

Bijlage 1: Kanaal- en werkplek strategie

Kanaal strategie

De kanaalstrategie van het CBR heeft als uitgangspunt: Digitaal waar het kan, persoonlijk waar gewenst. De strategie is gericht op:

- Voorkomen/vermijden van onnodig (klant)contact;
- Verleiden naar digitale (vervolg) kanalen;
- Proactief ondersteunen door contact / interactie te initiëren.

Hierbij wordt gewerkt met de volgende designprincipes:

- De klant is van zichzelf en zie maar eens in zijn omgeving te komen;
- De divisie Klant en Service is de regisseur van alle interacties met klanten, zowel online als offline;
- Digitaal tenzij is het uitgangspunt. Primaire contact kanalen hebben tevens ondersteunende Kanalen;
- Klantreizen vormen de basis ondersteund door persona's (archetypes);
- Wensen en behoeften worden continu gemeten door middel van touchpoints in het proces, in de verschillende klantreizen en per product;
- De feedback van klanten wordt gebruikt om de dienstverlening continue te optimaliseren en aan te passen aan de veranderende behoeften van klanten;
- Hiervoor worden proceseigenaren per (hoofd) processtap ingezet;
- Medewerkers vormen een belangrijke schakel in de keten van klantinteracties;
- Door inzet van een Usability "lab" worden nieuwe methoden en technieken via een pilot getest.

Dit volgens het principe "Fail early, fail often, but always fail forward en learn quickly"

Werkplek strategie

De klantenservice medewerker wordt in zijn functie ondersteund door zijn werkplek. Alle middelen om zijn werk uit te voeren zijn in een volledig hybride omgeving aanwezig. De medewerker heeft beschikking over in ieder geval de volgende middelen:

- Laptop met standaard en docking station;
- Extra scherm;
- Muis;
- Toetsenbord;
- SIP Telefonie;
- Dual ear stereo corded headset met omgevingsgeluid- en noisereductie.

Alle werkplekken (zowel inhouse als outhouse) zijn op deze wijze ingericht zodat elke medewerker volledig hybride kan werken.