

Meebewegen in de onvoorspelbaarheid

Als outsourcer van CX-dienstverlening en -technologie ervaart Webhelp Nederland dat consumenten, burgers en patiënten tijdens de pandemie steeds meer contact hebben gezocht met organisaties. Innovatie in processen en werkwijzen is cruciaal om de toenemende contacten aan te kunnen.

CEO Ronald van Schijndel weet dat het steeds belangrijker wordt om het verschil te maken in de interacties die Webhelp afhandelt. “Daarom onderzoeken we continu hoe we effectieve klantervaringen kunnen creëren en optimaliseren”, vertelt hij. “Er is nog nooit zo veel contact met organisaties gezocht als afgelopen jaar”, weet CCO Thomas Blankvoort. “De drempel is lager als je meerdere kanalen kunt gebruiken. Toch pakken mensen nog steeds de telefoon als een kwestie belangrijk of persoonlijk is, zodat ze worden gehoord en de emotie een plek krijgt.”

Onvoorspelbaarheid

Komende jaren zijn drie thema's van belang, vertelt Blankvoort: “Er ontstaat steeds meer contact rond (cyber)security, privacy en data, doordat data moeten worden geverifieerd, documenten moeten worden aangeleverd, enzovoort. Zoiets hebben we niet eerder gezien. Een tweede thema is de veranderende rol van technologie in de 24/7 interactie tussen mens en organisatie. De pandemie brengt onvoorspelbare verschuivingen teweeg. Het vermogen om die onvoorspelbaarheid aan te kunnen en erin mee te bewegen bepaalt ons succes op lange termijn.”

Een derde thema is de krappe arbeidsmarkt. Van Schijndel: “Hoe kun je medewerkers binden en boeien? Webhelp is een springplank voor verdere groei. Dat uit zich in de ontwikkeling die klantadviseurs doormaken en de mogelijkheid om groeirollen te vervullen als coach, trainer of *engagement*



Ronald van Schijndel en Thomas Blankvoort:

ambassador. Daarnaast verbinden we onze medewerkers met maatschappelijke doelen die zij belangrijk vinden, zoals statushouders helpen om een bedrijf op te zetten of een studievereniging oprichten in Paramaribo. Zo creëren we een leeromgeving en bieden we waardevol werk.”

Innovatie

“Naast automatisering zetten we de combinatie van offshore, in Suriname, en Work from Anywhere optimaal in voor de Nederlandse taal. We streven hoogwaardige dienstverlening na”, vervolgt Van Schijndel. Blankvoort: “We zetten snel zaken in gang, leren ervan en passen aan of stoppen waar nodig. Wel moeten we vernieuwing meer toepassen op onderwerpen waar we dat minder gewend zijn, zoals op de arbeidsmarkt en het verder ontplooiën van technologie buiten en binnen onze organisatie ... Hoe meer we, met behoud van kwaliteit, kunnen automatiseren, hoe waardevoller het contact tussen organisaties en hun doelgroep.” ◀

‘We onderzoeken continu hoe we effectieve klantervaringen kunnen creëren en optimaliseren’



deel online