

WHAT'S NECXT!?



Leuke mensen bij NECXT. Maar wat doen jullie eigenlijk? Goede vraag! NECXT helpt organisaties kundig en duurzaam klantgericht te worden. Onze unieke en concrete trainingen, workshops en begeleidingstrajecten leiden tot krachtige, gemotiveerde leiders en teams die het verschil maken voor iedere klant!

Inspiratie

- Benchmark reizen
- Team events
- CX Sprekers

Training

- CX Leadership Circle
- CX in One Day
- CX in House

CX Strategie

- Purpose & Values
- CX Strategie
- Maturity Scan
- CX Roadmap

CX Operationalisatie

- CX Implementatie
- CX Engine
- Customer Journeys
- Service Netting



Gaan de beleving van de medewerker en die van de klant hand in hand?

Dr. Jeroen Schepers



TU/e EINDHOVEN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

BUSINESS INSIDER

A Zappos employee had the company's longest customer-service call at 10 hours, 43 minutes

Richard Felton | Jul 26, 2016, 6:51 PM GMT+2

A Zappos employee recently had a customer-service call that lasted 10 hours, 43 minutes, breaking an internal record at the Amazon-owned online retailer.

On June 11, in Zappos' Las Vegas headquarters, Steven Weinstein answered a call from a customer who needed some help with an order of a few items. The two began to chat, and even after she was helped, she stayed on the line.

"It was excellent, the connection was amazing, and even though I never spoke to this customer before in my life I felt like I knew her for 15 or 20 years," Weinstein told Business Insider in an email. "It was just natural and time was flowing — it felt like it was effortless."

Weinstein said he took only one break during the nearly 11-hour period, about 2 1/2 hours in, to go to the bathroom. One of his colleagues brought him food and water during the call.

Zappos employee Steven Weinstein, shown here in the retailer's Las Vegas headquarters, holds the record for longest Zappos customer-service call. Zappos

3 NATIONAAL CX EVENT 2024

Wat levert dit op?

Gupta and Zeithaml: *Customer Metrics and Their Impact on Financial Performance*
Marketing Science 25(6), pp. 718-739, © 2006 INFORMS

725

Table 1 Impact of Unobservable Metrics on Firms' Financial Performance

Study	Data	Results
Anderson et al. (2004)	200 Fortune 500 firms in 40 industries during 1994-97 with ACSI, 1-100 scale	1% change in ACSI → 1.016% change in Tobin's q or \$275 million in firm value.
Iltner and Larcker (1998)	140 firms and ACSI index	One unit increase in ACSI → \$240 million increase in market value.
Gruca and Rego (2005)	ACSI and Compustat data from 1994-2002 for 105 firms in 23 industries	One point increase in ACSI → \$55 million increase in cash flow in the next year and 4% reduction in variability
Anderson and Mittal (2000)	125 firms and SCSB	1% increase in satisfaction → 2.37% increase in ROI. 1% drop in satisfaction → 5.08% drop in ROI.
Anderson et al. (1997)	Swedish data for 1989-92	Satisfaction elasticity for ROI = 0.14 - 0.27
Anderson et al. (1994)	Swedish data on 77 firms	One point increase in SCSB → 11% of current ROI or \$94 million. Short-run elasticity of ROI with respect to quality = 0.196.
Hallowell (1996)	1 retail bank, 59 divisions 12,000 retail banking customers satisfaction measured on 1-7 scale	One point change in satisfaction → 0.59% point change in ROA.
Nayyar (1995)	106 firms from 68 industries for 1981-91	Increase in customer service → 0.46% average CAR. Decrease in customer service → -0.22% CAR.
Rucci et al. (1998)	Sears 1994-95	4% increase in satisfaction → \$200 million in additional revenue or \$250 million in market cap.
Nelson et al. (1992)	51 general hospitals, each with a sample of 300 patients	Service quality explains 17% - 27% of variation in financial performance of hospitals.

In studies over gedrag van servicemedewerkers verklaren we gewoonlijk **30 tot 40%** van de variantie in klanttevredenheid (en soms meer 🧐)

4 NATIONAAL CX EVENT 2024

TU/e

De manager aan het woord...

- Stel, u bent de manager van deze medewerker voor uw bedrijf in zonnepanelen
- Hoe zou u willen dat deze man zich gedraagt in zijn werk?
- Hoe zou u dat bewerkstelligen?

5 NATIONAAL CX EVENT 2024



Gedrag van medewerkers

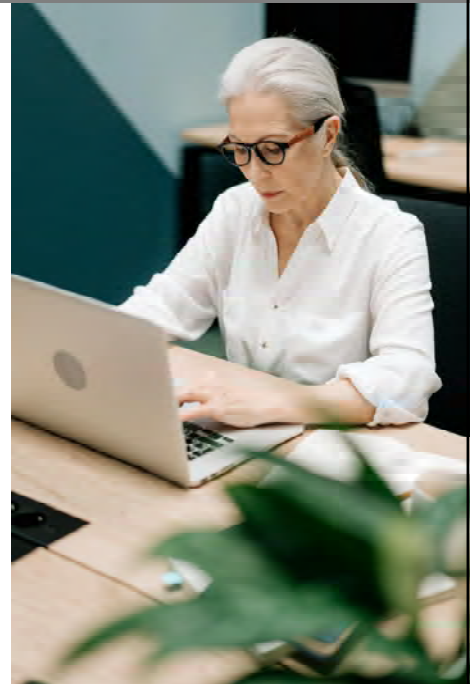
Aandachtig luisteren	Informatie inwinnen	Helder communiceren	Empatisch zijn
Attent zijn	Echt zijn in plaats van toneelspelen	Gepersonaliseerde service verlenen	Problemen oplossen
Problemen voorkomen	Servicebeloften uitvoeren	Positief spreken over het bedrijf	Collega's coachen
Een bron van informatie zijn voor het bedrijf	Een band opbouwen op met de klant	Klantrelaties onderhouden	Continu leren en verbeteren

6 NATIONAAL CX EVENT 2024



Instrumenten

Aantal klanten / panelen per dag	Aantal klachten van klanten	Aantal herhaalbezoeken	Aantal doorverwezen klanten
Materiaalverbruik	Aantal gereden kilometers	Klanttevredenheid	Andere metingen uit vragenlijsten
Bonussen	Promotie	Medewerker van de maand	Leiderschap (charismatisch, visionair)
Rolmodellering	Serviceklimaat binnen organisatie	Empowerment	Gewilde werkgever



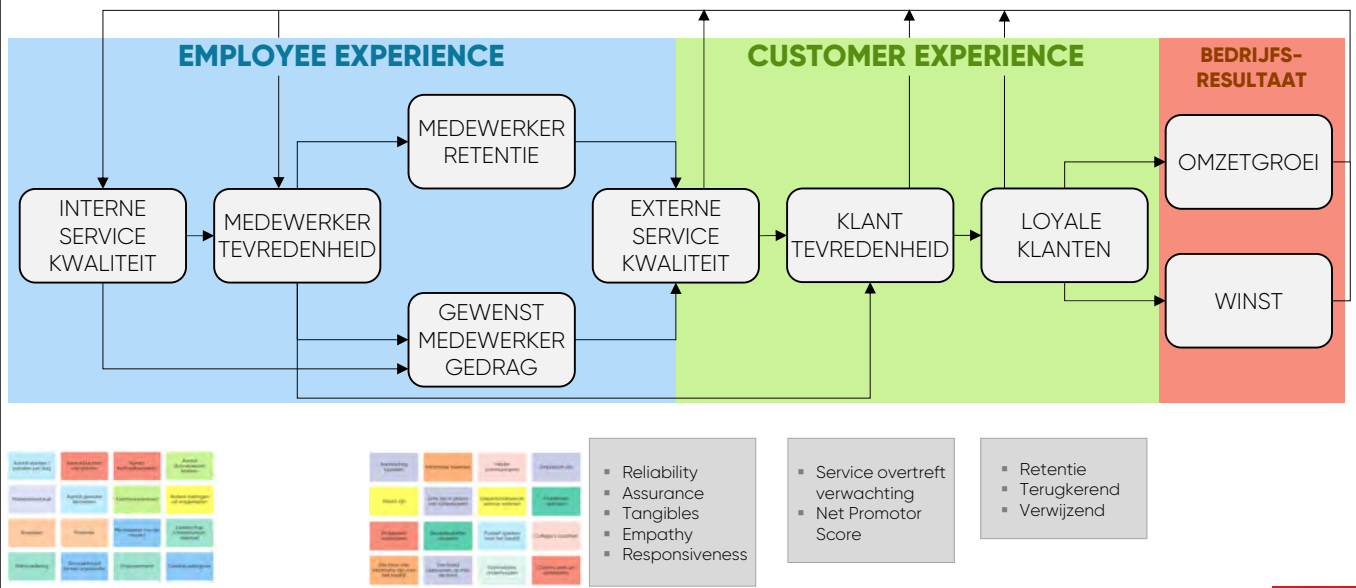
7 NATIONAAL CX EVENT 2024

**WELKE
ACTIE
WANNEER
?**

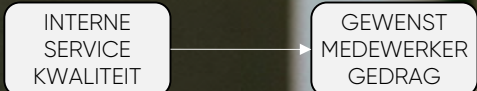


8 NATIONAAL CX EVENT 2024

Service profit chain



WELKE ACTIE WANNEER?



- Afhankelijk van de taak
- Het kaarsprobleem van Karl Duncker (1935)

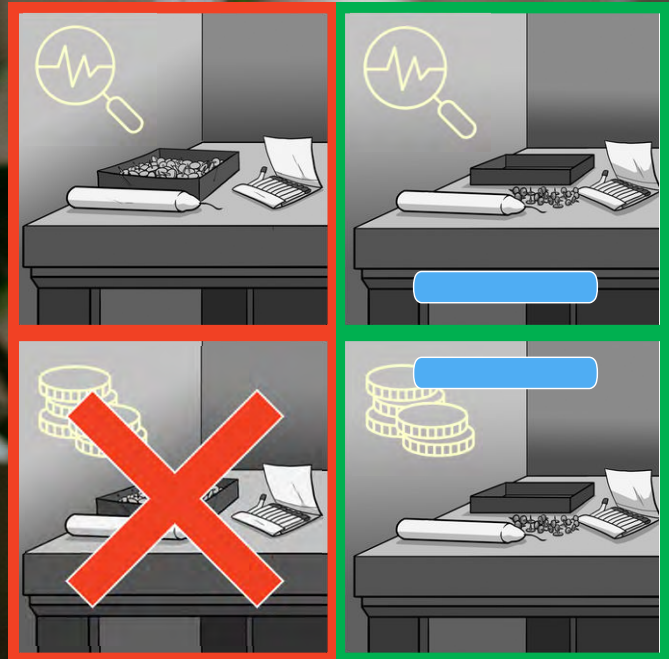


WELKE ACTIE WANNEER?

INTERNE
SERVICE
KWALITEIT

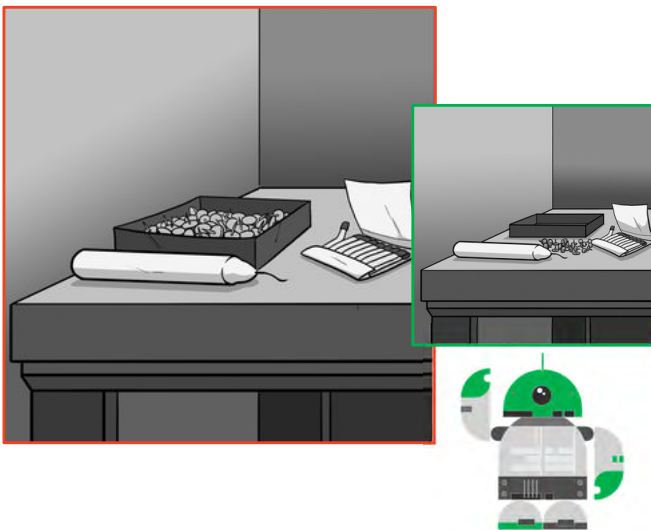
GEWENST
MEDEWERKER
GEDRAG

- Opvolging door Sam Glucksberg (1962)
- Meehelpen aan onderzoek vs. Financiële beloning



11 NATIONAAL CX EVENT 2024

In de praktijk...



Meehelpen aan onderzoek = in de praktijk:

- Intrinsieke motivatie
- Verantwoordelijkheid nemen voor de klant ⇨ rentmeesterschap
Schepers et al. (2012): Customer stewardship

Volledig op inzetten als invulling van interne service kwaliteit?

12 NATIONAAL CX EVENT 2024

TU/e

Rollenspel



Gem. tijd tussen gesprekken=20 sec
Afhaakratio=3%, Beltijd=70%



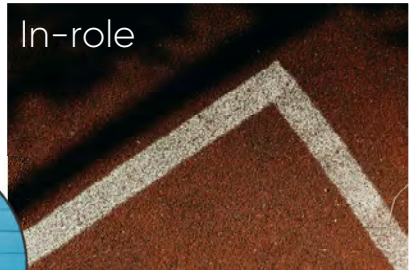
Psychologische veiligheid
Autonomie
Identificatie
Zingeving

...n je. We
...ns heb je
...dat je de
...tekende
...mlach
...noemen we dat.

Regels
Beloning
Handhaving



Intrinsieke motivatie
Rentmeesterschap




A Zappos employee had the company's longest customer-service call at 10 hours, 43 minutes

A Zappos employee recently had a customer-service call that lasted 10 hours, 43 minutes, breaking an internal record at the Amazon-owned online retailer.

On June 11, in Zappos' Las Vegas headquarters, Steven Weinstein answered a call from a customer who needed some help with an order of a few items. The two began to chat, and even after she was helped, she stayed on the line.

"It was excellent, the connection was amazing, and even though I never spoke to this customer before in my life I felt like I knew her for 15 or 20 years," Weinstein told Business Insider in an email. "It was just natural and time was flowing — it felt like it was effortless."

Weinstein said he took only one break during the nearly 11-hour period, about 2 1/2 hours in, to go to the bathroom. One of his colleagues brought him food and water during the call.



Zappos employee Steven Weinstein, shown here in the retailer's Las Vegas headquarters, holds the record for longest Zappos customer-service call.



Regels
Beloning
Handhaving

Intrinsieke motivatie
Rentmeesterschap

Get in touch!

DR. JEROEN SCHEPERS

Innovation, Technology
Entrepreneurship & Marketing group
Eindhoven University of Technology

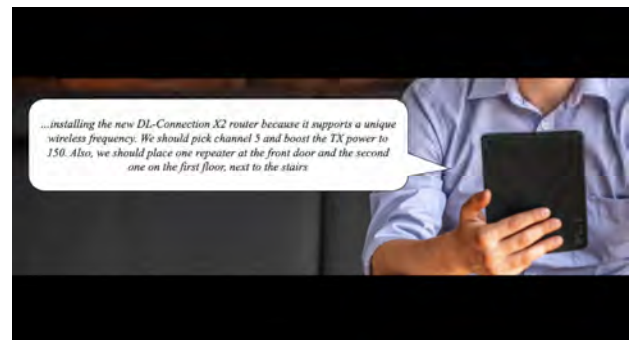
- J.J.L.Schepers@tue.nl
- [linkedin.com/in/jeroenschepers](https://www.linkedin.com/in/jeroenschepers)
- www.jeroenschepers.nl



Lopend project: Hybride service teams



VS



- Klanten ervaren een hogere kwaliteit van het service team bij meer geavanceerde AI
- Als gevolg daarvan wordt een medewerker beoordeeld als meer **competent** en **vriendelijker**
- Logica
 - Teamleden vangen elkaars fouten af
 - Iemand in een beter team, wordt beter beoordeeld

ROLLENSPEL IN EEN MONDIAAL SPEELVELD

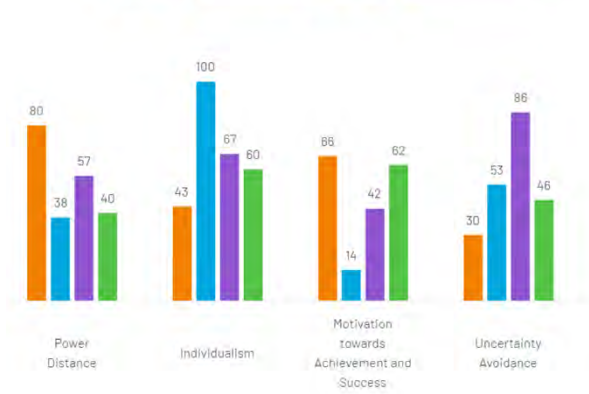
17 NATIONAAL CX EVENT 2024

Welke actie in welk land?



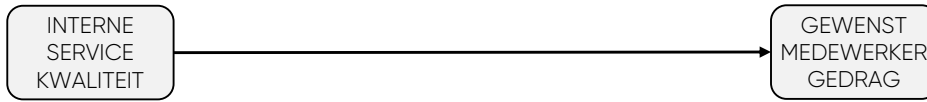
Schepers en Van der Borgh (2020):
105 studies, met 32,364 medewerkers uit 35 landen

China * Netherlands * Spain * United States *



18 NATIONAAL CX EVENT 2024

Resultaten



Actie	Waar
Belonen en bevorderen	Laag individualisme (Thailand, Colombia, China) Hoge onzekerheidsaversie (België, Méditerranée, Peru)
Transformationeel leiderschap	Hoog individualisme (Nederland, Canada)
Normerende invloed van peers	Hoge machtsafstand (Rusland, Mexico, India)
Aanleren van klantorientatie	Universeel

IN-ROLE

Actie	Waar
Relatie met manager	Universeel
Aannemen op empathie voor de klant	Sterk effect, maar nog sterker bij Lage machtsafstand (Scandinavië) Hoog individualisme (Nederland, Canada)
Aanleren van klantorientatie	Sterk effect, maar nog sterker bij Hoge onzekerheidsaversie (België, Portugal, Peru)

EXTRA-ROLE



Resultaten



Actie	Waar
Belonen en bevorderen	Laag individualisme (Thailand, Colombia, China) Hoge onzekerheidsaversie (België, Méditerranée, Peru)
Transformationeel leiderschap	Hoog individualisme (Nederland, Canada)
Normerende invloed van peers	Hoge machtsafstand (Rusland, Mexico, India)
Aanleren van klantorientatie	Universeel

IN-ROLE

Waar
Sterk effect, maar nog sterker bij hoge onzekerheidsaversie (België, Portugal, Peru)

Actie	Waar
Relatie met manager	Universeel
Aannemen op empathie voor de klant	Sterk effect, maar nog sterker bij Lage machtsafstand (Scandinavië) Hoog individualisme (Nederland, Canada)
Aanleren van klantorientatie	Sterk effect, maar nog sterker bij Hoge onzekerheidsaversie (België, Portugal, Peru)

EXTRA-ROLE

Waar
Sterk effect, maar nog sterker bij lage masculiniteit (Scandinavië, Chili, Nederland) hoge onzekerheidsaversie (België, Méditerranée, Peru)



CX KALENDER 2024



06

CX in One Day



23-27

CX Inspiration
tour - Orlando



17

CX in One Day



07-09

CX Leadership
Circle - London



28

CX in One Day

Alle data & info vind je op [NECXT.com](https://www.necxt.com)