



Woonforte:

De klant verleiden naar selfservice

v.l.n.r.: Leen Spaans - Michaela de Jong - Suzan Knipp



Het is ons idealistisch streven om voor een 10 te gaan.
Klantsturing is verleiden, niet afdwingen.

Wie de Aedes-benchmark erop naslaat, ziet dat Woonforte en klantcontact hand in hand gaan. Wat is het geheim achter een A-score en hoe schakel je vanuit zo'n comfortabele situatie door naar het nieuwe normaal in klantbeleving? *CorporatieGids Magazine* ging daarover in gesprek met Manager Eerstelijnservice Michaela de Jong, Manager ICT en Faciliteiten Leen Spaans en Manager Strategie, Vastgoedsturing en Communicatie Suzan Knipp.

Woningcorporaties hebben door de coronacrisis een hectische periode achter de rug. "Zo ook rondom klantcommunicatie," begint Michaela. "Hoewel we snel de transitie konden maken naar digitaal werken, vroeg het nieuwe normaal ook om creativiteit. We moesten andere kanalen gebruiken in het contact met bewoners. Denk aan bijvoorbeeld filmpjes om hen te informeren, omdat een informatieavond of face-to-face contact niet meer mogelijk bleek. Dat was voor iedereen wel even wennen."

Coronadipje

Een andere manier van werken die niet direct omarmd werd door de huurders, beaamt Suzan: "We zien dat momenteel terug in een dipje in de klanttevredenheid. Dit komt vooral omdat we door de crisis snel naar contactloos verhuren en repareren zijn gegaan. De klantconsulent gaat niet mee met de bezichtiging en de opzichter gaat nu bijvoorbeeld pas langs wanneer de bewoner uit huis is. Dat betekent dat je woning specifieke zaken niet direct kunt bespreken, wat leidt tot onzekerheden. Wat ons betreft zal digitaal contact ook na de coronacrisis belangrijk blijven, maar niet het fysieke contact vervangen. Persoonlijk contact wordt nog steeds enorm gewaardeerd."

Open deuren

Op de vraag wat het geheim is achter een tevreden klant, vertelt Michaela: "Je wilt door middel van klantreizen de

klant centraal stellen in de processen en dingen doen die zij fijn vinden. Dat betekent soms dat je proces niet loopt zoals je vooraf voor ogen had. Wij hadden bijvoorbeeld de ambitie om de huuropzegging digitaal te laten verlopen. Maar in de praktijk bleek dat niet alle huurders dat altijd willen, waardoor we ook andere opties open moesten houden. Middels klantpanels halen we feedback op zodat we zo goed mogelijk kunnen inspelen op hun wensen."

"Daarnaast zijn enkele 'open deuren' ook voorwaardelijk voor een goed cijfer," gaat Leen verder. "Denk bijvoorbeeld als het nakomen van afspraken of helder zijn in de communicatie. Dat wordt in de hectiek van de dag soms wel eens vergeten, maar is onderaan de streep wel noodzakelijk om klantcontact te doen slagen."

Idealistisch streven

"Uiteindelijk is het ons idealistisch streven om voor een 10 te gaan, maar zijn we tevreden met een dikke 8," zegt Suzan. "Daarbij is het continu zoeken naar de juiste balans. Je kunt wel veel geld in klanttevredenheid investeren zodat het cijfer omhoog gaat, maar het moet wel betaalbaar blijven. De juiste verhouding is voor Woonforte een continue zoektocht."

Nieuwe frontoffice

Om de huurder meer mogelijkheden te geven in de manier waarop zij in contact staat met Woonforte, heeft de corporatie

uit Alphen aan de Rijn onlangs de keuze gemaakt voor een nieuwe frontoffice en telefonieoplossing. Leen: "We implementeren momenteel een nieuw klantportaal, website en KCC van Embrace. Zo'n geïntegreerde frontoffice stelt ons in staat selfservice mogelijk te maken. We willen dat de klant dit nog makkelijker kan doen dan nu, en dat wanneer ze 'kraan lek Woonforte' zoeken op Google direct terechtkomen bij de juiste pagina voor het maken van een reparatieverzoek."

Nieuwe kanalen

"Om diezelfde reden hebben we ook gekozen voor een nieuwe telefonieoplossing van Unexus. Zij zijn in staat goed te koppelen met de geïntegreerde frontoffice van Embrace. Daarbij hebben we via Unexus extra mogelijkheden – zoals de huurder die kan aangeven later teruggebeld te worden bij een lange wachtrij – en is er sprake van een vast-mobiel integratie. Hierdoor gaat intern samenwerken vloeiender, wat uiteindelijk ook een voordeel is voor de huurder."

Expertise meenemen

Het doen slagen van zo'n verandering staat bij het betrekken van medewerkers in het implementatietraject, vertelt Leen: "We zijn bewust eerst met de implementatie van Unexus bezig geweest om niet te veel tegelijkertijd te introduceren. Daarbij hebben we de tijd genomen om veel medewerkers – bijna een kwart van de organisatie – mee te nemen tijdens het traject. Zo weet je zeker dat je expertise van de vloer meeneemt in de inrichting en implementatie, en de systemen zo goed mogelijk bij hen passen. Met een klein groepje iets van bovenaf opleggen is niet meer van deze tijd."

Verleiden

Goede klantcommunicatie betekent volgens Suzan niet dat je de huurders naar het nieuwe digitale kanaal dwingt. "Sturing is verleiden en niet afdwingen. Om te kunnen verleiden, willen we kijken naar wat de huurder aanspreekt. Bijvoorbeeld het indienen van een reparatieverzoek zonder in te hoeven loggen. Mensen kunnen weleens hun inloggegevens kwijtraken – ze zijn immers niet regelmatig in contact met Woonforte – en dan is het al vaak sneller om te bellen. Door het inloggen weg te halen, wordt het voor de huurder makkelijker een verzoek in te dienen. Natuurlijk kan het een keer voorkomen dat iemand een reparatieverzoek 'voor de grap' voor iemand anders indient, maar dat weegt niet op tegen de selfservicevoordelen voor de klant en het hogere gebruik van de selfservice."

Selfservicecontacten

Op dit moment maakt ongeveer één op de tien huurders gebruik van de selfservicemogelijkheden van Woonforte, reflecteert Michaela. "Een groot aandeel van het klantcontact wat momenteel binnenkomt bestaat uit reparatieverzoeken.

Door dat makkelijker te maken, willen we het aandeel selfservicecontacten laten groeien naar minstens 45 procent bij reparaties."

Wonne

Wanneer het drietal gevraagd wordt naar wat volgens hen de belangrijkste ontwikkelingen zijn die huurders verleiden naar het digitale kanaal, vertelt Suzan: "De chat is een hele mooie, directe vorm van communicatie waarin ik veel potentie zie. Direct met medewerkers, of via een spraakgestuurde chatbot oftewel virtuele medewerker. Wij hebben hiermee geëxperimenteerd met Wonne en zijn nog steeds erg enthousiast over wat zo'n virtuele medewerker kan bieden. Die kan bijvoorbeeld geheel zelfstandig en spraakgestuurd reparatieverzoeken afhandelen. Dat maakt selfservice ook mogelijk



voor laaggeletterden of mensen die toch liever bellen. Na het implementeren van Embrace kijken we dan ook hoe we de virtuele medewerker hierop kunnen aansluiten. Momenteel kijken we naar de juiste inrichting hiervan binnen onze nieuwe systemen."

Snel, duidelijk en correct

De komende periode staat in het teken van verder optimaliseren, sluit Michaela af. "We willen onder andere kijken naar onze klantreizen en die waar nodig optimaliseren. Maar ook in de backoffice willen we stappen zetten. Nieuwe ontwikkelingen zoals Tobias AX 365 en Office 365 stellen ons in staat overal te werken, en door de datakwaliteit te verbeteren kunnen we de klant beter van dienst zijn. Medewerkers hoeven in een gesprek bijvoorbeeld niet op zoek naar informatie waardoor de klant moet wachten, maar kunnen snel, duidelijk en correct informatie geven. Hierdoor willen wij steeds dichterbij de idealistische 10 komen."