

# Doelgericht

EDITIE 1 KLANTGERICHT

Zeelandia gaat doelgericht

en jij?

NOVEMBER 2004

## ROELOF KRIST OVER KLANTGERICHT

"We zijn bij Zeelandia altijd heel erg bereid om problemen van klanten op te lossen. En juist daarom slaan we de plank wel eens behoorlijk mis." Met die inswinger steekt Roelof Krist, algemeen directeur van Zeelandia van wal. Daar willen we meer van weten!

Vraagje: wat is het toppunt van service? Antwoord: een probleem voor een klant oplossen. Nog een vraagje: wat is het toppunt van duurzame service? Antwoord: een probleem voor een klant op een slimme manier oplossen. En dat is volgens Roelof Krist de kern van klantgerichtheid nieuwe stijl bij Zeelandia: "Tot nu toe gaan we altijd direct mee in de oplossing die de klant voorstelt. Of komen zelf met een oplossing waarvan we denken dat ie goed is voor de klant. Vanaf nu gaan we meer luisteren, doorvragen en alle mogelijkheden op een rijtje zetten. Zodat we uiteindelijk een oplossing kiezen die voor de klant - én dus voor onszelf - sneller, goedkoper of beter is. Nog steeds even klantvriendelijk, maar nu extra klantgericht!"

Duidelijk verhaal voor de vertegenwoordigers, chauffeurs en andere collega's die buiten de deur werken. Maar het merendeel van de Zeelandia-medewerkers ziet of hoort nooit een klant. "Nou, dat is niet waar", reageert Krist direct. "Een klant is iedereen mét wie of vóór wie je werkt. En dat betekent dat we allemaal massa's klanten hebben. Interne klanten wel te verstaan. De ploegmaat met wie je samenwerkt. De collega op de andere afdeling die met jouw werkzaamheden weer verder moet. De mensen boven je, maar ook de mensen onder je. Kortom, in een team is iedereen afhankelijk van elkaar. En is dus iedereen elkaars klant." [lees verder op pagina 2 >>>](#)

**KLANTGERICHTHEID IS ÉÉN VAN DE PIJLERS VAN DE CORPORATE STRATEGY**

## Zeelandia start interne campagne

Klantgericht. Innovatief. Internationaal. Dat zijn de drie pijlers waarmee Zeelandia krachtig de toekomst ingaat. En de toekomst van Zeelandia is een zaak van ons allemaal. Daarom kan iedereen hieraan op z'n eigen manier een steentje bijdragen!

Iedereen maakt plannen voor de toekomst. Dat moet ook wel, want als je niet weet waar je naar toe wilt, weet je ook niet welke weg je moet bewandelen. Dat geldt ook voor Zeelandia. Waar willen we over één, vijf of tien jaar staan? Hoe ziet onze markt er dan uit, in Nederland, Europa en

zelfs daarbuiten? Welk assortiment is op dat moment succesvol en welke eisen stelt dat aan onze organisatie?

Op al die vragen zijn de afgelopen tijd antwoorden gegeven. Samen vormen die antwoorden de corporate strategy.

Nu is het tijd voor de uitvoering. Doelgericht er op af. Een uitdaging voor het bedrijf én iedereen die er werkt. Daarom start vandaag de interne campagne 'Zeelandia gaat doelgericht, en jij?'

In de uitvoering staan drie thema's centraal: klantgericht, innovatief en internationaal. Je herkent ze aan hun eigen 'stempel'. Elk van de drie thema's komt de komende maanden aan bod. Via een eigen krant, werkoverleg, posters en heel veel andere manieren. Je bent nadrukkelijk uitgenodigd om een actieve bijdrage te leveren. Hoe? Door altijd en overal open te staan voor verbeteringen, er met je collega's, chef of klanten over te praten, en dan je woorden in daden om te zetten! Zo druk je je eigen stempel op de prestaties van het hele bedrijf! 📌

Zeelandia gaat doelgericht

en jij?



**GOEDE VOORBEELDEN  
LEREN VAN ANDEREN**

**BIG DEAL  
LEKKER ONDERWEG**



**WAT GA JIJ DOEN?  
JOUW MENING TELT**



### EVEN HET VERKEER REGELEN

Veel parkeerruimte is er niet in de binnenstad van Zierikzee. Maar precies vóór de ingang van het hoofdkantoor kunnen bezoekers op een piepklein parkeerplaatsje hun auto kwijt. Inparkeren gaat nog wel, maar achteruit uitrijden is behoorlijk linke soep. In het smalle straatje kan immers van links en rechts verkeer aankomen. Dat soms ook nog een beetje te hard rijdt... Gelukkig laten de portiers zich altijd van hun beste kant zien, en verlaten regelmatig hun post om het verkeer even tegen te houden en de nodige aanwijzingen te geven. Dat levert ze menig dankbare blik op!



### KWESTIE VAN VRAAG EN AANBOD

Zeelandia-chauffeur Robbert Eysker houdt z'n ogen en oren altijd goed open. Zo hoort hij van Wilfred Droppers van de Stadsbakkerij dat ze op zoek zijn naar ze hands panokrachten. Maar ja, wat kan een chauffeur daaraan doen? Tot dat hij een tijdje later bij een bakkerij in Helmond binnenloopt die er mee gaat stoppen. 1 + 1 = 2 denkt Robbert en brengt beide bakkers, na overleg, met elkaar in contact. Zeelandia regelt het vervoer op de vaste afleverdag; gratis, als extra service. Voor een klein bedrag is de Stadsbakkerij vijftig panokrachten en Zeelandia een nog betere relatie rijker!



# TIEN GOEDE VOORBEELDEN

## HULP VLAK BIJ HUIS

Het is nog vroeg in de ochtend. Je belandt ternauwernood droog in je auto. De regen geselt je voorruit. Zodra je wil starten, gaat een waarschuwing-lampje branden - en wil ook niet meer uit. Nee! Ja, dus. Tot een paar jaar geleden hielp je Wegenwacht-abonnement niet. Maar op veler verzoek introduceerde ANWB ook de woonplaatservice. Hulp vanaf je voordeur. En dat komt vandaag verdraaid handig uit!

## SERVICE OP GROTE HOOGTE

Een stewardess die zorgzaam een dekentje over je heen legt: met dat beeld symboliseert Singapore Airlines haar klantgerichtheid. Want iedereen kan wel een vliegtuig laten vliegen. Veel knapper is het om passagiers, zeker na zo'n lange reis, goedgehumt te laten uitstappen. Omdat ze voelen dat ze écht klant zijn. Bijvoorbeeld door een eigen tv-scherm voor films en games, en heerlijk eten voor iedereen, of een spacebed in de business class.



## KANT-EN-KLARE COMPUTER

De stekker in het stopcontact steken gaat nog wel. Maar plug & play valt verder niet altijd mee. Want dan komen de moeilijke vragen. Virusscan installeren? Pop-up blocker aan of uit? Hoeveel bescherming biedt een firewall? Wat is een gebruikersprofiel? Waar vind je de mac-codes voor de wireless router? Wehkamp maakt het haar klanten gemakkelijk. Want wie bij dit postorderbedrijf een computer bestelt, krijgt er de installatie aan huis gratis bij!

## PAKJES IN DE PEILING

Tracing noemen ze het bij UPS: op ieder gewenst moment weet je precies waar je zending uithangt. Ideaal voor een strakke planning: want als je weet wanneer je iets kunt verwachten, kun je zorgen dat je helemaal stand-by staat. Tracen kan via internet, e-mail en sms. Voor één pakket of zelfs 25 tegelijk. Bovendien kun je iedere zending behalve een uniek UPS-nummer ook een zelfbedachte naam meegeven.

## VOOR ALLE WOONWENSEN

Op Funda, de grootste woningsite van Nederland, kun je voor steeds meer terecht. Eerst waren het tienduizenden koophuizen, toen ook het huuraanbod. Later kwam er een apart nieuwbouwgedeelte bij, en een jaartje geleden zoeken op recreatiehuisjes. En nu zijn ze zelfs gestart met buitenlands onroerend goed!

Tja, nu haast niemand meer op de beurs durft te beleggen, stoppen steeds meer mensen hun geld in 'stenen'.



## INTERNET: READY WHEN YOU ARE

Drukke baan, kids, huishouden, sportclub... Met een beetje mazzel heb je om een uur of negen 's avonds eindelijk even tijd voor jezelf. Slimme bedrijven zorgen dat zij open zijn op het moment dat het jón uitkomt. En internet is daarvoor het ideale middel. Zo kun je desnoods midden in de nacht digitale camera's vergelijken, een vakantie boeken of een hypotheek regelen.

## COMPUTERALERT!!!

Mooi voorbeeld uit eigen huis: Zeelandia UK kan per computer meekijken in het voorraadsysteem van sommige van haar industriële klanten. Zodra daar de voorraad lossingsmiddelen onder een bepaald niveau zakt, gaan bij Zeelandia de alarmbellen. Er vertrekt direct een vrachtwagen - onderweg informeren onze Engelse collega's de klant dat ze eraan komen. Zo zijn de problemen al opgelost nog voordat ze ontstaan!

## ALS EEN VIP OP REIS

Niemand houdt van wachten. Zeker niet als je op vakantie of zakenreis gaat. Daarom kun je bij Schiphol lid worden van Privium: altijd vooraan parkeren, zonder wachtrij inchecken en een snelle grenspassage via irisscan! Voor al die privileges betaal je slechts 99,- per jaar, dus voor iedereen die kiest voor het gemak en de kick van een VIP-behandeling prima betaalbaar!

## PINNEN BIJ DE BUREN

Je kunt natuurlijk wel altijd met je eigen zaakjes bezig zijn, maar soms is het voor de klant (en dus voor je eigen imago) beter als je gaat samenwerken met collega's of zelfs concurrenten. Neem nu de Postbank en de andere banken. Vroeger kon je met je bankpasje echt niet bij de Postbank-geldautomaat terecht. En andersom. Nu werken ze allemaal met hetzelfde systeem. De consument is de grote winnaar. Maar ook de banken: want die laten zien dat ze écht met de klant bezig zijn.

## LUIE BOODSCHAPPEN

Misschien heb je helemaal geen tijd voor de boodschappen. Of gewoon geen zin om volle tassen te sjouwen. Welk excuus je ook hebt, met de bezorgservice Albert maken Albert Heijn, Etos, Gall & Gall en Deli XLSHOP het je reuze gemakkelijk. Je bestelt op internet en de volgende dag brengt Albert je boodschappen op jónw tijdstip in ieder geval aan de deur, en op verzoek zelfs tot in de keuken! Even pinnen en klaar!



## VERVOLG ROELOF KRIST OVER KLANTGERICHT



De klantgerichtheid nieuwe stijl is zoals gezegd vooral een kwestie van goed luisteren en nadenken. Krist: "Loop eens een keer naar die collega die na jou komt in de keten en vraag eens hoe hij of zij jouw werk beleeft. Want ook al zet je je altijd voor de volle honderd procent in, misschien kan het net een slagje anders om hem of haar beter van dienst te zijn."

Omdat het vaak in de details zit, is er een grote kans dat je nauwelijks anders hoeft te werken. En komen jullie samen met een suggestie waarvoor iets méér moet gebeuren dan je zelf in je werk kunt beïnvloeden, haal dan je baas erbij." Klinkt dat niet erg uitsloerig? "Nee, integendeel. De meeste leidinggevendenden hebben een cursus gevolgd. Zij moeten er immers voor zorgen dat hun mensen hun werk goed kunnen doen. In de cursus is het centrale thema dat hun medewerkers ook klanten zijn. Daarnaast hebben de leidinggevendenden de opdracht om aan het eind van de actieperiode over klantgerichtheid een concreet doel voor en met hun afdeling neer te zetten. En daarbij kunnen ze de ideeën van hun mensen goed gebruiken. Wie zich actief inzet, is dus eigenlijk een waardevolle teamspeler!"

Stel, je hebt een goed, klantgericht idee. En je hebt er ook nog eens zorgvuldig over nagedacht. Hoe ver kun je dan gaan?

"Eén van de meest lastige dingen is om je ervan bewust te worden dat je niet altijd alles direct kunt realiseren. We hebben voortdurend te maken met een beperkte hoeveelheid tijd en middelen, want andere zaken gaan gewoon door. Vaak is aandacht voor de (interne) klant en aangeven dat je zijn probleem begrijpt al de helft van de oplossing", constateert Krist. "En de andere helft is het zoeken naar een systematische, structurele oplossing die goed is voor de klant én voor Zeelandia. Want ook wij zijn een team met onze afnemers, en dus nauw met elkaar verbonden. En als we iets doen dat de externe klant erg blij maakt maar ons interne klanten in de problemen brengt, dan heeft dat uiteindelijk ook weer een negatieve invloed op die externe klant. Omdat er bijvoorbeeld logistiek iets in de soep loopt. Of omdat er extra kosten moeten worden doorberekend. Klantgerichtheid staat voor een win-winsituatie voor jezelf en je klant: je directe collega's, afdelingsverschrijdend of extern." ❁

# BIG DEAL



**MCDONALDS  
SLUIT DUS  
EIGENLIJK EEN  
DEAL MET JE.**

Stel je voor: je kinderen jengelen de hele dag om Pandabrood. Van 's morgens vroeg tot 's avonds laat. Dat is toch de droom van iedere bakker, en zeker van Zeelandia? Nou, McDonalds heeft dat voor elkaar met zijn Happy Meals!

Geen zin of tijd om uit de auto te stappen? Doe de drive! 's Morgens nog niet ontbeten? Haal dan een McTosti, knapperige bagel of EggMcMuffin. Houden Nederlanders van snacken? Dan komt er speciaal voor de lage landen de McKroket! Is gezond eten in? De McSalad, McFruitmix en McBreaker staan meteen op het menu. En doe je aan de lijn? Op de website zie je van alle producten precies hoeveel calorieën ze bevatten. Kortom, McDonalds werkt op alle fronten aan een eigentijdse relatie met de klant.

Dat levert natuurlijk ook heel wat op. Even wat cijfers om een idee te krijgen van deze all-American company. Wereldwijd zijn er meer dan 30.000 restaurants in ruim 120 landen. Nederland telt 225 McDonalds waar wekelijks over de 3,5 miljoen mensen komen eten! De meeste kiezen gewoon iets uit het uitgebreide menu. Maar veel mensen hebben speciale wensen. Frites zonder zout bijvoorbeeld, of hamburgers zonder saus. Dat is een mooie test voor de klantgerichtheid van McDonalds...

**MCDONALDS GOEDEMIDDAG, ZEGT U HET MAAR.**

**UH, HALLO. GRAAG EEN MEDIUM COLA, EEN KLEINE FRITES ZONDER ZOUT EN EEN MCKROKET. PLAIN. DUS LAAT DIE MAYO ER MAAR AF.**

**PRIMA, DAT IS DAN € 4,35 EN U MAG DOORRIJDEN NAAR HET EERSTE RAAM.**

**ALSTUBLIEFT, VIJF EURO.**

**EN HIER IS UW WISSELGELD. U MAG DAAR EVEN PARKEREN, DAN KOMEN WE HET ZO BIJ U BRENGEN..**

Geweldig toch, die service? En weet je wat nou zo opvalt? Ze hadden natuurlijk ook een hele bak ongezouten frites kunnen klaarzetten, maar als daar dan een uur lang niemand om vraagt, dan kan die zó de afvallemmer in. Zonde! McDonalds sluit dus eigenlijk een deal met je: oké, natuurlijk maken we frites zonder zout of burgers zonder saus voor je, maar dan moet je even geduld hebben omdat we 'm speciaal voor je bakken. Dat is precies hoe je zo'n win-winsituatie in de praktijk creëert. Goed voor de klant, goed voor het bedrijf. 🍷

## WAT GA JIJ DOEN?

De komende weken vragen we nadrukkelijk om jouw inbreng. Want om van een papieren corporate strategy een succesvolle manier van werken te maken, is de inzet van iedereen enorm belangrijk. Tijdens de campagne 'Zeelandia gaat doelgericht, en jij?' groei je er als het ware gewoon in. Door open te staan voor alle informatie die je gebruikt ter inspiratie die je vervolgens via interactie deelt met anderen. Meer weten? Lees dan snel verder.



### GA JE INFORMEREN

Voordat je met ongekend enthousiasme aan de slag gaat, is het goed als je nog even scherp hebt waar het precies om draait. Veel informatie vind je in deze uitgave van de krant Doelgericht. Ook binnen Zeelandia ontdek je de komende tijd op verwachte en onverwachte plaatsen en momenten allerlei informatie. Te beginnen op aanstaande maandag, 1 november...

#### WAT MERK JE ERVAN:

- Nou, eigenlijk vandaag al deze krant
- Tijdens het werkoverleg houden je leidinggevenden je op de hoogte van alle activiteiten en de manier waarop je klantgerichtheid in je werk kunt toepassen
- Op intranet staat het complete overzicht van dit deel van de campagne



### LAAT JE INSPIREREN

Kijk om je heen wat beter zou kunnen. Tussen jou en een collega. Tussen jouw afdeling en een andere afdeling. En tussen Zeelandia en de klant. Maar kijk ook om je heen of je van andere mensen of bedrijven iets kunt leren. Immers: beter goed nagedaan dan slecht zelf bedacht!

#### WAT MERK JE ERVAN:

- Lees nog eens de goede voorbeelden in deze krant en misschien zie je ze ook in je omgeving
- Posters binnen Zeelandia proberen je te prikkelen
- Zelfs de placemats in de kantine zetten je aan het denken



### JOUW MENING TELT

Laat maar horen wat je te zeggen hebt. Natuurlijk ben je professional genoeg om eerst te toetsen of je voorstel wel reëel is en voldoende draagvlak heeft. Want liever één topidee dan tien losse flodders. Je collega's spitsen hun oren voor jouw inbreng. Uiteraard sta jij ook open voor initiatieven van anderen.

#### WAT MERK JE ERVAN:

- Iedere dag als je binnenkomt bij Zeelandia kun je via de stellingmachine stemmen over een dagelijks wisselend onderwerp
- Werkoverleg wordt ook een plek om ideeën uit te wisselen
- Vragenkaartjes nodigen je uit om uitbreider op de zaken in te gaan
- Uiteindelijk formuleer je samen met je collega's een paar goede ideeën voor de hele afdeling 🍷

## PLANNING

KLANTGERICHTHEID (VANAF WEEK 48 / 2004)



INNOVATIE (VANAF CA. WEEK 4 / 2005)



INTERNATIONAAL (VANAF CA. WEEK 12 / 2005)



# DE ZES WETTEN VAN GERLOF

Voluit: Gerlof van Hoek. Sinds januari 2002 directeur Operations bij Zeelandia. Vindt goed luisteren en veel vragen zijn eigen kracht in klantgerichtheid. Speerpunten: ketendenken, samenwerken en muurtjes afbreken.



- IN ÉÉN KEER GOED' IS WAT DE KLANT MAG VERWACHTEN
- ECHT LUISTEREN NAAR ONZE (INTERNE) KLANTEN BETEKENT ACTIEF VRAGEN NAAR HUN WENSEN EN JE VERDIEPEN IN HUN BEHOEFTE
- AFSpraak IS AFSpraak
- EEN KLANT IS OOK EEN MÉNS
- ALS JE KLANTGERICHT WERKT DAN BEHANDEL JE OOK DE MEEST ONBELANGRIJKE INTERNE KLANT ALS KONING
- EÉN STERKE SCHAKEL IN EEN KETEN IS ZINLOOS; WERK SAMEN OM DE ZWAKSTE SCHAKELS TE VERSTERKEN



## WAT ZEGGEN DE KENNERS over klantgericht werken?

### JOHAN CRUIJFF

'DE ALWETENDE'

"Om goed te voetballen heb je goede voetballers nodig, maar een goede voetballer heeft bijna altijd het probleem van een gebrek aan rendement. Hij wil het altijd mooier doen dan strikt noodzakelijk." Klopt als een bus, deze uitspraak van de Europees voetballer van de eeuw. Want uiteindelijk draait het voor de klant om de vraag: wat levert het voor hem op? Simpel toch? Cruijff: "Voetballen is simpel, maar het moeilijkste wat er is, is simpel voetballen."

### GUIDO VAN WOERKOM

DIRECTEUR ANWB

Ook non-profit organisaties hebben klanten. Dat zijn hun leden. Met meer dan 3,8 miljoen leden is de ANWB de grootste vereniging van Nederland. Altijd alert op items die belangrijk zijn. "Niet volgens ons, maar volgens de weggebruikers", stelt Guido van Woerkom, hoofddirecteur van de ANWB.

### MARION DROPPERS

EIGENARESSE STADSBAKKER ZIERIKZEE

Als winkelier moet je jezelf iedere dag opnieuw bewijzen in een rechtstreekse 'confrontatie' met je klanten. Doe je het niet goed, dan kopen ze minder. Marion Droppers, eigenaresse van de Stadsbakkerij in Zierikzee, gaat die uitdaging aan door een perfecte dagelijkse dienstverlening, maar ook door regelmatig verrassend uit te pakken. "Noem het maar actief servicegericht voor de klant klaar staan", vertelt ze. "En daarnaast opvallende acties zoals 'Stadsbakkerij gaat vreemd', een spannende titel voor een gezellige proefmiddag."



### MARIËTTE BARNHOORN

ZAKENVROUW VAN HET JAAR

Klantgericht handelen is niet iets voor alleen slechte tijden. Juist als het goed gaat is het slim om in- en externe klanten te laten meedelen in het succes. Prestaties zet je immers met z'n allen neer, zo vindt Mariëtte Barnhoorn, zakenvrouw van het jaar 2004: "Voor mij is het nu belangrijk het bedrijf gezond te houden en te laten groeien. En het werk interessant te houden voor de medewerkers."

### PRINSES IRENE VAN LIPPE - BIESTERFELD

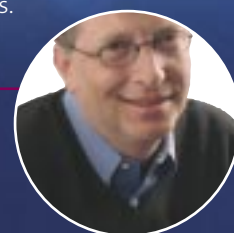
ZUS VAN KONINGIN BEATRIX

Klaar staan voor de klant ook professioneel reageren als er iets fout is gegaan. De eerste reactie is vaak om de schuld niet bij jezelf te zoeken. "Als je met de vinger wijst naar een ander, wijzen er drie vingers naar jezelf terug...", aldus prinses Irene.

### BILL GATES

DOET IETS MET COMPUTERS

De slimme oprichter van Microsoft realiseert zich dondersgoed dat zijn producten nooit áf zijn. "Je meest ontevreden klanten zijn je grootste bron voor verbetering", aldus Gates.



### SIR EDMUND HILLARY

EERSTE MENS OP TOP MOUNT EVEREST (1953)

De bekendste bergbeklimmer ter wereld weet als geen ander dat je alleen samen tot uitzonderlijke hoogtepunten komt: "Zonder een goede samenwerking was het onmogelijk de tijdens mijn expedities gekozen doelen te bereiken."

