

CCMA Sitevisit XL 2025

Kijkje in de keuken





Begin februari verzamelden veertig klantcontactprofessionals zich in alle vroegte bij Eneco in Rotterdam voor de Sitevisit XL. Dit jaarlijkse CCMA-uitje biedt deelnemers de kans om een kijkje in de keuken te nemen van klantcontact bij verschillende bedrijven zoals dit jaar ABN Amro, Picnic en Eneco.

Met de bus vertrok het gezelschap van Rotterdam richting ABN Amro in Breda, waar Bart van de Sande (Head Customer Service) en zijn team de deelnemers introduceerden bij het klantcontact van de bank. Door middel van een plenaire presentatie en diverse break-outs kwamen onderwerpen als AI ►





binnen customer care, brand experience, continu verbeteren en de invloed van blije medewerkers op klanttevredenheid

aan bod. De digital-first strategie van ABN Amro is indrukwekkend: door digitalisering is het aantal fysieke klantbezoeken met 95% verminderd. Toch blijft de menselijke factor centraal staan.

Hybride

Na de lunch begon het bezoek aan Picnic, waar CCMA Manager of the Year Kim Knappe de deelnemers

verwelkomde in fulfilment center 'FC 9' in Dordrecht. Dit hybride magazijn, geopend in 2023, combineert geautomatiseerde en handmatige processen. Daarnaast werd een inblikje gegeven in de samenwerking tussen customer service en logistiek. Wanneer een product niet meer op voorraad is, wordt direct gecommuniceerd om klanten proactief te informeren en teleurstellingen te voorkomen.



Mensgericht

De laatste stop van de dag was Eneco World. Tijdens de rondleiding werd duidelijk dat duurzaamheid geen loze belofte is. Eneco streeft ernaar om in 2035 volledig klimaatneutraal te zijn. Hoe vertaalt deze duurzame visie zich naar klantcontact? Irene Aartsen, Head Customer Services en MOTY-finalist, gaf een presentatie over 'mensgerichte outsourcing'. Hoewel een groot deel

van het klantcontact is uitbesteed, zorgt Eneco ervoor dat medewerkers in het buitenland dezelfde waardering krijgen als hun Nederlandse collega's. Ook werd gediscussieerd over ethische en culturele vraagstukken rondom offshoring. Stellingen als 'inhouse is altijd beter dan outsourcing' en 'goede arbeidsvoorwaarden moeten overal gelijk zijn' leidden tot levendige gesprekken.

De Sitevisit XL, dit jaar op één dag in plaats van twee, was opnieuw een schot in de roos en een gevarieerde mix van inzichten in technologie, duurzaamheid en klantgerichtheid. ●



Gerhard Jansen

'Enorm waardevol'

Gerhard Jansen, co-founder van Cocoroco.com, was één van de deelnemers dit jaar. Hij kijkt terug op een geslaagde dag.

'Wat mij echt opviel was hoe anders experts en visionairs naar AI kijken vergeleken met mensen op de werkvloer. Elk bedrijf doet het op zijn eigen manier en dat is ook logisch - wat bij het ene bedrijf werkt, hoeft niet per se bij het andere te werken. Je moet gewoon goed kijken wat past bij jouw organisatie en cultuur. Tegelijkertijd was het enorm waardevol om op zo'n persoonlijke manier te connecten met leiders uit de industrie en vanuit meerdere invalshoeken te horen hoe bepaalde CS-strategieën worden toegepast. Die verschillende perspectieven helpen om nieuwe inzichten te krijgen en scherper te begrijpen welke aanpak het beste werkt per organisatie, zowel strategisch als operationeel.'

VOORZICHTIG

'Een les van de bezoeken aan ABN Amro, Picnic en Eneco is dat digitalisering en automatisering veel kunnen verbeteren, maar menselijk contact een cruciale rol blijft spelen in de klantbeleving. AI wordt vaak nog verward met automatisering en hoewel er mooie stappen worden gezet, is de juiste balans essentieel. Bij ABN Amro ligt

de focus op direct contact via telefoon en chat, zonder de tussenkomst van e-mail. Ze zijn nog voorzichtig met AI als het gaat om klantcontact, omdat persoonlijk contact een belangrijke rol blijft spelen.

BACK-UP

Bij Picnic is digitalisering en automatisering de kern van hun operatie, maar ze begrijpen dat klantcontact onmisbaar is voor vertrouwen en het oplossen van complexe vragen. Voor flexibiliteit en pieken hebben ze daarom een sterke menselijke back-up.

Eneco zet outsourcing in om kosten te besparen, maar ervaart dat de kwaliteit van klantcontact een uitdaging blijft. Kortom, digitalisering en automatisering bieden veel efficiëntievoordelen, maar het is cruciaal om strategisch te bepalen waar AI wordt ingezet en waar menselijk contact onmisbaar is voor een optimale klantbeleving. Outsourcing van klantcontact biedt zowel uitdagingen als kansen en de sleutel tot succes ligt in een doordachte aanpak waarin kwaliteit en flexibiliteit centraal staan. Een van de grootste uitdagingen is het leveren van goede kwaliteit terwijl de focus vaak op kostenbesparing ligt. Bij een goede uitvoering kan het kosten besparen en profiteren bedrijven van de expertise

van outsourcingpartners. Mijn visie?

Outsourcing kan prima werken, maar niet als het alleen draait om kostenbesparing. Een doordacht plan waarin kwaliteit en flexibiliteit centraal staan, is essentieel om klantcontact effectief uit te besteden.'

NETWERKEN

'De Sitevisit XL was een intensieve, maar zeer waardevolle dag. Het directe contact met ervaren en inspirerende mensen uit de industrie maakte het een unieke ervaring. Ik kreeg een goed beeld van de actuele ontwikkelingen in de markt, vooral op het gebied van AI. Daarnaast was het een uitstekende gelegenheid om te netwerken en mogelijke nieuwe samenwerkingen te verkennen. Het smoelenboek werkte goed en zorgde voor een natuurlijke en efficiënte manier om mensen te ontmoeten. Voor een toekomstige editie zou het interessant zijn om niet alleen succesverhalen te horen, maar ook te bespreken waar bedrijven nog mee worstelen. Dat zou de interacties nog gericht en waardevoller maken.'