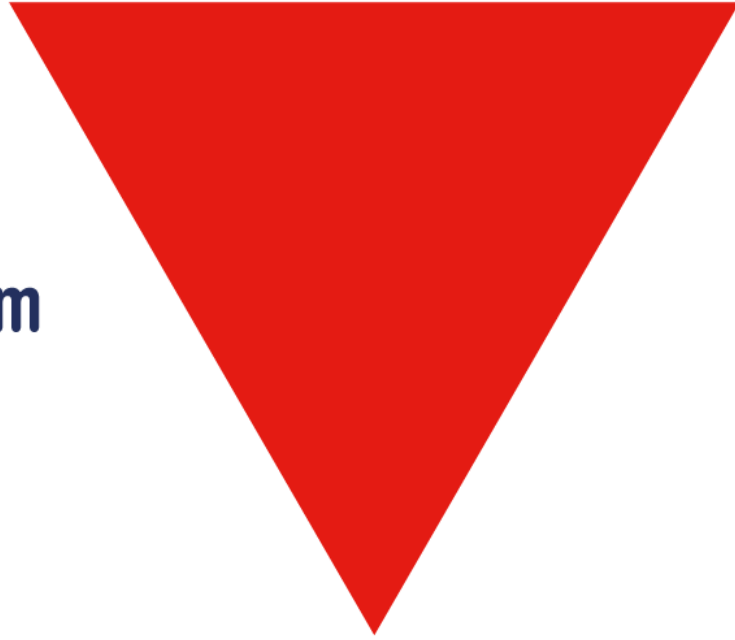




Facilitair Kenniscentrum

Maatschappij

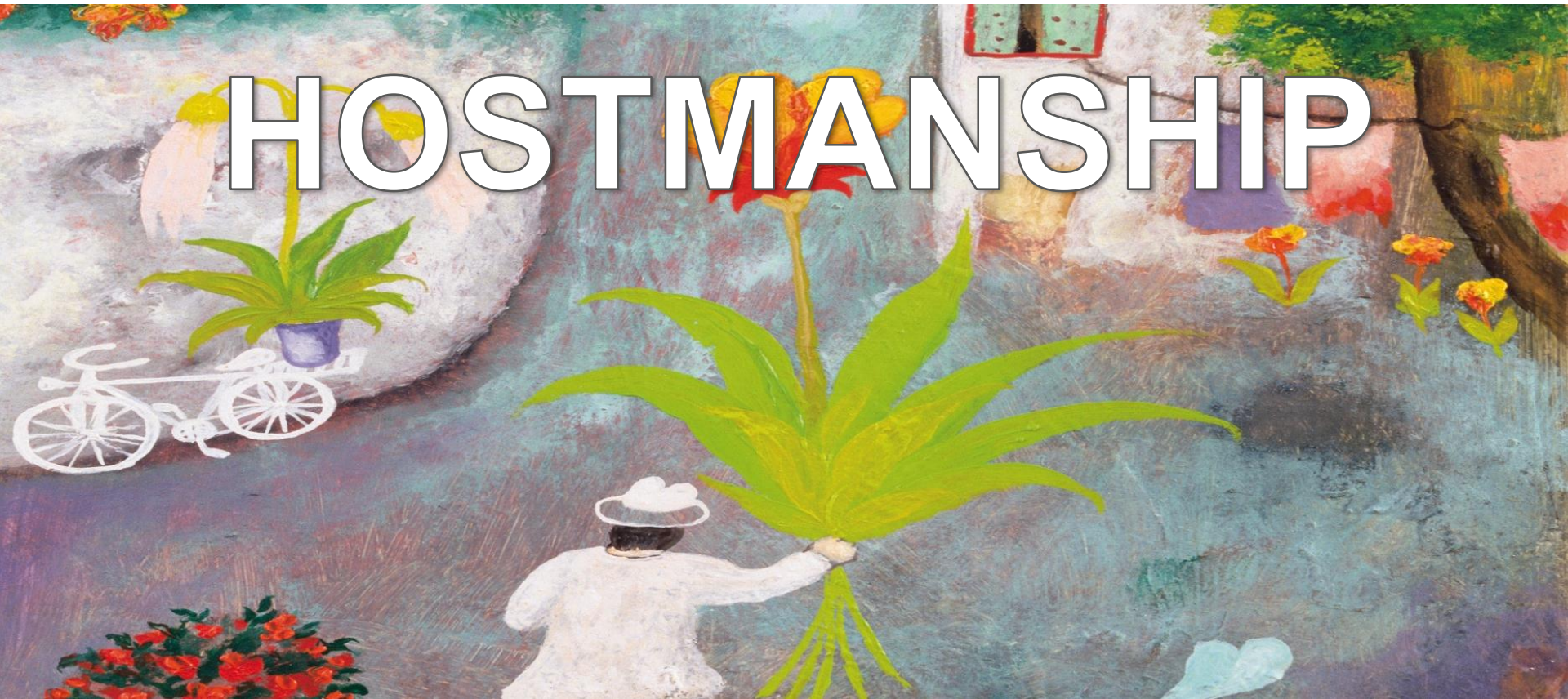


Facilicom

Klanten

Medewerker

HOSTMANSHIP

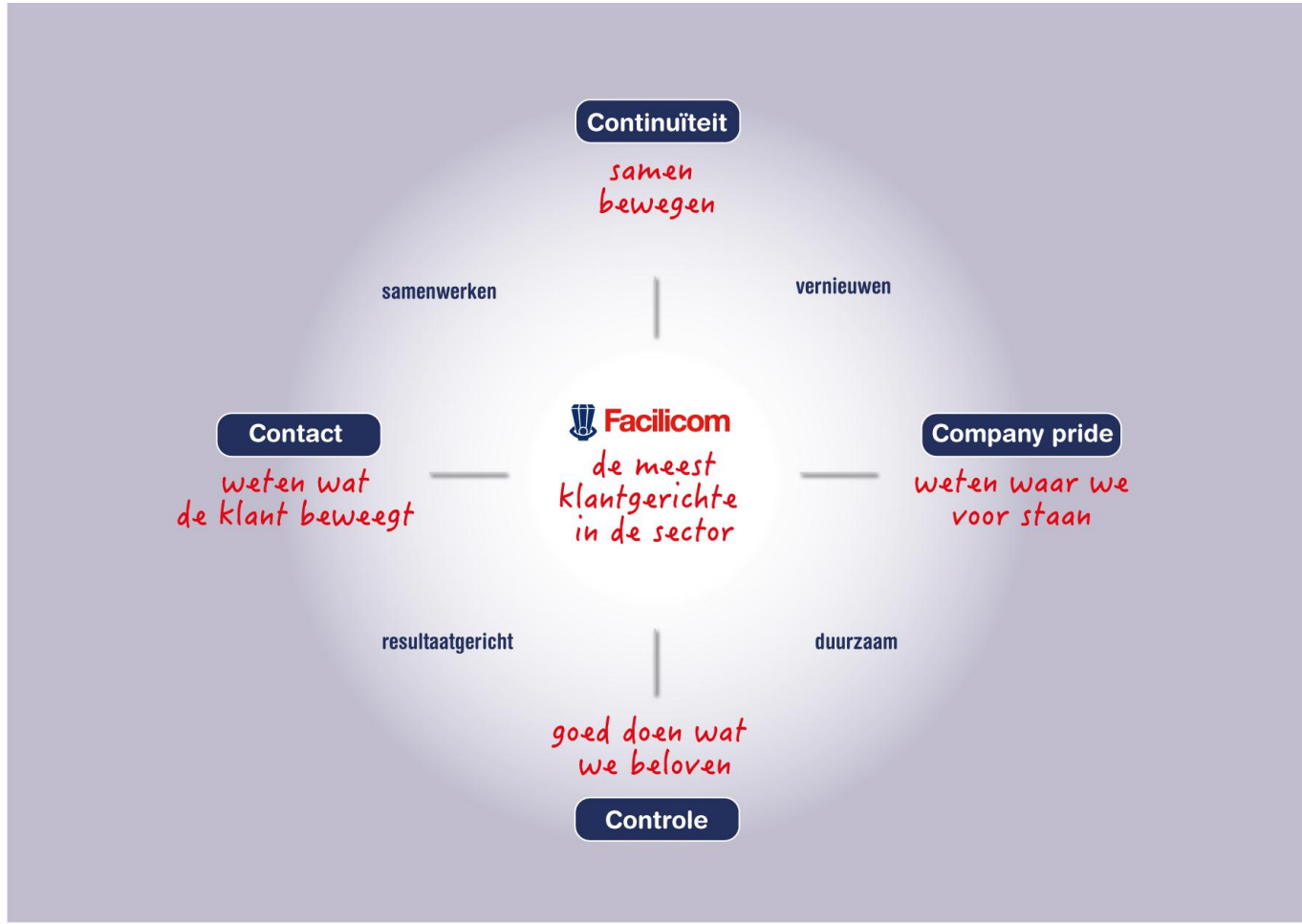


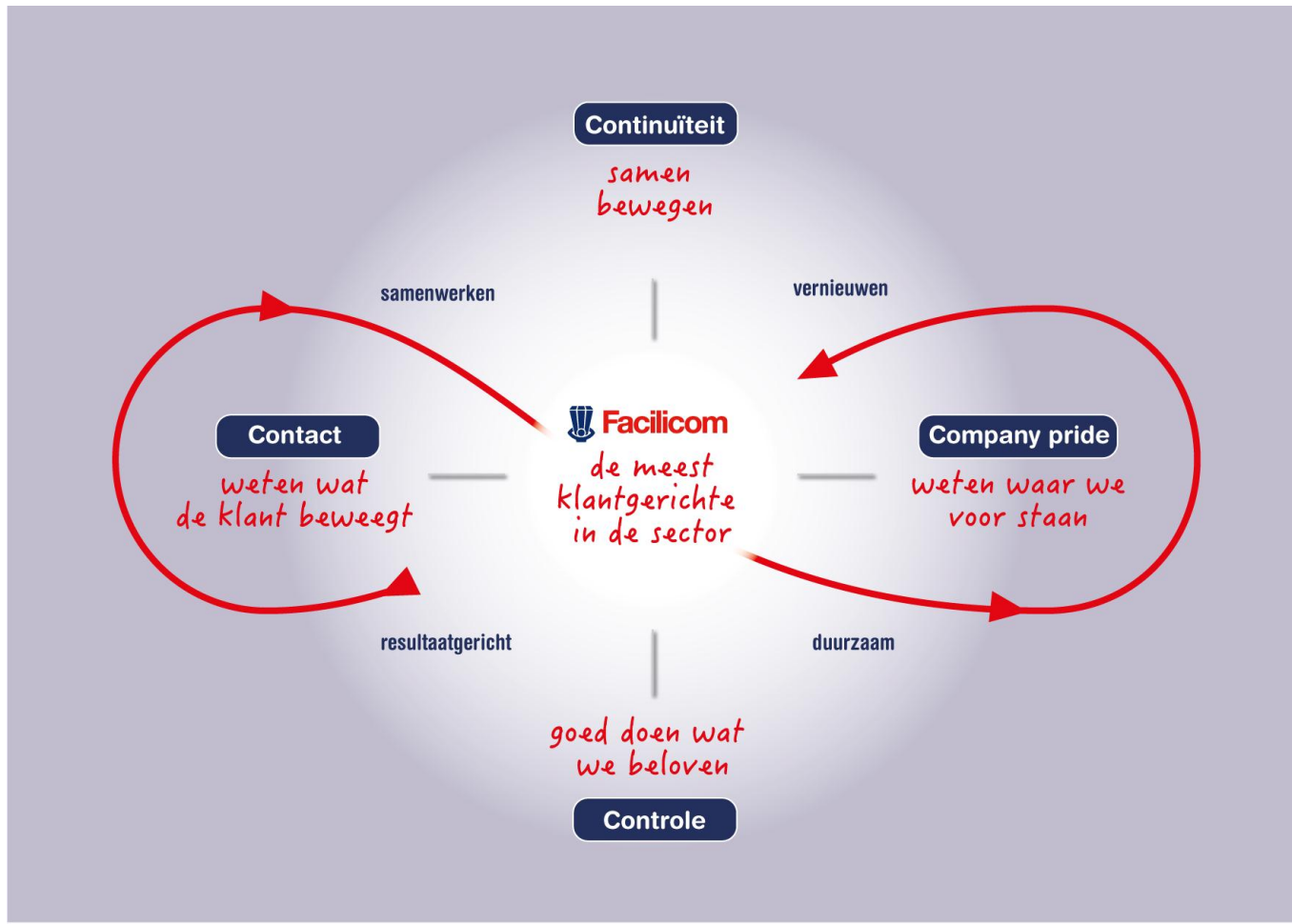


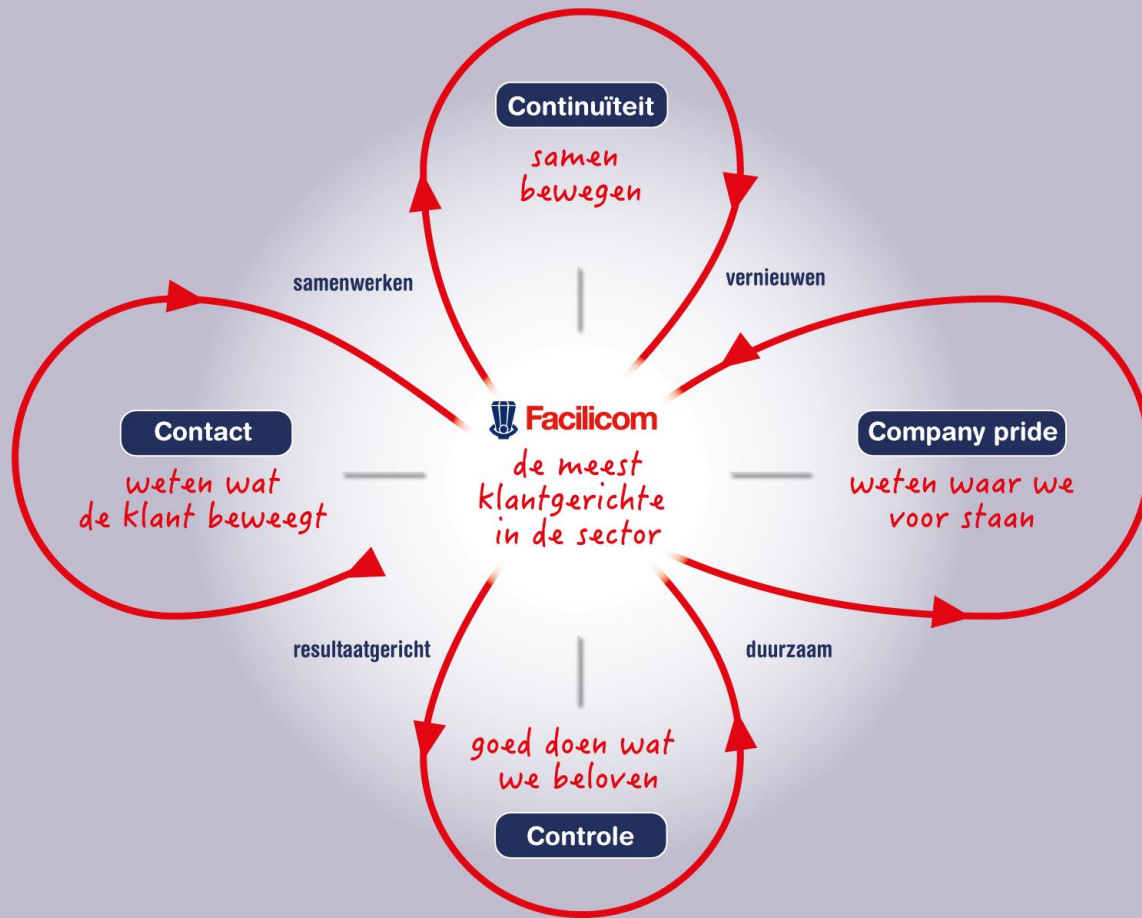


Tussenstand

0 - 1





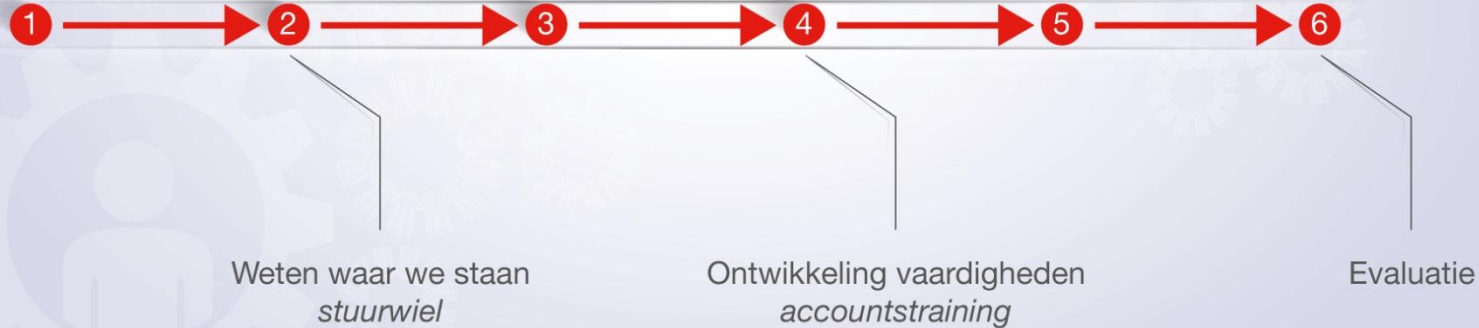




Bewust worden
kick-off

Luisteren en doorgronden
klantarena's

Facilicom
Best Projects



jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15



“Facilicom heeft als doel om in 2015 het meest klantgerichte facilitaire bedrijf van Nederland te zijn.”

[Lees verder](#)

Actueel

Nieuws

Jouw verhaal 

Opvallende projecten



Natural Delicious klantbeoordelings resultaat

[Reageer](#)

Dat ga ik voor u oplossen

Beoogt als 'vanzelfsprekend gastvrij'. Maar dat concept moet wel worden...

[Reageer](#)

Jouw verhaal

Heb jij een goed verhaal over klantgerichtheid? Vertel het ons!

Typ hier uw verhaal...

[Verstuur](#)



Nieuwsbrief klantgerichtheid

Editie 1

Nieuwsbrief klantgerichtheid

Editie 1

Voorwoord: Klantgericht!

We komen uit een situatie waarin er relatief veel vraag was. Nu is de situatie veranderd en ligt de focus op het behoud van klanten en het verkrijgen van nieuwe klanten in een krimpende markt. Facilicom wil

INHOUDSOPGAVE

[Voorwoord](#)

[Lancering website](#)

[Verdiepingssessie](#)

[Trainingen door MD](#)



jan '14

feb/mrt '14

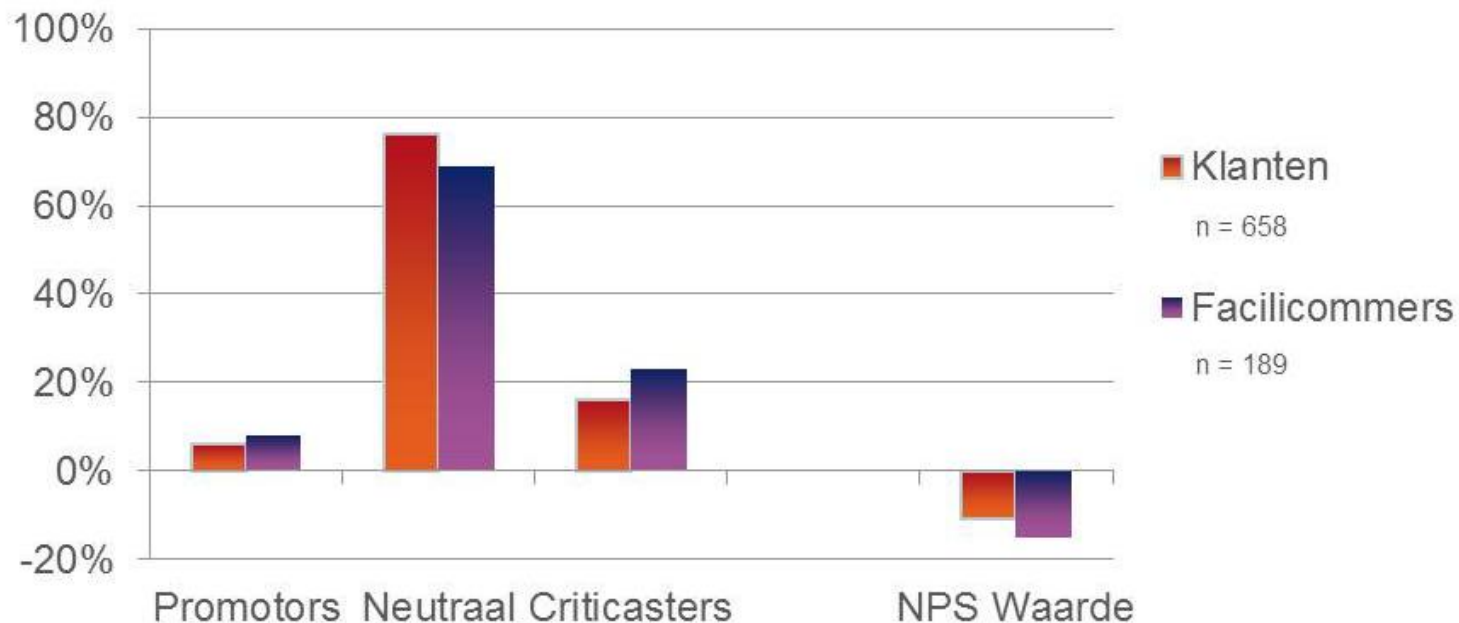
april/nov '14

nov '14

dec '15

Nulmeting

Totaal klant vs. spiegelonderzoek



jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15



jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15



jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15



jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15





Klantgerichtheidskrant

September 2014



Met het juiste gereedschap sleutelen aan je kwaliteiten

"In 2015 is Facilicom het meest klantgerichte facilitaire bedrijf van Nederland". Zo luidt onze ambitie. Dit is alleen mogelijk met en door onze medewerkers. "Om dit gezamenlijke doel te bereiken, bieden we ons midden- en hogere kader praktisch gereedschap", zegt Jeroen van der Brugge, manager Management Development. "Daarmee krijg je inzicht in je houding en gedrag bij klantcontact en oefenmateriaal om dit te verbeteren."

"Een volgende stap in het traject Klantgerichtheid zijn op maat gesneden ontwikkeltrajecten voor al het kaderpersoneel. We bekijken samen welke ontwikkeling voor jou relevant is en waar je wensen liggen. We vragen de deelnemers om zich kwetsbaar op te stellen; kijk kritisch naar jezelf, benoem je zwaktes en wees niet bang om fouten te maken."

Persoonlijke visie

Het traject bestaat uit een aantal stappen. Jeroen legt uit:

naar de volgende stap: de kick-off. In een kleine groep bespreken we de resultaten uit de klantforums en grijpen we terug op de intake. Samen geven we antwoorden op vragen als: hoe definieer ik klantgericht gedrag en wat zijn mijn behoeftes om nog beter voor de dag te komen? Maar we benaderen het ook vanuit het oogpunt van de klant: hoe ziet hij mij en wat verwacht hij van me?"

In de gespreksstudio

"Na de kick-off gaan we door naar het basecamp, waar

Van operational excellence naar klantgericht werken

Een cultuurwijziging wil onze president-directeur Hans Gennissen het niet noemen, maar de beweging naar nog meer 'de klant centraal' is een noodzakelijke accentverschuiving. "We zijn heel goed in operational excellence", zegt hij. "Efficiënt werken is alleen niet altijd het meest effectief om de klant te leveren waar hij behoefte aan heeft. Deze tijd en onze markt vragen om flexibiliteit en maatwerk. Interne organisatieregels zijn belangrijk, maar het belang van onze klant is doorslaggevend."

Een simpel voorbeeld uit de praktijk. Het toilet papier bij een Klant is op. De objectleider moet – volgens de interne regels – een bestelling plaatsen bij FFP; waardoor het dagen duurt voordat de voorraad is aangevuld. Dat is op zich een goede procedure, die in 99 % van de gevallen het meest optimaal is. "Maar we mogen ons daar niet achter verschuilen in de uitzonderingsgevallen", zegt Hans. "Wij moeten dan de verantwoordelijkheid nemen om naar Albert Heijn te gaan en de voorraad aan te vullen."

Buiten de lijntjes kleuren



Medewerker Motivatie Onderzoek



jan '14 feb/mrt '14 april/nov '14 nov '14 dec '15

NPS





jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15

NPS

Vraag 1

Hoe waarschijnlijk is het dat u Facilicom aanbeveelt bij een vriend, familie of collega? Als u een cijfer zou moeten geven, waarbij (1) in het geheel niet is en (10) in het geheel wel. Welk cijfer geeft u dan?

In het geheel niet In het geheel wel

Vraag 2

Wat adviseert u ons om vooral te behouden en koesteren?

Vraag 3

Wat kunnen wij doen om uw tevredenheid te verhogen?



De vertaling



We doen het samen

jan '14

feb/mrt '14

april/nov '14

nov '14

dec '15



LIEFDE VOOR DE KLANT

Welkom
op de kick-off
2015!

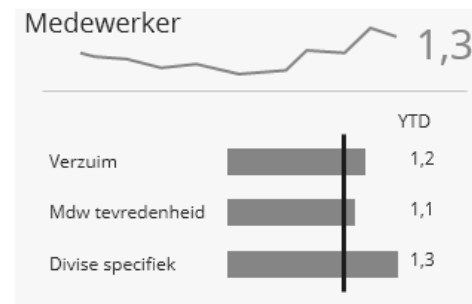
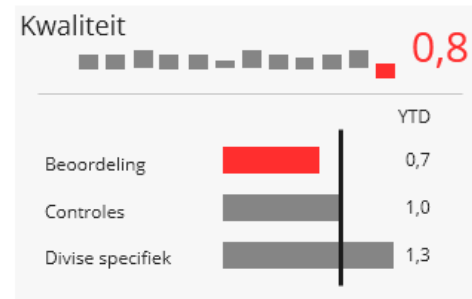
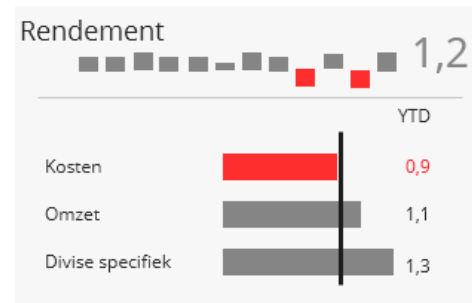
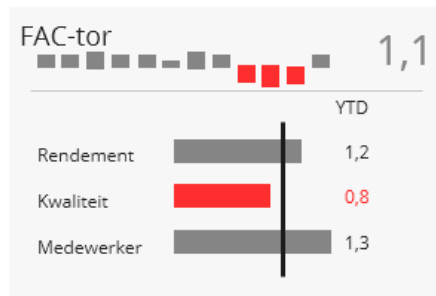
Gekozen KPI's

- **Financieel**
 - Omzet
 - Bruto/Nettowinst
 - Retentie
 - Divisie specifieke KPI
- **Klant**
 - NPS (Netto Promotor Score)
 - Verwachtingen management
- **Medewerker**
 - Verzuim
 - Medewerker Motivatie Onderzoek

Verwachtingenmanagement



Divisie | District | Rayon

 Legenda: | Norm Boven norm Onder norm


Divisie ▼

District ▼

Rayon ▼

Verantwoordelijke ▼

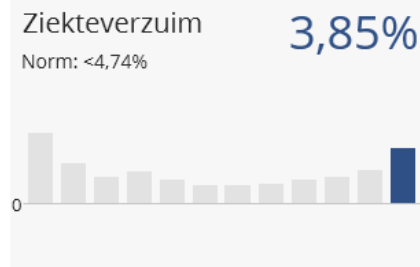
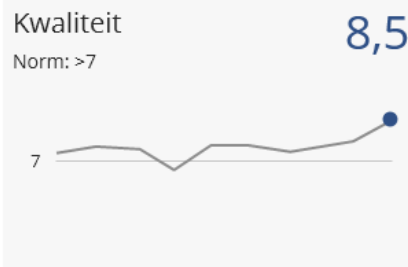
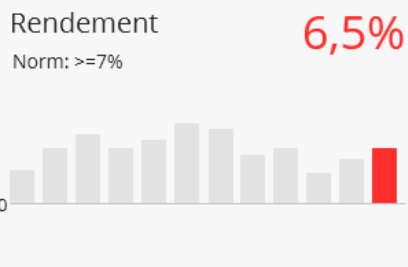
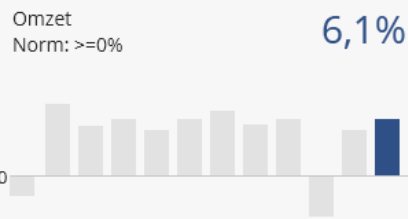
Object ▼

KPI overzicht

Financieel

Kwaliteit

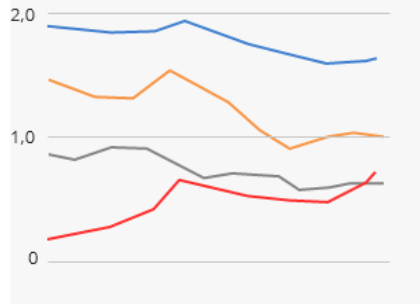
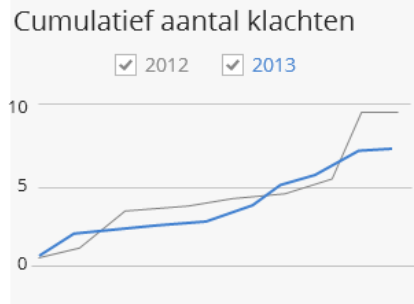
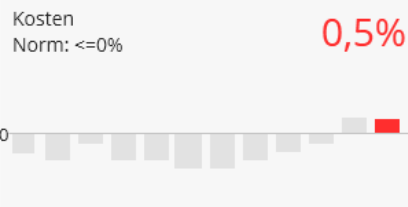
Medewerker

 Legenda: ■ Historisch ■ Binnen norm ■ Buiten norm

Realisatie tov budget +

Uitgevoerd volgens plan (%) +

Kwaliteit	Totaal	Q1	Q2	Q3	Q4
KO	75	72	80	72	-
KE	74	77	83	60	-

Ziekteverzuim (%) +

- Verzuim 1,44
- Midden-lang 0,51
- Lang 1,30
- >1jaar 0,60



Programma Klantgerichtheid

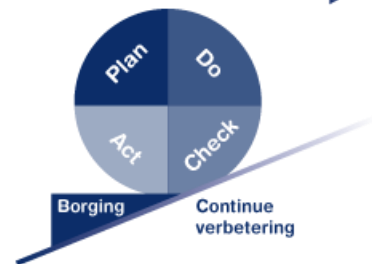
Proces

Bewustwording

Klantgerichte houding

Projecten

- Doelen stellen
- Zichtbaar maken
- Trainen en faciliteren
- Communicatie



Eind 2015: meest klantgerichte organisatie in de sector

2015

