



Een enorme sprong in *klanttevredenheid*

DE WERELD VAN HR- EN PAYROLL-

SOFTWARE IS AL LANG NIET MEER ZO STATISCH ALS VOORHEEN. FEEDBACK VAN DE KLANT

HELPT OM PRODUCTEN TE VERBETEREN EN CO-DEVELOPMENT IS AAN DE ORDE VAN DE DAG.

ZOALS BIJ VISMA | RAET, DAT MET EEN SPRONGETJE HOOG IN DE MT1000-RANKING IS BELAND.

“We hebben een mooie kanteling gemaakt in onze strategie”, zegt Wietske van Hees, Director Customer Success. “Sinds twee jaar zijn we bij Visma | Raet gestopt met traditioneel accountmanagement en zijn we ons sterker rondom de klant gaan organiseren. Customer Success Managers zijn het vaste gezicht voor klanten. Wij willen graag dat klanten het maximale halen uit onze hr- en payrolloplossingen, zodat zij hun doelstellingen en ambities kunnen verwezenlijken.”

Voice of the customer

“We brengen de *voice of the customer* van buiten naar binnen”, vervolgt Van Hees. “We meten de klanttevredenheid niet alleen

op strategisch niveau bij beslissers, maar ook bij gebruikers en in de software zelf. Ook meten we de tevredenheid over onze support op verschillende momenten. Aangevuld met kwalitatieve feedback hebben we zo een heel goed beeld van wat klanten wensen. Willen ze meer innovatie, gaat het hen meer om de performance of is juist het SLA belangrijk?”

Met de kennis en data die in het bedrijf aanwezig zijn, bedenkt Visma | Raet dus niet meer wat klanten nodig hebben. “Daar komen we wel een beetje vandaan,” lacht Van Hees, “maar we hebben het proces omgedraaid. Hoe kunnen wij het best bijdragen aan de behoeften van klanten?

Wij zijn er tenslotte om het hr-leven makkelijker te maken voor onze klanten en hun medewerkers.”

Co-development

De organisatie gaat echter een belangrijke stap verder. Zo zijn bij de doorontwikkeling van de software en apps meerdere klanten betrokken. “De iteraties gaan heel snel: klanten leveren tijdens het ontwikkelproces al feedback, waardoor we direct aanpassingen kunnen doorvoeren. De zogenaamde *customer effort score* van onze app is heel hoog. Als je samen ontwikkelt, kun je dus een oplossing creëren die door de markt goed wordt ontvangen.”

Ook bij de introductie van nieuwe hr-software voor het onderwijs is een grote groep klanten nauw betrokken. “Ze denken mee over prioriteiten, testen, en leveren zo een waardevolle bijdrage aan de kwaliteit. Onze klanten worden op deze wijze ambassadeurs van onze nieuwe oplossingen.” ◀

‘We brengen de *voice of the customer* van buiten naar binnen’



DEEL ONLINE