus, dat werd gekoppeld aan het bestaande klantvolgsysteem. “Wanneer een klant belt verschijnt direct alle klantinformatie op het scherm,” legt Erwin uit. “De medewerker van het klant-servicecentrum kan zien welke collega’s betrokken zijn en indien beschikbaar direct verbinding met ze zoeken, waar ze zich op dat moment ook bevinden. De aanpassingen leiden tot een grotere tevredenheid van klanten en medewerkers. En niet onbelangrijk: optimalisering van de bedrijfsprocessen.”

Wauw-gevoel

Telefonische dienstverlening speelt bij Woonkracht10 een centrale rol in de klantcommunicatie. Dat de corporatie weer de hele dag bereikbaar is, vindt Erwin dan ook logisch. “We hebben een groeiende doelgroep ouderen en kwetsbaren die nog veel behoefte aan persoonlijk contact hebben. We merken dat een persoonlijk gesprek echt een ‘wauw’ gevoel teweeg kan brengen. Mensen voelen zich gehoord, serieus genomen en vertrouwen op Woonkracht10. Daar hebben we weer in geïnvesteerd.”

Wijkbeheerders

“Dat werpt ook zijn vruchten af,” vervolgt Erwin. “We zijn gegroeid in onze dienstverlening, vooral langs de weg van persoonlijk contact. Daarop scoren we negens en tienens.”



We hebben een goed ingericht servicecentrum, een centraal kantoor waar men kan binnenlopen en we werken met wijkbeheerders. Dat wordt ongelooflijk gewaardeerd. De kracht van de combi zit hem wat mij betreft in telefonie, online en wijkbeheer. Ondanks het gewaardeerde persoonlijke contact laat de C-kwalificatie zien dat we er nog niet zijn. Wat met name beter moet is ons gedrag op ingewikkeldere dossiers. Die blijven te lang liggen en daar spreken huurders ons met scherpe reviews en dus onvoldoendes op aan."

Digitale dienstverlening

Ondanks dat Woonkracht10 blijft investeren op alle communicatiekanalen, voorziet ook Erwin in de toekomst dat zijn organisatie uiteindelijk gestaag doorgroeit naar digitale dienstverlening. "Tijdens direct klantcontact stimuleren we het gebruik van onze online services, maar klanten moeten er uiteindelijk wel zelf voor kiezen. We zien al wel een groeiende behoefte aan bijvoorbeeld klantcontact via WhatsApp en chatbots." Ook die communicatiekanalen kunnen met het Unexus-platform worden ontsloten. Maar Woonkracht10 is niet 'de ezel die zich nogmaals tegen dezelfde steen stoot', zegt Erwin: "We hebben de basis op orde en groeien organisch door naar digitale dienstverlening. We weten dat iets door de strot duwen niet werkt."

"We groeien organisch door naar digitale dienstverlening. We weten dat iets door de strot duwen niet werkt."

Lekker ouderwets

Van digitale voorbeeldcorporatie naar een corporatie die het op veel fronten toch weer lekker ouderwets doet. Er zijn maar weinig corporatiebestuurders die zich kwetsbaar opstellen en zich over deze weg terug laten bevragen. Op de vraag naar de geleerde lessen, zegt Erwin: "Zorg voor een breedgedragen en doorleefde klantvisie. Maak wat je belooft aan de klant ook waar en meet en stuur daar op. Besef dat de cultuur en gedrag van medewerkers ook moeten meegroeien met je ambitie. Breng je medewerkers en teams in positie en geef ze vertrouwen en de middelen om het goede voor de klant te doen. Laat ook de klant aan het woord als je aan de slag gaat met de herinrichting van processen, systemen en cultuur. Doe je dat goed, dan heb je een enthousiaste klant voor het leven." ■