

'JE KUNT JE LIDMAATSCHAP BIJ ONS NIET OPZEGGEN',

zegt **Wout Broers**, manager frontoffice van de gemeente Den Haag. Toch vindt hij dat je de burger als klant moet benaderen. De klant heeft recht op duidelijke uitleg en antwoorden op vragen en bij het KCC van de gemeente Den Haag doen ze er alles aan om de klant deze service te bieden.



trots

Broers is trots op 'zijn' KCC, een team dat voor klanttevredenheid een 7.8 haalt. Een hoge score voor een overheidsinstelling.

Broers wil met zijn team nog beter worden.

"We gaan regelmatig bij commerciële partijen op bezoek. Bijvoorbeeld bij de ANWB, of de Consumentenbond, omdat de klantbeleving daar wat sterker in de genen zit van de organisatie zelf. Daar kunnen we wat van leren."

De frontoffice staat open voor nieuwe vormen van communicatie. Social media als *twitter* en *facebook* worden gebruikt en ook met chatgesprekken kan de klant goed bediend worden. Het is gebleken dat de chats een hoge klanttevredenheid opleveren.

"We ontdekken dat we bij social media op een andere manier met de klanten omgaan, wat vlotter, lossler, waardoor de gesprekken automatisch wat empathischer worden."

click-call-face

De dienstverlening verloopt via verschillende 'kanalen': Click-call-face wordt het genoemd; De burger kan op de website 'klikken' om informatie te krijgen, maar kan ook bellen en zich tot de mensen achter de balies wenden.

Broers vindt het handig dat het één geheel is geworden. Informatie over klantvragen kan beter worden gedeeld. Bovendien kunnen agents en klanten op deze manier meer invloed uitoefenen op de dienstverlening. Ze kunnen in een call aangeven wat er bijvoorbeeld op de website duidelijker moet worden uitgelegd.

groei

Broers is al meer dan twaalf jaar werkzaam bij de gemeente Den Haag. "De groei van de baan maakt dat ik er nog steeds zit." Eerder werkte hij onder andere bij de ANWB-alarmcentrale in Lyon en bij de klantenservice van Agis zorgverzekeringen. "Ik heb iets met klanten. Mensen bedienen en gastvrijheid, dat vind ik heel belangrijk."



onze klant vasthouden

Broers heeft zijn zinnen gezet op nog een mogelijke verbetering. Nu worden complexe vragen naar de backoffice doorgezet, vergezeld van een terugbelnotitie. Het terugbellen gebeurt echter niet altijd op tijd en soms wordt de klant niet goed geïnformeerd over volgende stappen. Broers zou het ideaal vinden als de frontoffice de verantwoordelijkheid voor het begeleiden van de klant houdt, als een soort mediator tussen klant en backoffice.

De klant niet kwijtraken na het gesprek, maar bij je houden om optimaal te begeleiden, dat is iets dat Broers zich nu ten doel stelt.

Facts & figures

CLICK (unit denhaag.nl)

15 medewerkers

4 **11**

aantal bezoekers website: 2016 tm augustus:
ruim **2,5 miljoen**

CALL (callcenter inclusief telefooncentrale)

63 medewerkers

22 vaste krachten **41** uitzendkrachten

13 **50**

gemiddeld aantal calls per dag: **1700**

gemiddelde afhandeltijd: **245** seconden

FACE (recepties en balies)

102 medewerkers

52 vaste krachten **35** uitzendkrachten

15 senioren

gemiddeld aantal bezoekers per dag: **960**

afstemmen

De bezetting van het contactcenter wordt afgestemd op prognoses. Je kunt bijvoorbeeld rond de aankondiging van de WOZ-waardes meer telefoontjes verwachten. Flexibiliteit is cruciaal en die wordt bereikt door het aannemen van uitzendkrachten. Zo kunnen op piekuren makkelijk meer mensen ingezet worden. Broers benadrukt dat de uitzendkrachten zich een volwaardig lid van het team moeten voelen. Ze krijgen ook coaching en begeleiding. "Daar maken we geen onderscheid in."

**menselijke maat**

Het gaat voor Broers niet alleen om het halen van targets als het aantal telefoontjes dat je afwerkt of de snelheid waarmee je dat doet. Een correcte en empathische bejegening is belangrijk. Broers noemt in dat kader responsiviteit: aangeven dat je betrokken bent waardoor de klant zich gehoord voelt. "Niet alleen de regelgeving oplepelen, maar ook aangeven dat je snapt dat regels in sommige gevallen onhandig zijn." Het keuzemenu voordat je iemand aan de lijn krijgt, wil Broers zo kort mogelijk houden. "Het is ons streven dat de klant die 14070 belt zo snel mogelijk een persoon aan de lijn krijgt. Liefst een warm persoon die je verder begeleidt in een wirwar van regels." Ook voor zijn team is hij op zoek naar de menselijke maat. De werkomgeving moet prettig zijn: In de ruimte waar medewerkers even bij kunnen komen staat altijd fruit en er hangt een televisie. Het feit dat het ziekteverzuim erg laag is (2%) geeft aan dat de mensen met plezier werken bij het KCC in Den Haag.