



The perfect call

door Jan Willem Rustenburg

VLM

Vlerick onderzoekt rol supply chain manager

► Vlerick Leuven Gent Management School, opleidingsinstituut Insead en S&V Management Consultants zijn een samenwerkingsverband aangegaan, waarin ze de rol en het profiel van supply chain managers willen onderzoeken.

Supply chain management is volgens de onderzoekende partijen een relatief jonge discipline, waarnaar nog weinig onderzoek is gedaan binnen bedrijven. Om dit kennishiaat te vullen hebben de drie partijen een survey ontwikkeld om zo de rol en het profiel van de supply chain manager helder te krijgen. De studie, ondersteund door de Vereniging Logistiek Management, probeert antwoorden te krijgen op vragen als: is er een relatie tussen de opleidingsachtergrond van een supply chain manager en het presteren van zijn supply chain? Ook moet blijken of er een verband is tussen supply chain performance en de manier waarop de supply chain is georganiseerd en welke elementen bepalend zijn voor de manier waarop de supply chain is georganiseerd.

De uitslagen van het Europese onderzoek zullen op 10 april tijdens een conferentie in Antwerpen bekend worden gemaakt.

Kijk voor meer informatie op: www.vlerick.be/en/news/news/7338-VLK.html.

VERENIGINGSAGENDA

17-18 & 19-20 MAART

SCOR training

Amsterdam

Organisatie: Supply-Chain Council

www.supply-chain.org

31 MAART

Carbon Management Workshop

Londen (UK)

Organisatie: Elupeg

www.elupeg.com

2 APRIL

I-Link Event 2008

Locatie: n.t.b.

Organisatie: Master Study Clubs SCM, BIM en MI

ilink@rsmstar.nl

De start van een “service-event” is niet leuk. Er is een klant die baalt omdat een apparaat niet naar behoren functioneert. Het snel, professioneel en kosteneffectief ombuigen van deze negatieve emotie naar een positieve, blijft een continue uitdaging in de servicebusiness.

De eerste bereikbare positieve emotie is: ‘Oef, het was toch niet zo erg.’ Dit gevoel ontstaat bijvoorbeeld als het apparaat zelf aangeeft wat er aan de hand is (zoals: filter schoonmaken). Vooral een toegankelijke “self” helpdesk-website helpt hierbij. Tachtigtalige manuals raken immers toch altijd kwijt.

De tweede positieve emotie is: ‘Het heeft even geduurd, maar die club weet hoe het moet.’ Ook hier speelt een callcenter een cruciale rol. Het komt op twee dingen aan. Allereerst moet de klant duidelijk worden gemaakt dat er sprake is van een lastige storing. Daarnaast moet een goede inschatting gemaakt worden van de oorzaken. De kwaliteit waarmee dit gebeurt is bepalend voor de *first fixed visit rate* en de totale kosten per call. Als de diagnose verkeerd is, zijn de gevolgen vanzelfsprekend; hogere kosten, langere reparatietijden, et cetera. En als het even tegenzit, bestaat de kans dat de verkeerde monteur en de verkeerde spare parts naar de plaats van bestemming worden gestuurd; een *repeat call* en een boze klant is dubbel pech.

De ultieme emotie is: ‘Vervelende storing, maar die lui hebben me snel en vriendelijk geholpen.’ Een callcenter moet niet alleen technische know-how hebben; de klant gaat hier automatisch vanuit. Het *customer care center* moet een positieve emotie achterlaten; *customer intimacy* is hier het sleutelwoord.

*The perfect call** is een denkwijze die de call van een klant en de afhandeling daarvan centraal stelt. Het gebruikt het integrale bedrijfsproces als mechanisme voor een continue klanttevredenheidsverbetering. Ik ben ervan overtuigd dat deze denkwijze in de servicebusiness veel meer rendement geeft dan doctrines als Lean Service. The perfect call appelleert namelijk aan emotie, risico's, slagvaardigheid behulpzaamheid en betreft het totale bedrijfsproces bij de oplossing voor de klant. Als dat geen *customer loyalty* oplevert...

*De term ‘The perfect call’ is ontleend aan een bedrijfsdoctrine van Xerox.

dr. ir. Jan Willem Rustenburg is partner bij Godian Logistic Experts www.godian.nl

