

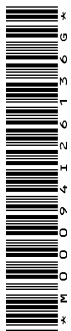
Léon Wijnands: directeur Call van ING Nederland



'Kwaliteit klantervaring op alle niveaus waarborgen'

KERNDOCENT

Student en Docent voor





Léon is na de afronding van zijn studie bedrijfseconomie gestart bij ING en heeft de afgelopen 25 jaar verschillende sales- en marketingmanagementfuncties bij ING bekleed. Van 2007 tot 2010 was hij als directeur Customer Intelligence verantwoordelijk voor databasemarketing, campagnetooling en intern & extern markonderzoek. Sinds 2010 is hij directeur Call van ING Nederland en verantwoordelijk voor het telefonisch klantcontact (ca. 8 miljoen live calls per jaar), de e-mail afhandeling (ca. 1 miljoen e-mails per jaar) alsmede de klachtafhandeling en webcare. Daarnaast is hij voorzitter van het Top Contact Center Managers netwerk en kerndocent Quality Management aan de School for Customer Management. Naast zijn doctoraal bedrijfseconomie van de Universiteit van Tilburg heeft Leon Wijnands een master in financieel-economisch management (MFE) van het TIAS en een master in business administration (MBA) van de Rotterdam School of Management.

Voor welke uitdagingen staat het customer management in de komende jaren?

Wat, kort gezegd, leren studenten van jouw module?

'De module heet Quality Management, dat betekent dat het gaat over verbetering van kwaliteit van klantcontact in een sterk veranderende omgeving. Dit wordt vanuit verschillende kanten belicht, enerzijds vanuit een theoretisch kader en anderzijds vanuit de eigen praktijk door het delen van ervaringen.'

Wat is jouw ambitie als docent, wat wil je studenten extra meegeven?

'ING hecht veel waarde aan de mening van haar klanten. Binnen ING stellen we in alle klantcontactmomenten het klantbelang centraal. De ervaring die we hiermee hebben opgedaan, wil ik graag overbrengen op de studenten. Maar ook het verbinden van best practices van andere bedrijven aan de theorie. Voor mij is de module een succes als de studenten hier elementen uit kunnen halen waardoor ze de kwaliteit van klantcontact binnen hun eigen organisatie op een hoger niveau kunnen brengen en klanten deze kwaliteitsverbetering ervaren.'

Pakken studenten de stof makkelijk op of zie je toch veel hindernissen?

'Daar is geen generiek antwoord op te geven. Dat is zo leuk aan het werken met een groep. Sommige studenten pakken de praktische kant makkelijk op, anderen werken liever vanuit een theoretisch framework.'

Wat is de meerwaarde van de school voor customer management in jouw ogen?

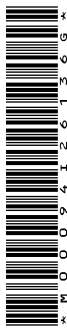
'De kracht zit 'm in het feit dat meerdere disciplines hier samenkomen, zowel 'voor de klas' als 'in de klas'. De colleges worden gegeven door docenten uit de praktijk en vanuit de theorie. Daarnaast verschillen de studenten in ervaring en achtergrond, waardoor studenten ook goed van elkaar kunnen leren.'

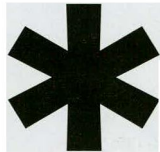
'We opereren in een sterk veranderende omgeving, klanten worden veeleisender en regelgevers en politiek komen met richtlijnen en eisen. De techniek maakt steeds meer mogelijk, de klanten worden meer en meer cross chanel bediend. Het is een uitdaging om de kwaliteit van de klantervaring op alle touch points te waarborgen.'

Wat waarderen de studenten het meest in deze opleiding?

'De combinatie van afwisseling in colleges en interactie. En stiekem ook het feit dat de docent er zeker zoveel van opsteekt als de student!'

tekst Sjaak [naam] en Margolein Brokkelkamp | fotografie Zilverbeeld





Anderhalf jaar geleden startte je met de master Customer Management. Waarom toen?

“Sinds anderhalf jaar werk ik weer bij SNT, als Clientmanager voor UPC. Ik zeg ‘weer’ omdat ik daarvoor drie jaar als zelfstandig ondernemer werkte. Maar mijn loopbaan begon zeven jaar terug bij SNT en oude liefde roest niet. Ze boden me een doorgroeitraject aan, waar de master Customer Management deel van uitmaakt. Een unieke kans.”

Wat verwachtte je van de master?

“Ik wilde graag leren van de echte goeroes uit de Customer Care-markt en daarbuiten. Vanuit verschillende perspectieven leren kijken naar een organisatie en met name naar de klant. Hoe benader je de eindklant vanuit financieel of kwaliteitsoogpunt? Door al die brillen op te zetten, leer je inzien dat afdelingen verschillende belangen dienen en verschillende doelen nastreven. Ik wilde doorgronden hoe customer management de klantervaring kan verbeteren.”

Werken afdelingen nu onvoldoende samen?

“Alle organisaties kampen met dezelfde problematiek. Afdelingen zoals sales, marketing, customer care en finance opereren grotendeels op een eiland. Terwijl samenwerking essentieel is om de eindklant goed te kunnen servicen. Als marketing een actie lanceert die veel telefoonverkeer oplevert, moet operations daar wel op zijn voorbereid met voldoende goed getrainde mensen. Door elkaar eerder in het proces op te zoeken, kan de klant beter worden gediend.”

Voldoet de twejarige opleiding tot nu toe aan je verwachtingen?

“Mijn verwachtingen zijn ruimschoots overtroffen. Het is zo inspirerend om colleges te krijgen van ervaren leiders binnen bedrijven als ING en Ohra. Slimme mensen die weten wat er op de werkvloer speelt. Hun ervaringen hebben mij ontzettend veel visie op het vak gegeven. Ze leren me wat leiderschap inhoudt.”

Welke les vergeet je niet meer?

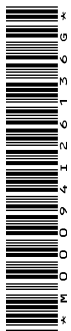
“Tijdens de module Quality spraken we over het thema ‘value for the customer’. Ineens werd me duidelijk dat kwaliteit alléén in de ogen van de klant aanwezig is. Een echte eye-opener, want het toont het belang van customer management nog maar eens aan.”

Hoe ziet de CC-markt er over vijf jaar uit?

“Dan zal een Chief Customer Officer deel uitmaken van de board. Hij maakt zich hard voor het gezamenlijke doel: optimale service verlenen aan de eindklant. Nu werken organisaties veel te veel *inside out*, vanuit hun eigen, vastomlijnde processen. Een Chief Customer Officer kan muren slechten tussen afdelingen en teams, en de klant centraal stellen. Want hoewel binnen elke organisatie continuïteit centraal staat, wil je bovenal een tevreden eindklant. Zonder service is er geen continuïteit.”

Hoe beïnvloedt de master jouw privéleven?

“Soms is het uitdagend om de studie te combineren met een voltijdbaan en een gezin. Zo vloog ik een paar maanden na de geboorte van mijn tweede dochter naar India voor een studiereis. Gelukkig zijn wij allebei flexibel en spreken we van tevoren af wanneer ik studeer. De opleiding vergt veel van je, maar is de investering meer dan waard. Na elk college kom ik met bakken energie thuis en inspiratie neem ik direct mee naar mijn werk. Inzichten uit de opleiding pas ik ook privé toe. Want kernvragen binnen de klantrelatie, dus ook in elke andere relatie, zijn: behandel ik de ander wel zoals hij dat wil? Doe ik wel wat de ander van mij verwacht? De beste manier om succesvol te zijn, is door de ander centraal te stellen.”





STUDENT

Peter-Harm Schalk: Client Manager UPC bij facilitair contact center SNT

'De beste manier om succesvol te zijn, is door de ander centraal te stellen'

