

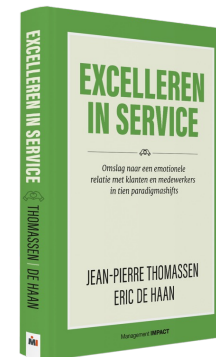
# SERVICE EXCELLENCE INSTITUTE

Het **Service Excellence Institute** is een samenwerking van Eric de Haan, Ruud Stassen en Jean-Pierre Thomassen, drie organisatieadviseurs met gezamenlijk bijna 100 jaar praktijkervaring op het vlak van klantgerichtheid, customer experience, verander- en kwaliteitsmanagement.

We zijn de ontwikkelaars van het **Service Excellence gedachtegoed\*** dat organisaties helpt om een blijvende klantgerichtheid en customer experience in de cultuur van de gehele organisatie in te bouwen. Het gedachtegoed is vastgelegd in drie boeken.



2015  
Het gedachtegoed



2019  
De paradigmashifts



2024  
Fasegwijs ontwikkelen



\* Gebaseerd op de ISO norm 'Service Excellence' (ISO 23592)



CX is een complex vraagstuk;  
simpele oplossingen werken niet

## Welke vraagstukken horen bij ons?

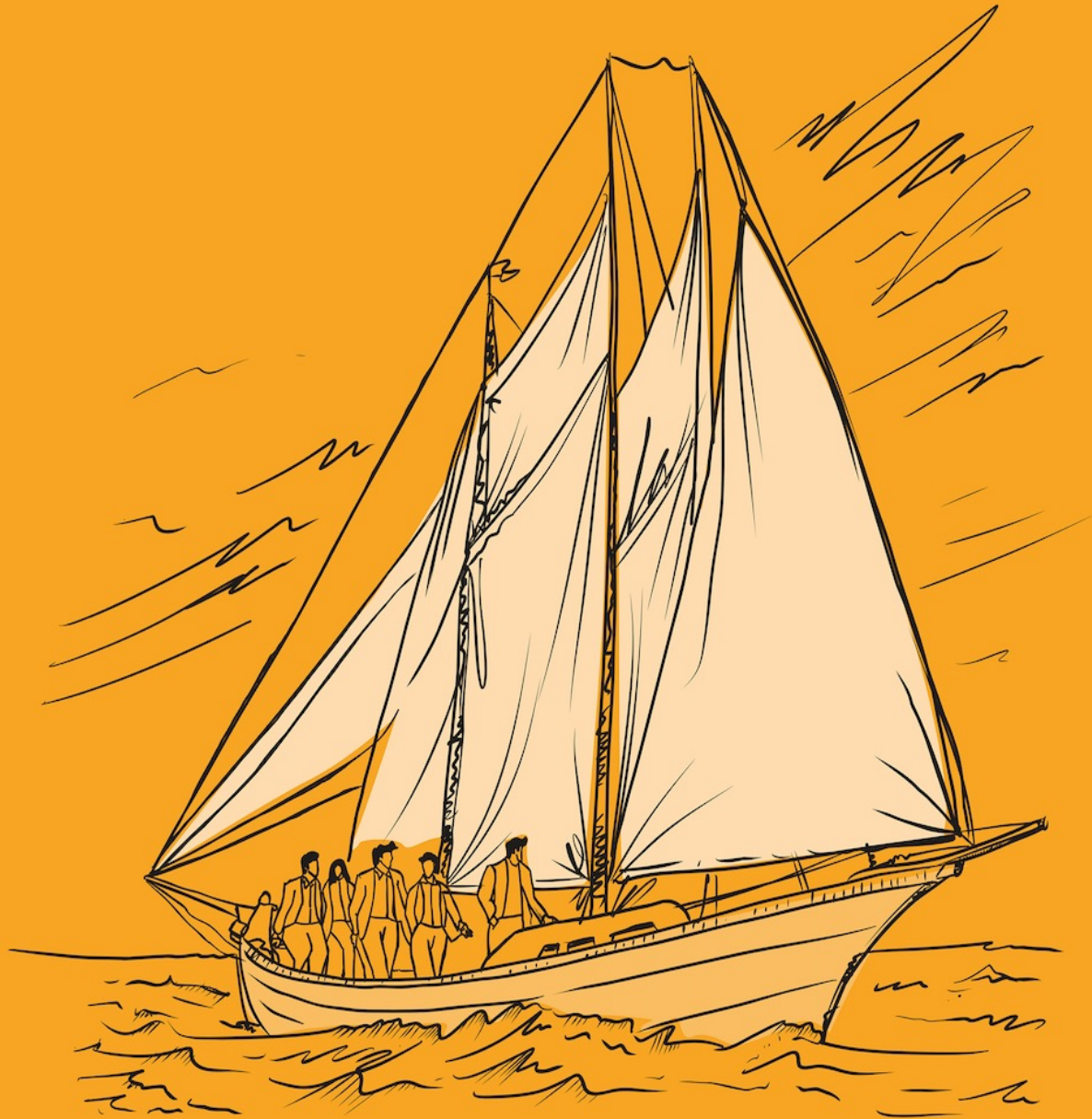
Strategische vraagstukken op het vlak van klantgerichtheid, customer experience, verander- en kwaliteitsmanagement, zoals:

Hoe zorgen we ervoor dat Customer Experience een organisatiecompetentie en normaal onderdeel van ons werk wordt?

Hoe krijgen we CX ingebouwd in de normale besturing en HR van de organisatie?

Hoe zorgen we ervoor dat CX cultuur wordt en dat leidinggevenden daarbij vanuit hun dienend leiderschap de spil zijn in de veranderingen op de werkvloer?

Hoe borgen we CX-veranderingen structureel in onze kwaliteitssystemen.



## Hoe werken wij?

Werken aan klantgerichtheid, customer experience (CX) en employee experience (EX) leidt alleen tot een blijvende verandering als:

1. CX iets van de hele organisatie is. Elk team en elke medewerker heeft klanten.
2. CX een normaal onderdeel van het werk van medewerkers en leidinggevenden is (en niet iets erbij/extra).
3. CX in de normale besturing en HR van de organisatie is ingebouwd.
4. De erkenning er is dat CX voor 80% cultuur, en voor 20% structuur is.
5. Cultuurverandering aan de top begint. Maar er later ook veel ruimte voor bottom-up initiatieven is.
6. Leidinggevenden vanuit hun dienend leiderschap de spil in de veranderingen op de werkvloer zijn.
7. Veranderingen structureel geborgd worden in kwaliteitssystemen.

**1. Leiderschap, visie, missie, strategie en besturing**

**2. Diepgaand luisteren naar de klant en servicedesign**

**3. Werken aan cultuur én structuur**

**4. Continu vernieuwen**

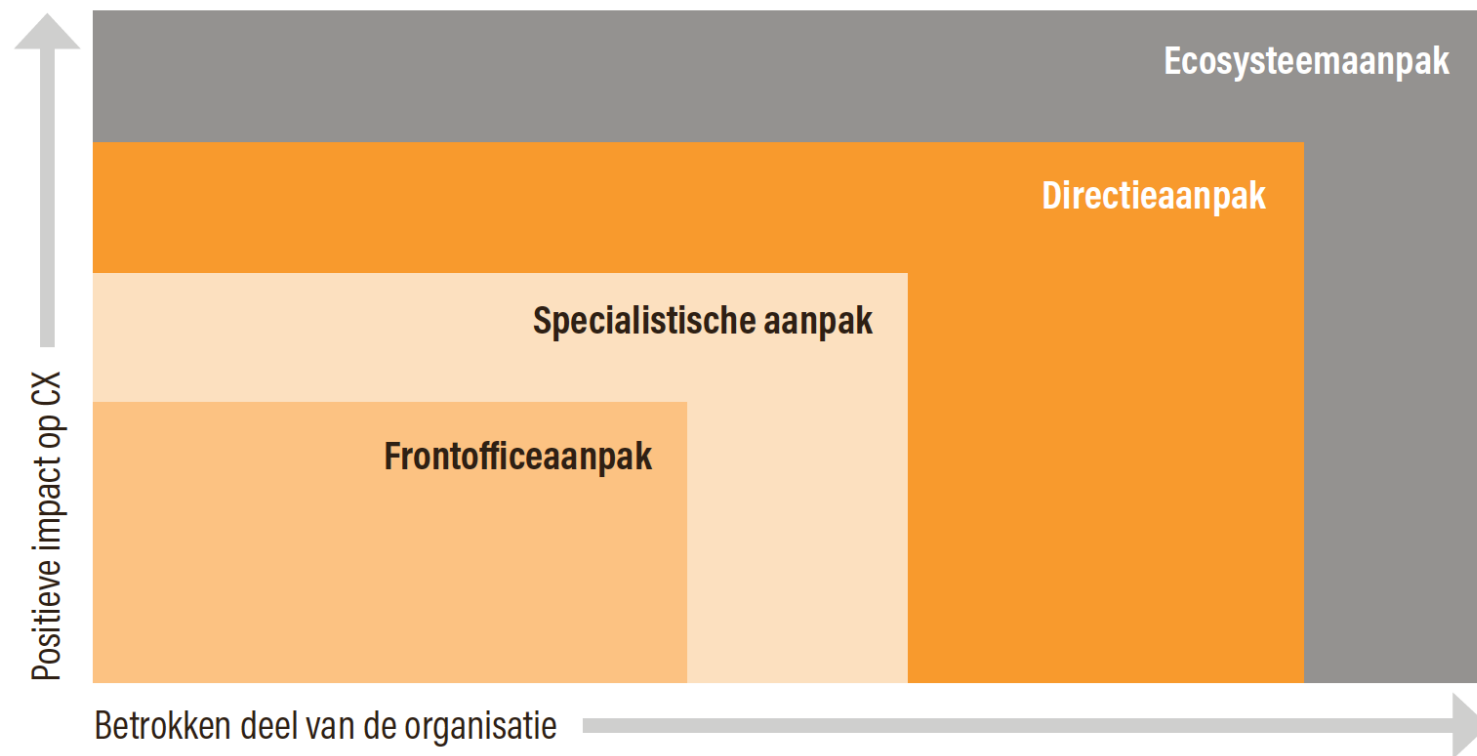
**CXM-resultaten. Realisatie van concrete resultaten**

## Succesfactoren voor een blijvende verandering

Werken aan CXM die blijvend is, is een complexe uitdaging waar veel verschillende organisatieaspecten bij komen kijken. Het gaat immers om mensen, structuren, richting, hoger doel, kennis van de klant, innovatie en nog veel meer.

Succesvol CXM kent volgens ons **vier succesfactoren** die samen leiden tot de gewenste **CXM-resultaten**.

Er komt dus nogal wat kijken bij het effectief implementeren van CXM – het is een grote opgave. Alleen door je op alle succesfactoren te focussen zal er een blijvend CX-resultaat zijn.

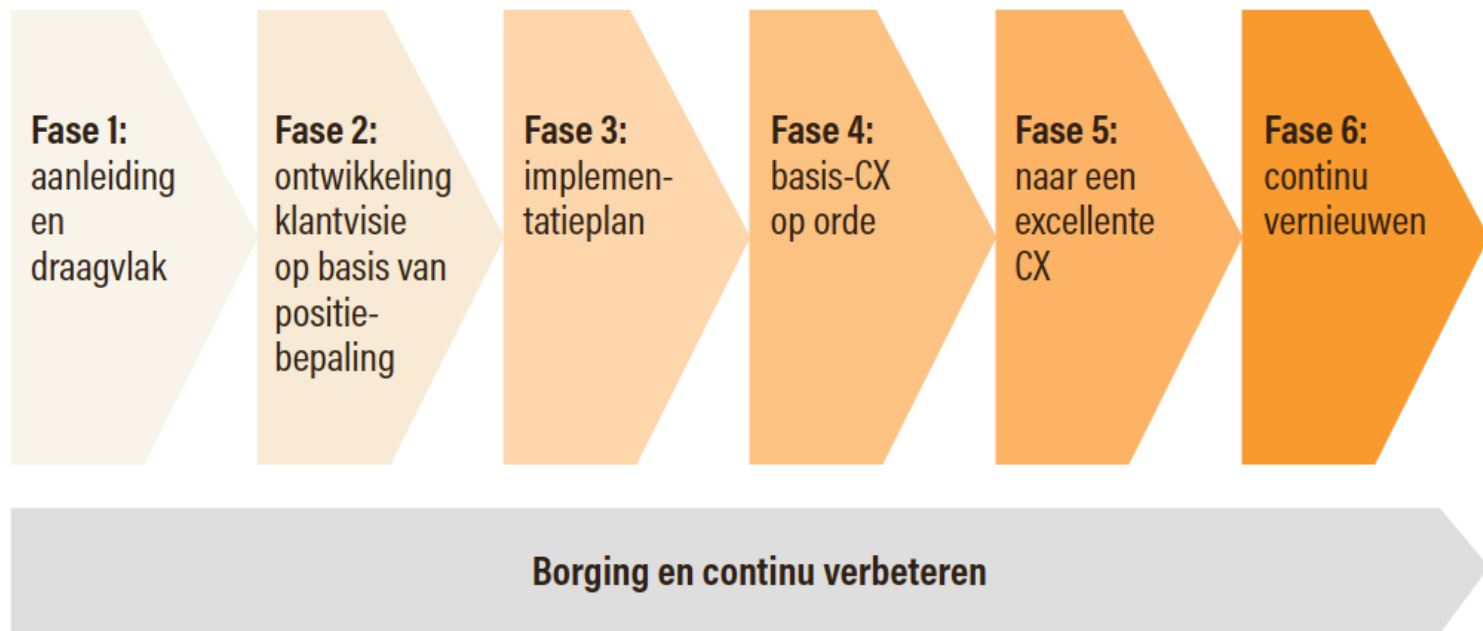


## Directie- of ecosysteem aanpak vereist

Om met succes te werken aan CXM schieten een aanpak vanuit de frontoffice of vanuit een specialistische afdeling tekort. Deze aanpakken faciliteren in onvoldoende mate het integraal werken aan CXM conform de CXM-succesfactoren. Daarvoor is een directieaanpak vereist en als je deze doortrekt naar het hele CX-ecosysteem, kun je spreken van een ecosysteemaanpak.

Bij een **directieaanpak** aanpak is CX een werkelijke prioriteit van de directie gericht op alle CXM-succesfactoren. Vanuit de visie is er een duidelijke sturing door de directie naar de leden van het management en de teamleiders.

In de **ecosysteemaanpak** is de directieaanpak doorgetrokken naar het hele ecosysteem en is gericht op een consistente CX-cultuur onder leveranciers, partijen die een deel van de dienstverlening verzorgen en andere derden. Al deze partijen zijn intensief en systematisch betrokken bij het werken aan CX.



## Directie/ecosysteemaanpak in zes fasen

De aanpak van CXM bestaat uit zes fasen en is gebaseerd op de ervaringen van organisaties die succesvol met CXM conform het Service Excellence gedachtegoed bezig zijn (geweest). Natuurlijk zijn er hierbij verschillen tussen organisaties, maar er is wel degelijk een duidelijke rode draad in alle praktijkcases. De fasering lijkt op een strakke en lineaire route. Maar in de praktijk is dit het zeker niet. Voor nogal wat organisaties is het toch wel een zoektocht, een iteratief proces met soms twee stappen vooruit en dan helaas eentje achteruit.



## Hoe we kunnen helpen in deze fasen

### Fase 1 | Aanleiding & draagvlak

**Tweedaagse Masterclass** hierin worden alle facetten van het Service Excellence gedachtegoed uitvoerig en interactief behandeld

**In-company masterclass** een intensieve maatwerk sessie met het MT (duur 2-8 uur, afhankelijk van doelstellingen)

### Fase 2 & 3 | Ontwikkeling klantvisie op basis van positiebepaling & Implementatieplan

**Klantvisie ontwikkeling** inhoudelijke ondersteuning bij de ontwikkeling van een klantvisie op basis van een positiebepaling (duur 2-4 maanden)

**Implementatieplan ontwikkeling** inhoudelijke ondersteuning bij het ontwikkelen van een plan hoe de klantvisie te realiseren (duur 1-2 maanden)

### Fase 4 & 5 | Basis CX op orde & Naar een excellente CX

**CX-leiderschapsontwikkeling** leiders helpen bij hun inspirerende, motiverende en faciliterende rol voor een CX-cultuur

**Aanjagen CX-cultuur** beïnvloeden van de cultuur via diverse CX-interventies

**CX-luisteren** invoeren van fundamentele luister- en meetmethoden om op strategisch, tactisch en operationeel niveau te kunnen sturen op de klant

**CX inbedding in HR** fundamentele inbedding van de klantvisie in het HR-instrumentarium van de organisatie

**CX inbedding in Planning & Control** fundamentele inbedding van de klantvisie in de besturing van de organisatie en elk team

**Klantreizen** het werken met en aan klantreizen fundamenteel inbedden in de organisatie.



## Uitgangspunten bij onze aanpak

1. Werken aan klantgerichtheid, CX en EX is een organisatiecompetentie
2. Wij werken vooral aan kennisoverdracht en train-the-trainer zodat de organisatie de noodzakelijke competenties zelf ontwikkeld
3. Wij zijn een tijdelijke katalysator
4. Wij acteren op alle niveaus in de organisatie
5. Wij ondersteunen alleen daar waar dat nodig is
6. Wij maken ons stap voor stap overbodig

Waar nodig kunnen we netwerkpartners inschakelen voor specifiek expertises.





## Aan de slag

Verdiepen in gedachtegoed?

>>> [Bestel de boeken](#)

>>> [Download het toetsingskader](#)

Meer lezen?

>>> [Raadpleeg serviceexcellence.nu](#)

Weten hoe SE-proof uw organisatie is?

>>> [Doe de Service Excellence Maturity Quick Scan](#)

Onze hulp nodig?

>>> [Maak een afspraak](#)

[eric.de.haan@serviceexcellence.nu](mailto:eric.de.haan@serviceexcellence.nu)

+31 (0)6 54 220850