

## Masterclass Klantgericht in één dag



Moeten we het echt over klantgerichtheid hebben? Het is toch logisch en simpel? Bij menige organisatie, misschien ook die van u, is klantgerichtheid al jaren een kernwaarde en staan de brochures en website er vol over. Bij u staat de klant centraal, toch?!

Helaas hebben dagelijks nog steeds meer klanten een matige tot slechte ervaring dan een goede. Dat heeft gevolgen voor de reputatie van organisaties, maar leidt ook tot gemiste omzet en hoge kosten. H3ROES denkt dat dat anders kan, want als coöperatie van klantgedreven professionals is het onze ambitie om Nederland klantgerichter te maken! Op 4 oktober 2016 organiseert H3ROES, in samenwerking met Nyenrode en de Financiële Telegraaf, het seminar 'Klantgericht in één dag'. Tijdens deze dag gaat u echt werk maken van de klantgerichtheid van uw organisatie.

De dag vormt een vloeiende verbinding tussen hart, hoofd en handen, doordat we inspirerende sprekers combineren met praktische workshops en kijkjes achter de schermen bij organisaties die hun lessen vanaf de werkvloer delen. We verkennen en verbinden belangrijke aandachtsgebieden van klantgericht werken: dienend leiderschap, excellente klantbeleving, digitale transformatie, gastvrijheid, klantfeedback, key accountmanagement, privacy en vele andere onderwerpen komen aan de orde.

U kunt dit programma geheel op uw wensen toesnijden. Naast de plenaire bijdragen kunt u namelijk in twee workshopronden en een caseronde kiezen uit verschillende sessies.



"Kort, krachtig en praktisch."

## Masterclass Klantgericht in één dag

**Datum:**

4 oktober 2016

**Tijd:**

9.30 - 17.00 uur

**Locatie:**

Inn Style  
Herenweg 55  
3602 AN Maarssen

**Prijs:**

De investering voor deelname aan deze dag bedraagt €495,- excl btw, per deelnemer.

**Deelnamecertificaat:**

Na afloop ontvangt u een deelnamecertificaat van Nyenrode Business Universiteit.

[TERUG NAAR OVERZICHT:](#)

[NU INSCHRIJVEN:](#)

# Masterclass Klantgericht in één dag

## VOOR WIE IS DEZE DAG GESCHIKT?

Deze dag is geschikt voor iedereen die de klant centraal wil stellen en op zoek is naar meer toegevoegde waarde in Marketing, Sales en Service. Ook voor leidinggevend en HR professionals is er deze dag veel aandacht voor de organisatieverandering en competenties die klantgericht ondernemen vraagt.

## H3ROES

H3ROES is een coöperatieve vereniging van professionals die samen de ambitie hebben om Nederland klantgerichter te maken. Het zijn specialisten met uiteenlopende supertalenten op gebieden als leiderschap, sales, marketing, hospitality en nog veel meer. Zoals Clark Kent hebben ze hun dagelijkse identiteit waarmee zij voor het merendeel van de wereld gekend zijn. Daarnaast zijn zij echter structureel aan elkaar verbonden in de coöperatie, waar zij hun kennis en ervaring delen en verrijken. Van H3ROES mag u dus verwachten dat ze elkaar perfect aanvullen en alleen het einddoel voor ogen hebben: uw organisatie succesvol naar 'the next level' in klantgerichtheid helpen. De professionals van H3ROES geloven dat voor de transformatie naar een klantgerichte organisatie een krachtige verbinding tussen Hart, Hoofd en Handen nodig is.

## PROGRAMMA

09.30 Ontvangst met koffie	14.15 Minibreak
10.00 Opening en uitleg opbouw dag <i>Rob Beltman, H3ROES</i>	14.30 Workshopronde 2 (keuze uit 4 workshops)
10.15 Dienstbaarheid: mag het 'n onsje meer? <i>Milo Berlijn, Trainmark</i>	15.20 Minibreak
10.45 De bank waar de Klant eerst komt <i>René Frijters, KNAB</i>	15.30 Caseronde 2 (keuze uit 4 cases)
11.15 Minibreak en opzoeken workshopzaal	16.20 Minibreak
11.30 Workshopronde 1 (keuze uit 4 workshops)	16.30 Plenair: van inspiratie naar transformatie <i>Rob Beltman, H3ROES</i>
12.30 Lunch	17.00 Netwerkborrel
13.15 Caseronde 1 (keuze uit 4 cases)	

Stel uw eigen programma samen uit vier case-sessies en negen workshops!

# Keuze cases

## Servicehelden in de top bij PWN

**SPREKER PWN: HARRY BUIJTEN,**  
**SECTORMANAGER KLANT EN MARKT PWN**



Om echt klantgerichte service te kunnen verlenen heb je betrokken, enthousiaste en bekwame medewerkers nodig die dicht bij de klant staan. Echte servicehelden en klantcontactkoningen, dus. Waterbedrijf PWN heeft vanuit de gedachte dat de medewerkers met direct klantcontact het belangrijkste zijn om snel en goed klanten te helpen, haar Klant & Markt organisatie omgegooid. Geen klassieke hark meer, waarinde hoogste manager bovenaan staat, maar een netwerkorganisatie met de juiste hulplijnen voor de echte helden: de klantcontact-medewerkers. In deze case-sessie ontdekt u wat dit vraagt van de organisatie en van leidinggevendenden.

## Doe en denk richting de klant bij Omgevingsdienst West-Holland

**SPREKER OMGEVINGSDIENST WEST-HOLLAND: DERK ESKE,**  
**DIRECTEUR OMGEVINGSDIENST WEST-HOLLAND**



Betere klantcontactmomenten, vergaande digitalisering van de (klant)processen en helder verwachtingsmanagement zijn de succesfactoren om de klant echt centraal te zetten. De omgevingsdienst West-Holland heeft klantfeedback gebruikt om continu de klanttevredenheid te verhogen. Dankzij de oordelen en suggesties van klanten weten externe opdrachtgevers en eigen medewerkers wat er van ze verwacht wordt en worden ze gestimuleerd zich iedere dag in te zetten voor een excellente klantbeleving.

## Één Kijk op Klantgerichtheid met BLNW

**SPREKER BLNW: PETER TOONEN,**  
**DIRECTEUR WSN**



Nauwe samenwerkingsverbanden tussen meerdere organisaties zijn heel normaal in onze netwerkeconomie. Maar heeft u zich wel eens afgevraagd of uw partner-organisaties dezelfde kijk op klanten en klantgerichtheid delen als u? Als u het over de 'why' niet eens bent, wordt het bij de 'how' al lastig!

Op de Veluwe hebben woningcorporaties uit Barneveld, Leusden, Nijkerk en Woudenberg (BLNW) de handen ineen geslagen rond de opgave om hun dienstverlening te digitaliseren. Maar delen ze wel dezelfde visie op klantgerichtheid? Ontdek in deze case-sessie hoe de corporaties, elk vanuit hun eigen drijfveren, tot één kijk op klantgerichtheid zijn gekomen.

## Excellente klantbeleving bij Rabobank uit de praktijk

**SPREKER RABOBANK: ONNO VAN ZELST,**  
**MANAGER PARTICULIEREN RABOBANK BOMMELERWAARD**



Een excellente klantbeleving, die ontstaat niet zomaar! Natuurlijk weten we veel over klanten; we hebben allerlei statistieken, lijstjes en hopelijk ook passende producten en dienstverlening bij ieder segment. Maar wat leeft nu echt bij de klant? Of liever: wat gebeurt er in zijn leven? En hoe kunnen we relevant helpen op momenten die er echt toe doen? Rabobank Bommelerwaard organiseerde klantarena's rondom belangrijke 'life events'. Door medewerkers hier nauw bij te betrekken was er een breed draagvlak voor het direct verbeteren van de dienstverlening. Met concrete en praktische tips werden voor de klant essentiële verbeteringen in een aantal cruciale processen doorgevoerd.

# Keuze workshops

## Hoe komt de klant in zicht? RONALD PROVOOST



De ontwikkelingen op het gebied van technologie, data en communicatiemiddelen zorgen ervoor dat organisaties steeds meer informatie krijgen over (de wensen van) hun klanten. Dit is enerzijds heel erg mooi, maar anderzijds ook erg verwarrend. Want hoe haal je de juiste, echt relevante informatie binnen? En hoe zorg je ervoor dat kennis ook tot actie leidt en niet verlamdend werkt? Ronald Provoost is ruim 25 jaar actief als onderzoeker en gaat tijdens deze workshop in op de uitdagingen om dankzij goed klantinzicht echt klantgericht te werken.

## Ontwikkel een winnende Klantstrategie ROB BELTMAN



Veel bedrijven managen hun organisatie op basis van producten en processen. Ze definiëren groeidoelstellingen en innoveren gebaseerd op 'wat' ze doen, niet 'waarom' ze het doen. Dat kan anders. Met een heldere, verbindende klantstrategie geef je richting aan alle inspanningen van jouw organisatie. Je definieert groei op basis van klant(groep)en die je wilt vinden, boeien en binden. Propositionen volgen vanuit de beleving die je wilt bieden en radicale innovaties of incrementele verbeteringen volgen logisch uit de strategie. Ontdek aan de hand van Rob Beltman, klantgericht strateeg en expert in customer centricity, hoe je zo'n winnende klantstrategie ontwikkelt.

## De ultieme klantbeleving ontwerpen ROB DE WITH



Het is een 'inconvenient truth', maar uw producten en diensten zijn nauwelijks nog onderscheidend. Wat het verschil maakt is de beleving van de klant. Daar wordt waarde gecreëerd en als u slim onderneemt en nieuwe verdienmodellen omarmt, is daar ook de ultieme groei te vinden. Dat is de essentiële gedachte achter de beleviseconomie en tevens het geheim achter zoveel succesvolle klantgerichte organisaties. In deze workshop van gecertificeerd Experience Professional Rob de With leert u de basisprincipes die essentieel zijn om unieke, onderscheidende en letterlijk merk-waardige klantbelevingen te ontwerpen.

## Trends & Brands JAN-WILLEM HOOGeweegen EN EVELIEN DIELEMAN



Merken komen pas tot leven als ze klanten weten te mobiliseren en betrekken. Customer Brand Engagement is de sleutel tot merkwaarde en -waardering in deze snel veranderende tijden. Evelien Dieleman ziet als trendonderzoeker de grote beweging, terwijl Jan-Willem Hoogeweegen al vele merken naar nieuwe relevantie loodste. Want gevestigde merken missen nogal eens de boot, terwijl nieuwe merken als Coolblue, Tesla en AirBnB vele harten veroveren. Hoe ga je daar als bestaand bedrijf mee om? Waarom maakt bijvoorbeeld Albert Heijn zo'n slimme keuze met 'Alle ingrediënten voor een beter leven voor iedereen'? Hoe vond de Consumentenbond nieuwe relevantie en groei? Met welke concepten spelen zij op welke trends in en hoe betrekken ze daar klanten bij?

## Hoe krijg ik een hospitality mentality? MONIQUE VAN DEN HEUVEL



Vraag aan een willekeurig persoon welke branche men associeert met klantgerichtheid en de hospitality industrie komt altijd naar voren. Het lijkt wel in het DNA van de 'ladies and gentlemen' te zitten om dienstbaar en gastvrij te zijn. Hoe komt dat zo? Monique van den Heuvel is een ervaren hospitality-professional die bedrijven helpt hun klantgerichte ambities echt waar te maken. Zij laat u in deze workshop ontdekken hoe klantgericht werken een plek kan krijgen in het dagelijks doen en laten, in de houding en het gedrag van mensen en de cultuur van organisaties.

# Keuze workshops

## Mensgericht dankzij Sense & Respond

MARK VERVER



Bij klantgerichte organisaties staan mensen centraal, niet cijfertjes en spreadsheets. De kentering van onze economie naar een humanomie werd treffend geschetst door de Tsjechische macro-econoom Tomáš Sedláček in zijn boek 'De economie van Goed en Kwaad'. Passend bij deze beweging is een meer mensgerichte benadering van de organisatie, waarbij de resultaten in economische zin niet leidend zijn, maar vanzelf volgen.

Aan de hand van het Sense & Respond model (van o.a. Stephen Parry) neemt Mark Verver, Partner & Alliance manager bij Adobe, je mee in 'The Journey to Customer Purpose'. Wat blijkt? Excellente klantbeleving en service ontstaat bij bedrijven waar de menselijke maat domineert. Maar wat betekent dat voor uw organisatie en de manier waarop u werkt?

## Servant Leadership als basis voor service excellence

ARLETTE BOUT



Operational Excellence en Service Excellence lijken dicht tegen elkaar aan te liggen, maar de manier van leidinggeven en leiding nemen in een Service Excellence organisatie is toch behoorlijk anders! Arlette Bout deelt haar rijke ervaring, die ze vanuit haar Nederlands Instituut Voor Servant Leadership (NIVSL) heeft opgedaan. Om hoge klantwaarderingen en een positief werkklimaat in de organisatie te krijgen, hangt namelijk veel af van jouw leiderschap. Klantgericht werken start met aandacht voor medewerkers die in direct contact met klanten staan. Als zij plezier in hun werk uitstralen, betrokken zijn en het verschil mogen en kunnen maken voor uw klanten, is er al heel veel gewonnen. Welke rol speelt Servant Leadership in het bereiken van Service Excellence? En wat betekent dat voor uw eigen leiderschap?

## Making the major sale

ANNETTE SCHENK EN WILLEM VAN PUTTEN



Bij grote en belangrijke verkooptrajecten is het cruciaal om je helemaal in de klant te verdiepen. Je moet als beoogde leverancier je onderscheiden en laten zien dat je de business van de klant echt begrijpt en een waardevolle partner kunt zijn. Maar de concurrentie is vaak ook sterk en je mag geen moment verslappen. En zeker niet in een prijsval terecht komen die de marge al bij voorbaat laat verdampen. Hoe bouw je rondom 'major sales' een aanpak die klantgericht is, echt waarde toevoegt en die jouw verkoopkansen vergroot? Willem en Annette zijn doorgewinterde experts, die inzichten verschaffen in de praktische aanpak die nodig is om omvangrijke verkooptrajecten te leiden en begeleiden.

## Datalekken, boetes en privacy

ALEXANDER SINGEWALD



Is een datalek een technisch probleem, of eerder een indicatie van een verwaarloosde gegevenshuishouding? Als een bewerker onzorgvuldig is en een USB-stick kwijtraakt, is uw organisatie dan aansprakelijk? Welke rechten heeft de klant eigenlijk als het gaat om de toegang tot en beveiliging van zijn persoonsgegevens? Hoe voorkom ik dat ik de volgende Ashley Madison wordt en een datalek leidt tot miljoenenboetes en -claims? En is er dan zo dadelijk niets meer mogelijk, omdat de wetgever alles dicht heeft getimmerd met een Europese Verordening? Alexander Singewald neemt u aan de hand van boeiende voorbeelden en misschien wel uw eigen cases mee door de wet en regelgeving op het gebied van privacy en persoonsgegevens.

Alle DFT/KENNIS:NYENRODE programma's leveren de deelnemers een certificaat en specifieke programma's voorzien in de verplichte Permanent Education (PE)- punten.

U kunt zich aanmelden door de link 'nu inschrijven' te gebruiken.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met

[Natasja Derwort](mailto:pp@nyenrode.nl): 0346 291 468

[pp@nyenrode.nl](mailto:pp@nyenrode.nl)

[www.executiveeducation.nl/](http://www.executiveeducation.nl/)

Op deze  
inspirerende dag  
worden alle kanten  
van klantgericht  
ondernemen belicht.  
Schrijf u nu in!

[TERUG NAAR OVERZICHT:](#)

[NU INSCHRIJVEN:](#)

