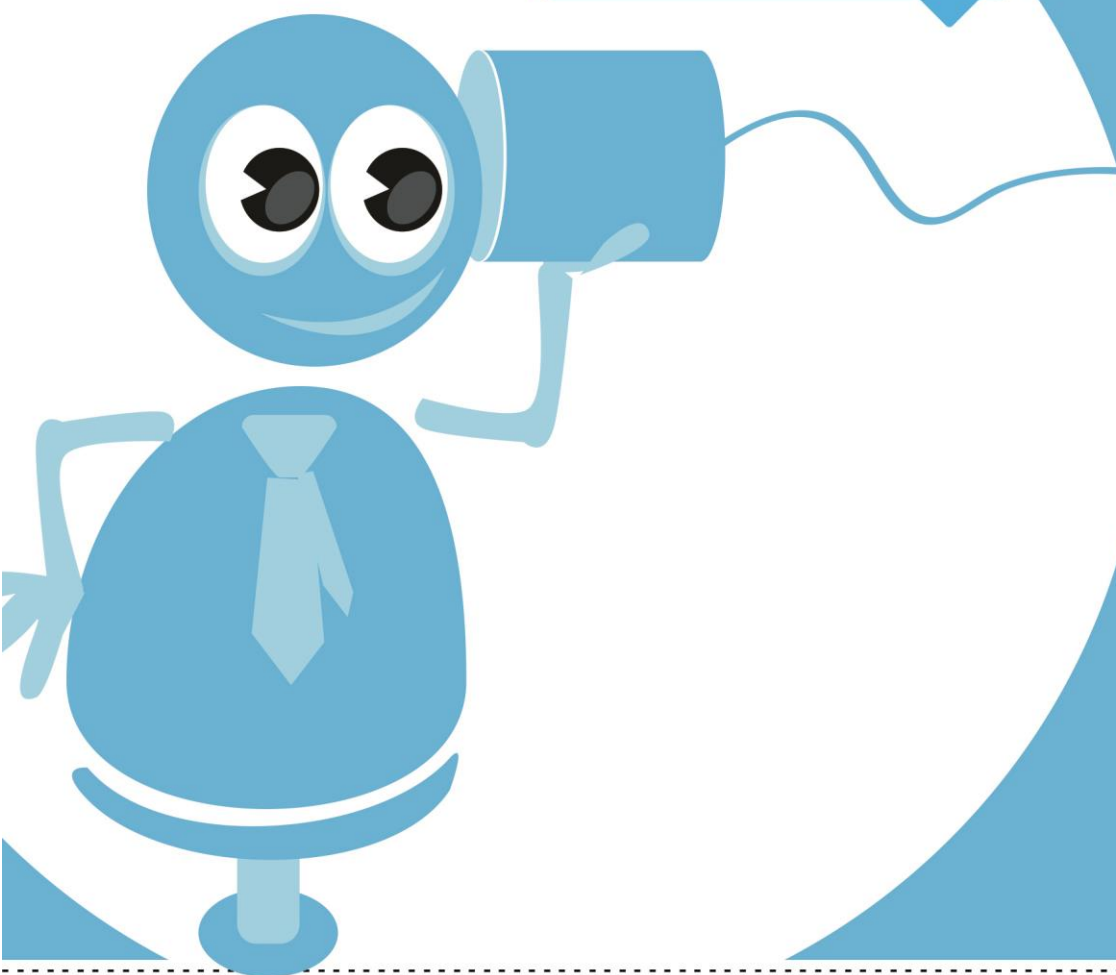


BEST LUISTERENDE TELECOMPROVIDER 2016

Juni 2016 – Editie Telecombedrijven

MWM2 B.V.
Rijnsburgstraat 9
1059 AT Amsterdam
www.mwm2.nl

MWM²
experts in online research



UITGEBRACHT DOOR:
MWM2

SIMYO BEST LUISTERENDE TELECOMPROVIDER VAN NEDERLAND

Simyo is de best luisterende telecomprovider van Nederland en verslaat daarmee T-Mobile (tweede) en Telfort (derde) binnen de telecombranche. Simyo kwam met een 7,6 als algemeen eindcijfer als best luisterende telecomaandbieder uit de bus. Met name de manier waarop Simyo feedback geeft maakt dat klanten zich echt voelen gehoord. Op vragen in die categorie scoorde het gemiddeld een 8,3, terwijl de andere providers daar niet hoger dan een 7,8 scoorden. Simyo valt vaker in de prijzen. Zo zijn zij dit jaar voor de 7^e keer op rij benoemd tot beste mobiele provider van Nederland¹.



De Luistermonitor van MWM2 brengt ieder kwartaal het luisterend vermogen van organisaties in kaart in een specifieke branche. Afgelopen kwartaal was de beurt aan de telecombranche.

LUISTEREN NAAR KLANTEN ONONTKOOMBAAR

MWM2 gelooft in de kracht van het luisteren naar klanten. Organisaties zijn steeds meer in handen van consumenten. Dat wordt door social media gedreven, met een enkele tweet of post kunnen consumenten een merk maken of breken. In nauw contact staan met klanten, hen vragen stellen, naar hun feedback handelen: het zijn allemaal onderdelen van actief luisteren. Dit is niet vrijblijvend meer, het moet! Niet alleen maar bij klantenservice, maar ook voor co-creaties en productontwikkeling. Organisaties waarvan klanten het gevoel hebben dat zij luisteren, presteren beter. Luisteren is een voorspeller van loyaliteit, tevredenheid en groei.

Goed luisteren zegt meer dan een hoge score op NPS of tevredenheid. Dit komt doordat luisteren appelleert aan de basisbehoefte van de mens om begrepen en gewaardeerd te worden. Goed luisteren is dus ook een voorspeller van toekomstig gedrag. Het voorspelt zelfs gedrag van niet-klanten.

¹ Volgens de Mobiele ProviderMonitor van de Consumentenbond.

MWM2 heeft een meetmodel ontwikkeld dat aansluit bij deze nieuwe werkelijkheid: de 'Luistermonitor'. Het stelt de consument centraal en meet in hoeverre een organisatie luistert naar klanten en aansluit bij wat de consument daadwerkelijk wil.

WAT BEPAALT HET LUISTEREND VERMOGEN?

De MWM2 Luistermonitor is een onderzoeksmodel. Het is opgebouwd in drie elementen. Per branche blijkt dat elk van de 3 elementen een ander gewicht heeft bij de bepaling van het luistervermogen. Een organisatie moet dus, door de ogen van de klant, hoog scoren op alle drie deze onderdelen maar ook met name op het zwaarwegendste element om als best luisterende organisatie te worden gezien. De drie elementen die de luisterscore bepalen zijn:



Product & service op orde

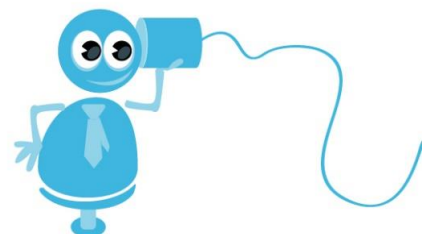
Een luisterende organisatie heeft zijn producten en service op orde, dat is de basis. Het gaat dan om elementen die voor de consument een rol spelen bij de overweging om überhaupt klant te worden bij een specifieke telecomprovider. Bij een telecomprovider zijn dit bijvoorbeeld het aanbod van producten en diensten, het prijsniveau (standaard en actiematig) en de service van de medewerkers.

Belangstelling tonen

Bij het tweede element begint het gesprek tussen de consument en de telecomprovider. Dit aspect heeft betrekking op het stellen van vragen door de provider en het tonen van belangstelling voor de klant. De klant moet het gevoel hebben dat hij gewaardeerd wordt. De telecomprovider moet actief contact zoeken met de klant om zijn mening te vragen en wanneer de klant zelf contact wil opnemen, moet de telecomprovider gemakkelijk bereikbaar zijn – ook op social media.

Reageren

Het derde element bestaat uit laten zien dat er geluisterd is door te reageren op klanten. In een mens-tot-mens gesprek is door lichaamshouding en andere signalen duidelijk dat de gesprekspartner actief aan het luisteren is. Een organisatie moet meer moeite doen om te laten zien dat geluisterd is. Er moet actie worden ondernomen op de ideeën en suggesties van klanten, klachten moeten goed afgehandeld worden en gestelde vragen moeten beantwoord worden.

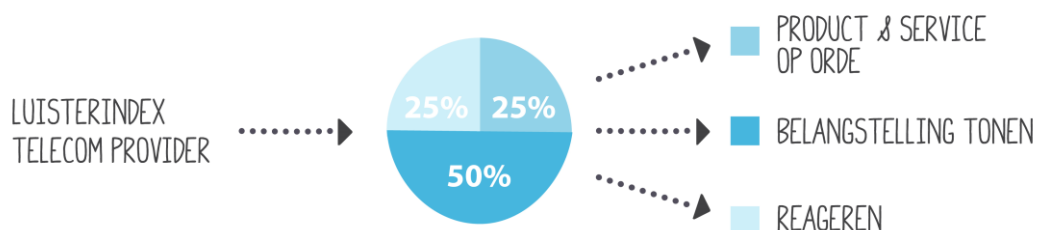


De MWM2 Luisterindex

In het onderzoek zijn elf verschillende telecomproviders op de drie elementen beoordeeld door hun klanten. Simyo scoort op alle drie de elementen het beste en heeft daarom de hoogste Luisterindex.

TELECOM PROVIDER	PRODUCT & SERVICE OP ORDE	BELANGSTELLING TONEN	REAGEREN
simyo	7,5	7,3	8,3
T-Mobile	7,1	7,1	7,8
Telfort	7,1	7,0	7,6
youfone	7,1	6,9	7,6
TELE2	7,0	6,9	7,7

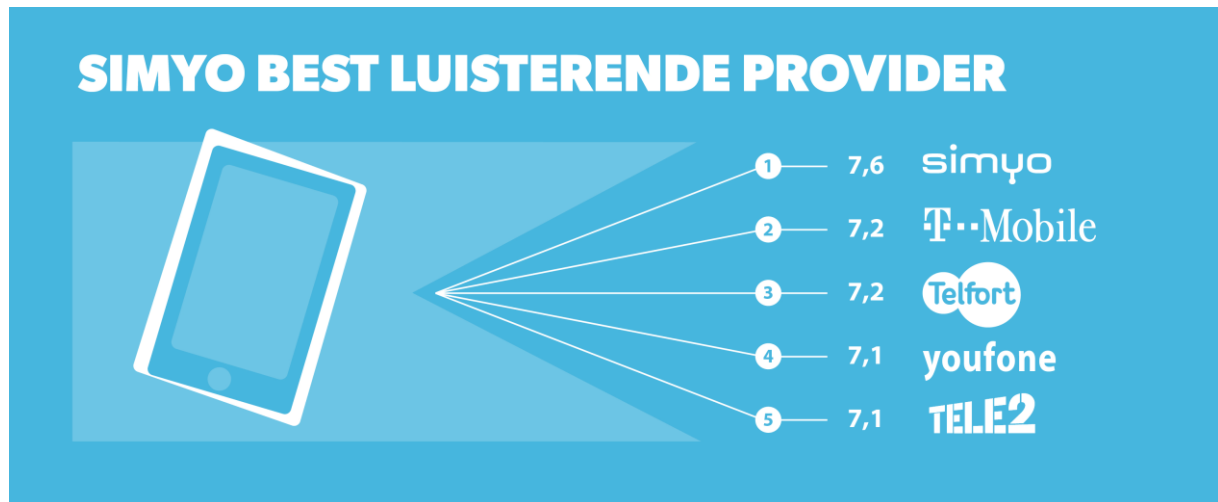
Hoe hoger de LuisterIndex, des te beter luistert de telecomprovider naar haar klanten. Per branche verschilt het belang van de elementen²; bij telecomproviders is het vooral belangrijk om belangstelling te tonen in klanten. Daarom telt het element 'Belangstelling tonen' het zwaarst mee met een impact¹ van 50% op de luisterindex van een telecomprovider. De andere twee niveaus, 'product en service op orde' en 'reageren op klanten', wegen bij telecomprovider iets minder zwaar mee. 'Product en service op orde' heeft een impact van 25%, net als 'reageren op klanten' (25%).



² Op basis van lineaire regressie.

SIMYO BEST LUISTERENDE TELECOMPROVIDER VAN NEDERLAND

De luisterindex van Simyo is met een 7,6 het hoogst van alle elf de telecomproviders. Op de tweede en derde plek staan T-Mobile en Telfort met beide een luisterindex van 7,2 punten.



Verbeterpunten voor telecomproviders

Telecomaanbieders onderscheiden zich vooral op het punt van 'reageren'. Minder groot zijn de verschillen op het punt van belangstelling tonen, terwijl dit de categorie is die de meeste impact heeft op de luisterwaardering van een bedrijf. Op vragen en stellingen rondom het thema belangstelling tonen scoorde Simyo een 7,3; andere aanbieders kwamen niet verder dan een 7,1. Verbeterpunten liggen dan ook op dit vlak. Zo zouden telecomproviders vaker actief kunnen vragen naar de klant zijn ervaringen. Ook van belang: als de klant zelf contact wil opnemen, moet het bedrijf gemakkelijk te benaderen zijn via social media. Beter luisteren betekent ook actief reageren op Facebookberichten of de klant eens een mail sturen of hij nog tevreden is. Zoek actief contact, betrek hen bij de besluitvorming of productontwikkeling en koppel als organisatie ook terug wat er met de feedback van een klant gebeurt. MWM2 weet: organisaties die luisteren, presteren beter!

Benieuwd naar alle resultaten van deze Luistermonitor? Neem dan contact op met Govert van den Bos via g.vandenbos@mwm2.nl of 020 412 2405.