

Klantgericht innoveren in de publieke sector

door Dave van Ooijen¹



In nogal wat organisaties in het publieke domein ligt het accent op 'de klant' en 'verbetering van de dienstverlening'. In begrotingen en bedrijfsplannen van vooral gemeenten worden hoge ambities geformuleerd op het gebied van dienstverlening en service. We treffen vaak ronkende teksten aan om tot 'een kwalitatief hoogwaardige, efficiënte en innovatieve dienstverlening' te komen. Hoe men deze ambitie vervolgens wil vertalen naar de praktijk blijft meestal in nevelen gehuld. Dat is niet meer nodig. In *'100% Service, de formule voor succes'* staan voldoende nieuwe concepten, ideeën en succesfactoren om klantgericht te innoveren. In het boek wordt door vier ervaren vernieuwers van dienstverlening in de publieke sector uitgelegd hoe de publieke sector tot excellente dienstverlening kan komen. Het resultaat is een schitterend boek dat inspireert en prikkelt.

Serviceformule

Centraal staat de introductie van de Servicemodule. Het is een nieuwe manier van denken en werken waarmee je meteen aan de slag kunt gaan. Met het boek krijg je concreet antwoord op de vraag: hoe verbeter ik de dienstverlening snel en slim, samen met klanten en medewerkers? De methode is al op diverse plaatsen succesvol ingevoerd. In het boek worden diverse cases behandeld. In veertien interviews vertellen topmanagers uit verschillende sectoren over hun ervaringen en successen. Ze geven daarnaast aan hoe het publieke domein met 100% service aan klanten aan de slag kan gaan. Managers die aan het woord komen zijn onder meer Gerard Koning, commercieel directeur van de Coöp, Annemarieke Jansen van IKEA, Judijke Kiers van het Amsterdam Museum, Hans Peters van NS Reizigers, Paulien Pistor, oud-gemeentesecretaris van Eindhoven, Karlijn Pels van Google Nederland en Ron Peters van het AMC. Stuk voor stuk pioniers op het vlak van de excellente dienstverlening.

Waardenpyramide

Een van de vele bedrijven die de service aan klanten opnieuw heeft uitgevonden is Apple. Net als Google en Airbnb heeft Apple een nieuwe standaard op het gebied van service neergezet. De ambitie van het boek is om het gedachtegoed en de innovatiedrang van dit soort bedrijven te vertalen naar het publieke domein. Waarom Apple zo goed is komt doordat dit bedrijf goed scoort op de waardenpyramide van Bain&Company. Deze pyramide brengt de waarden in beeld die in organisaties centraal staan. Het model kent dertig waarden verdeeld over vier categorieën: functioneel, emotioneel, life changing en social impact. Van diverse organisaties is onderzocht op welke waarden zij scoren en daaruit blijkt dat een goede mix van waarden leidt tot een grotere klantentevredenheid. Vooral organisaties die hoog scoren op emotionele elementen hebben een hogere klantentevredenheid dan

¹ Dave van Ooijen studeerde sociologie en politicologie aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn blogs en artikelen verschijnen onder meer op zijn website: www.davevanooijen.nl.

organisaties die alleen scoren op functionele elementen. Apple is een van de best scorende bedrijven. Het bedrijf voldoet aan elf van de dertig waarden.

Typen organisaties

Hoeveel tijd het voor een organisatie kost om de omslag te maken hangt voor een groot deel af van hoe klantgericht de organisatie op dit moment al is. Onderscheid wordt gemaakt in vier typen dienstverlenende organisaties. Doordat verwachtingen van klanten steeds hoger worden, kunnen organisaties niet alleen meer gericht zijn op eigen capaciteit of producten. In organisaties waar de eigen capaciteit centraal staat draait het vooral om expertise en vakmanschap. Daar waar het product centraal staat, wordt vooral uitgegaan van een standaarddienstverlening. Wil een organisatie in de huidige tijd overleven, dan zal deze zich moeten transformeren tot een organisatie van het derde of vierde type. In het derde type staat de klant centraal en is in de organisatie elke dag inzicht hoe tevreden de klanten zijn. In het vierde type staat de interactie met de klant centraal. Samen wordt gewerkt aan de oplossing. De organisatie is flexibel en naar buiten gericht. De organisatie is te herkennen aan de proactieve en persoonlijke adviezen die ze aan klanten geeft.

Innovatiedrang

Het boek is geschreven door een multidisciplinair team van experts. Het heeft geleid tot een boeiende mix van verschillende perspectieven op service, zoals retail, bedrijfskunde, service design, branding, e-commerce, consultancy, bestuurskunde, human development en veranderekunde. De auteurs kunnen trots zijn op het resultaat. De innovatiedrang spat van het boek af. Ze laten zien hoe je veranderproces behapbaar en inzichtelijk te maken, waardoor veranderen ook leuk wordt. Met het boek krijgt de lezer inspirerende voorbeelden en middelen in handen om succesvol de eigen koers uit te stippelen en te bewandelen. Aan het slot wordt een snelle en simpele route geschetst om direct aan de slag te gaan met een van de vele interessante voorbeelden die in het boek staan. Chapeau! Met het boek is een knappe prestatie neergezet waar vooral gemeenten veel aan zullen hebben.

Hanneke Kunst, Maaïke van Rooden, Martine Vos en Eleonora Swart, '100% Service, de formule voor succes', B'WITZ Publishing, 223 pagina's, 2017, € 29,95