

Ronald Gouwerok (Centrada):

## Laat de huurder zijn manier van klantcontact kiezen

Online waar het kan, persoonlijk waar nodig. Dat vertelde **Ronald Gouwerok**, Manager Vastgoed & Klantenservice van **Centrada**, één jaar geleden over de klantcontactvisie van de corporatie. Varen de Flevolandse nog steeds dezelfde koers, of hebben ze door de wind der digitalisering toch het roer omgegooid?

Een gesprek over proactief contact met huurders en jezelf als organisatie blijven ontwikkelen.

“Het is belangrijk huurders op verschillende manieren te voorzien van informatie,” begint Ronald op de vraag of de koers van Centrada in de laatste twaalf maanden is veranderd. “De klant kiest zelf het communicatiekanaal. Wij zorgen ervoor dat dit aansluit op hun wensen. We gaan nog steeds voor online waar het kan, en als de klant ons wil bellen of langkomen dan vinden we dat ook prima. Sommige klanten kunnen we immers veel beter telefonisch helpen. Aan de andere kant vinden veel mensen online contact prima en zou het jammer zijn als we daar niet op inspelen.”

### Huurders begeleiden

Persoonlijk maatwerk leveren betekent volgens Ronald onder andere de huurder begeleiden in de stappen die genomen moeten worden. “Je wilt huurders zo goed mogelijk meenemen in je processen, en duidelijk en helder zijn over wat je doet,” legt hij uit. “Daarom hebben we goed naar onszelf en onze klantprocessen gekeken. We redeneerden vroeger vooral vanuit onze expertise. We hoorden het probleem aan en kwamen zo snel mogelijk met een oplossing. We zijn erg oplossingsgericht en dat is goed. Maar we merkten bij

sommige klanten dat er nog een vraag onder de vraag lag. We vragen nu beter door, koppelen goed terug en leggen uit wat er verder gaat gebeuren. Zo nemen wij de klant meer mee. En natuurlijk proberen we problemen zo snel mogelijk op te lossen.”

### Proactief klantcontact

Om klantcontact beter te laten aansluiten bij de huurder wordt proactief contact volgens Ronald steeds belangrijker. “We zijn bezig met het herijken van onze klantvisie, waarin we een ‘9+ organisatie’ willen worden. Maar wat is daar voor nodig? Dat antwoord willen we vinden door het gesprek aan te gaan met onze huurders en te kijken waar ze tegenaan lopen in het contact met Centrada. Zo organiseren wij nu luisterpanels om van de klant te horen wat zij nu belangrijk vinden. Zo denken we onder andere na over wat wij uitzenden en of dat wel op de juiste manier gebeurt. Een huurder vertelde bijvoorbeeld dat een onderhoudsmedewerker iets meer werkzaamheden had uitgevoerd dan was afgesproken. Daar was de huurder zo blij mee, dat zij dit ervaarde als een cadeautje. Daar gaat het ons om. Een ander voorbeeld waren de vele stappen in het reparatieproces. We proberen dat te vereenvoudigen en zullen daarnaast meer sturen op first time fix. Door deze gesprekken te voeren – en dat in de toekomst te blijven doen – willen wij zorgen dat onze dienstverlening zo goed mogelijk aansluit bij de doelgroep.”

### Inleven in de huurder

Je inleven in de problematiek van huurders is bij de nieuwe klantvisie essentieel, zegt Ronald. “Tussen de 20 en 25 procent van de klantvragen is bij veel bedrijven een herhaalvraag. In andere woorden: er is iets gedaan waar de klant niet tevreden mee is of de vraag is niet geheel weggenomen. Ook wij zien herhaalvragen. Door meer te communiceren over wat je gaat doen – bijvoorbeeld welke afdelingen je raadpleegt en wanneer iemand wordt teruggebeld – willen we huurders meenemen in het proces, en daarmee de tevredenheid verhogen.”

### Online chat

Naast de herijking van klantprocessen heeft Centrada recentelijk ook WhatsApp en webchat als klantcontactmogelijkheden toegevoegd aan het palet van klantcontactmogelijkheden. “Tot nu toe zijn we aangenaam verrast hoeveel huurders kiezen voor het gebruik van WhatsApp en webchat. Het doel met de toevoeging van deze kanalen is het palet aan mogelijkheden voor onze huurders te verbreden, en dit zo goed mogelijk aan te laten sluiten op onze doelgroepen.”

### Gerichte communicatie

“Daarbij werken we nauw samen met Unexus, de leverancier van ons communicatieplatform waar alle communicatiekanalen overzichtelijk samenkomen,” legt Ronald uit. “Samen met Unexus werken we aan het zo goed mogelijk inzetten van onze communicatiekanalen. Unexus is namelijk sterk in het

inleven in de huurder, wat ons helpt communicatie zo gericht mogelijk in te zetten. Denk daarbij aan onze telefooncentrale, maar ook aan de nieuwe chatmogelijkheden op onze website.



We blijven ook kritisch kijken naar welke informatie we op onze website plaatsen. Die is veel meer vraaggericht. De aansluiting met ons klantportaal is daarbij enorm belangrijk. Hoe beter de contactmogelijkheden aansluiten op het portaal, hoe beter wij huurders te woord kunnen staan.”

### Duidelijk zijn

Hoewel WhatsApp en webchat krapweg twee maanden in gebruik zijn, heeft Centrada inmiddels al verschillende lessen geleerd. Ronald: “We kwamen er al snel achter dat online contact heel anders is dan bijvoorbeeld een telefoongesprek. Waar je telefonisch veel informatie kunt delen in drie minuten, heb je bij bijvoorbeeld WhatsApp verschillende klantmomenten nodig. Een goed voorbeeld is een huurder die onlangs vroeg ‘krijg ik de woning’. Een lastig te beantwoorden vraag, omdat we meer dan 9.000 woningen verhuren. Je moet huurders bij online chat meer sturen en het is onze taak duidelijk te zijn over welke informatie we nodig hebben om hun vraag te kunnen beantwoorden.”

Het gebruik van online kanalen is volgens Ronald dan ook niet per definitie efficiënter dan een telefoongesprek. “Maar dat hoeft ook niet. Het aanbieden van WhatsApp of webchat komt ten goede aan het gebruiksgemak voor de huurder.”

### Intrinsieke motivatie

Waar het steeds vaker gaat om innovatie, ziet Ronald vooral innovatiemogelijkheden liggen voor de medewerkers van Centrada. “Je ziet de laatste jaren namelijk dat de intrinsieke motivatie van medewerkers steeds belangrijker wordt. Zij moeten gedreven zijn de klant goed te woord te staan en goed te informeren, daar ligt nu en in de toekomst de sleutel. Technische middelen zullen daarbij ondersteuning bieden, maar de mens is dé succesfactor. Dat geldt aan de balie, aan de telefoon, in het veld, maar ook online wanneer je chat met een huurder.” ■