

Salesforce helpt Menzis

bij waarde-creatie voor de klant

Menzis is met 2,25 miljoen verzekerden één van de grote zorgverzekeraars van Nederland. Twee jaar geleden startte de organisatie met een nieuwe strategie die vanuit de gehele organisatie de mens centraal stelt om klanten beter te kunnen bedienen. De nieuwe aanpak blijkt succesvol: Menzis was met 138.000 nieuwe klanten grote winnaar van het 'overstapseizoen'.

André van de Wetering, CIO van Menzis: "We zijn een coöperatie. Dit betekent dat wij geen winstoogmerk hebben. Opgericht in 1836, als Onderlinge Waarborg Maatschappij, streeft Menzis naar de beschikbaarheid van goede en betaalbare zorg voor alle Nederlanders, nu en in de toekomst. Solidariteit staat daarbij hoog in het vaandel, selectie vindt daarom absoluut niet plaats bij Menzis. We opereren in een sterk concurrerende markt. Elk jaar stapt zo'n 7% van de verzekerden over. Klantgerichtheid is de meest onderscheidende factor. Maar waar kiezen klanten nu echt voor? Aan het eind van elk jaar is de 'switchmarkt'. Om klanten te behouden en nieuwe te verleiden moet de dienstverlening optimaal zijn. En dat is precies het punt waar Menzis het verschil wil en kan maken door toegevoegde waarde te bieden."

**'GEEN OERWOUD AAN
POLISSEN EN VOORWAARDEN,
MAAR HELDERE PROPOSITIES'**

Een belangrijk onderdeel van de nieuwe klantgerichte strategie was het opnieuw inrichten van het IT-landschap. André van de Wetering legt uit welke rol het nieuwe klantcontactplatform speelt in de digitale transformatie: "Toen we twee jaar geleden begonnen met de omslag, was een van de speerpunten het beter leren kennen van onze klanten zodat we weten wat hun wensen zijn. Vaststond dat we onze dienstverlening wilden verbeteren

door te vereenvoudigen - zonder de keuzemogelijkheden te verkleinen. Dus geen oerwoud aan polissen en voorwaarden, maar heldere proposities. De klantsystemen waarmee we werkten konden de omslag technisch niet aan. We zijn op zoek gegaan naar de belangrijkste partijen op dit gebied om ons te helpen en hebben al snel de keuze voor Salesforce gemaakt. Omdat de kern van onze klantcontacten op het gebied van service ligt, zijn we begonnen met de Service Cloud, het online platform voor service, support en casemanagement. Samen hebben we een plan ontwikkeld om een nieuwe klantstrategie én een nieuwe klantnavigatie te kunnen integreren. De basis hiervoor is een integraal klantbeeld."

Medewerkers belangrijkste schakel

In een aantal sessies brachten medewerkers van Menzis en creatieve professionals van Salesforce de processen in kaart die de callcentermedewerkers gebruiken om de klant te woord te staan. "Het doel was om elke medewerker in staat te stellen om de klant in één keer goed te woord te staan. Dat kan als hij in één oogopslag ziet wat er speelt en welke eerdere contacten er zijn geweest. Door die kennis, aangevuld met informatie uit de tweede lijn, meteen al bij de eerste contactpersoon beschikbaar te stellen, konden we de verwerkings- en responstijd sterk terugbrengen. De eerste slag is in hoog tempo gerealiseerd: zes maanden na de eerste implementatie was alles operationeel, ongeveer achthonderd medewerkers konden met het nieuwe systeem werken. Dat was net voor het nieuwe overstapseizoen, traditiegetrouw een hectische periode. De gehele implementatie en acceptatie is vlekkeloos verlopen, ook de medewerkers zijn heel tevreden. De tweede fase zal grotendeels bestaan uit het optimaliseren van de vernieuwde processen en het uitfasen van zeven oude applicaties waar Salesforce voor in de plaats gekomen is."



*André van de Wetering
CIO van Menzis*

Levendig klantenplatform

André van de Wetering vertelt over het gevolg van de implementatie van de Service Cloud: "Onze klachten- en bezwaarprocessen zijn ingericht met Salesforce; ook een flinke stap voorwaarts. We hebben nu veel beter inzicht in de frequentie en de zwaarte van lopende issues en kunnen sneller de juiste oplossing bieden. Daarnaast is door de Salesforce AppExchange ons collaboratieplatform Medemenz levendiger dan ooit. Hier kunnen klanten vragen stellen en uitdagingen delen met andere klanten. Samen met Salesforce monitoren we voortdurend of bestaande apps passen in het applicatielandschap. Rationalisatie van dit landschap is belangrijk om toegankelijk en helder te zijn voor je klanten. In de praktijk betekent het dat als er apps bijkomen, er andere moeten vervallen."

Bouwen aan transparantie

Privacy en veiligheid van persoonsgegevens zijn belangrijke punten, zeker voor Menzis. André van de Wetering zegt hierover: "Menzis doet er altijd alles aan om te voorkomen dat er klantgegevens naar buiten komen. Onlangs zijn we begonnen met de implementatie van Salesforce Shield. Deze oplossing biedt een set krachtige tools die niet alleen onze interne controle waarborgt, maar ons ook in staat stelt om aan interne en wettelijke compliance-eisen te kunnen voldoen. Met

een intuïtieve, gebruiksvriendelijke interface bouwen we aan een hoger niveau van vertrouwen, transparantie, compliance en governance in onze bedrijfs-kritische applicaties. Salesforce heeft groen licht gekregen van De Nederlandsche Bank voor hun werkwijze. Die goedkeuring is ook belangrijk voor ons, het waarborgt dat we voldoen aan de Europese wet- en regelgeving."

Beloftes kunnen waarmaken

De klantgerichte processen bij Menzis zijn zodanig ingericht dat de organisatie snel kan inspelen op bestaande en nieuwe klantbehoeften. Dat dit wordt gewaardeerd, blijkt uit de sterk verbeterde NPS-scores. André van de Wetering: "Als je iets belooft moet je dit kunnen waarmaken. In de hele keten is een enorme versnelling doorgevoerd. Medewerkers weten veel sneller wat er speelt, wat de specifieke vraag is, en kunnen zien waar in de keten het antwoord op de vraag zich bevindt." Hij benadrukt dat de NPS-scores belangrijk zijn, maar dat het ook om de bedrijfscultuur gaat: "De klant bepaalt uiteindelijk welke waarde hij toekent aan je dienstverlening. Hij bepaalt of hij goed geholpen is en klant bij je wordt of blijft. Dat we het in dat opzicht beter doen is het afgelopen jaar gebleken. We kijken er naar uit om ook het komende 'overstapseizoen' veel klanten te mogen behouden én te verwelkomen."