



Customer Experience Management

als motor van klantloyaliteit & cultuurverandering
(ipv als afdeling 'leuke dingen doen' voor klanten)

Drs Rien Brus MM RM

Global VP Customer Strategy Aegon NV
CCO sessie Nijenrode / Yellowcats

Helping people achieve a lifetime of financial security

Woerden, feb 2018



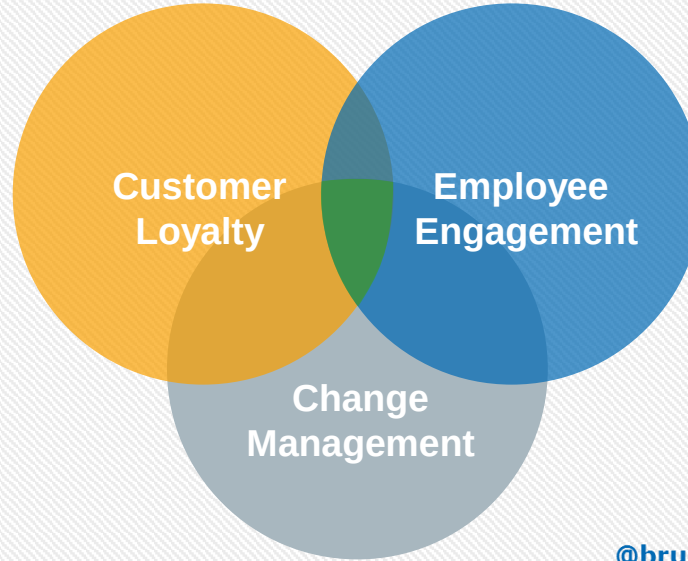
Wat valt jullie op aan
deze 2 appels?



Leuk om bij jullie te gast te zijn



JUMBO
supermarkten



@brustwit



THE RITZ-CARLTON



Landal

jetBlue
AIRWAYS



Vanguard



SwissLife

INNOVAT



W
WALDORF
ASTORIA
CHICAGO



Disney

Publix

NETWORK

If you want loyalty buy a dog



*Maar wat is eigenlijk **jullie**
definitie van
‘klantloyaliteit’?*

Ik wil graag jullie definitie van klantloyaliteit vandaag eens omdraaien

*"Ask not, what your ~~country~~
customer can do for you.
Ask what you can do for
your **customer** ~~country~~."*

John F Kennedy



Slecht nieuws: dit wordt geen blabla
succesverhaal van A tot Z over ultieme het leveren van de ultieme CX....



Ik gebruik zelf altijd dit plaatje om het CX domein te kaderen...

Define the right experience.

Strategy

Customer
Understanding

Design

Consistently deliver and improve that experience

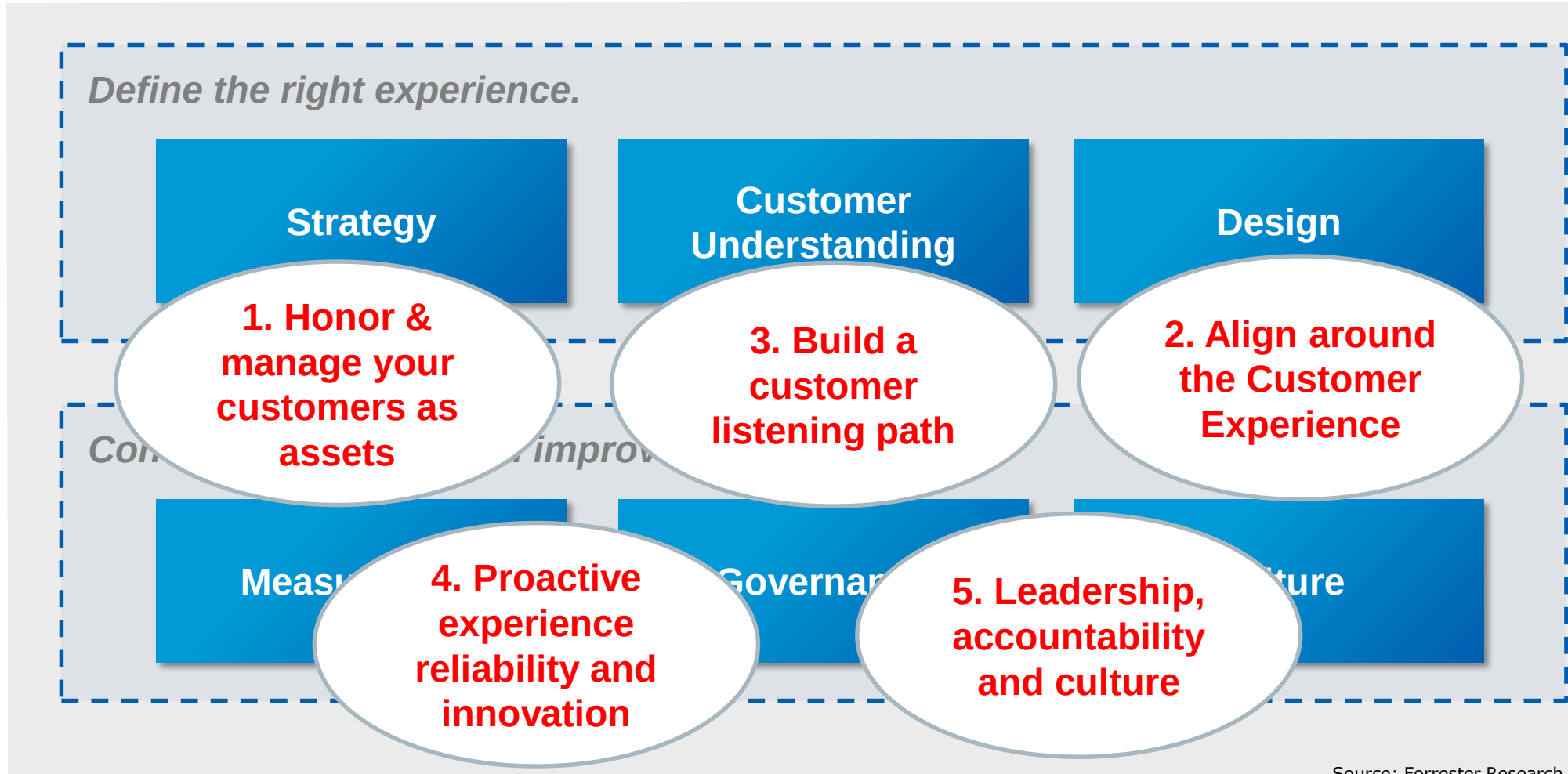
Measurement

Governance

Culture

Source: Forrester Research

.... versus de 5 Customer Leadership Competencies van een CCO (Jeanne Bliss)



Source: Forrester Research

AEGON Strategy Story

Transform Tomorrow

Hoe te transformeren van **productgerichte** verzekeraar naar (digitaal) **klantenbedrijf**



Transform Tomorrow

helping people achieve a lifetime of financial security

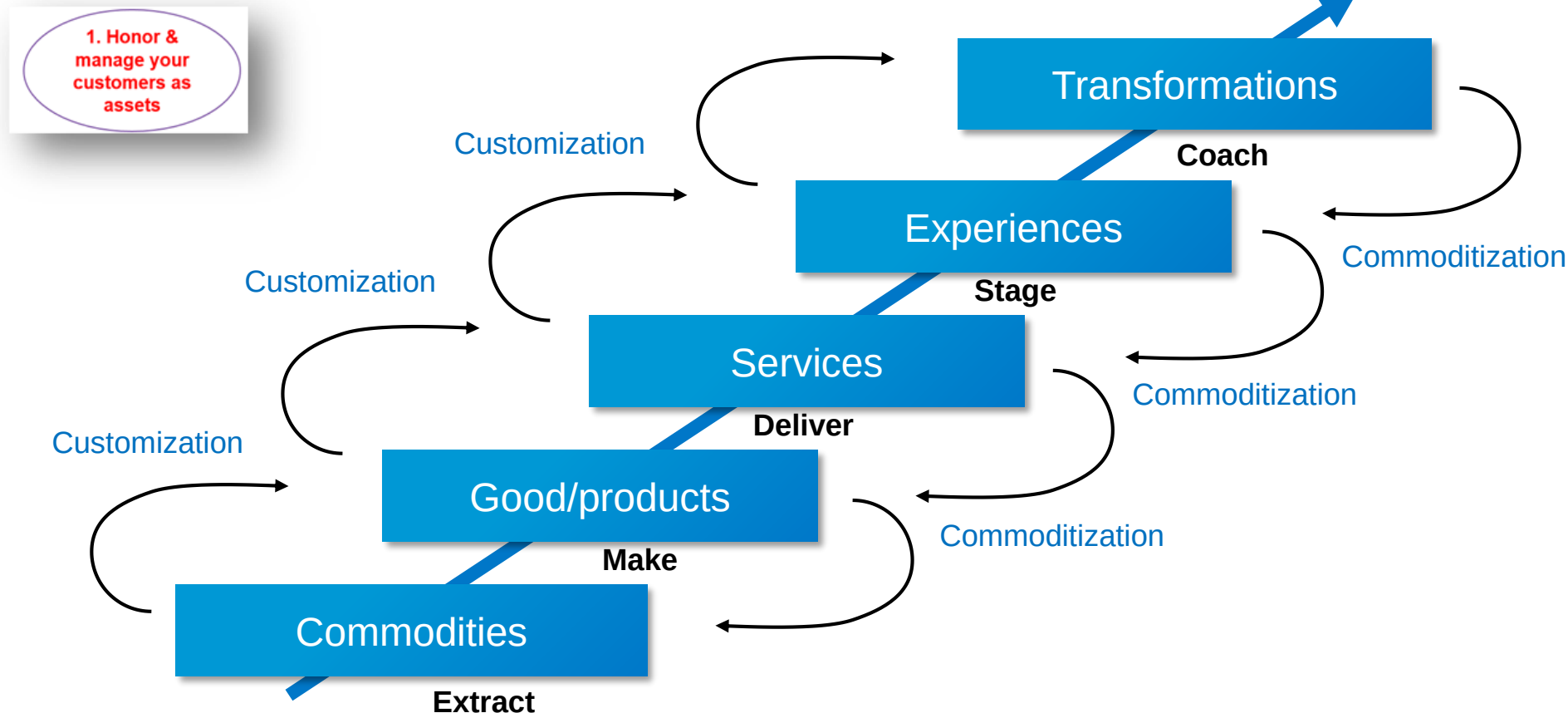
Van product naar klanten als assets

Als organisatie moeten we omhoog op deze lijn

En dit maakt CX dus tot een strategisch thema

Ik neem aan dat deze CX grafiek meer dan bekend is

11



We weten heel goed dat we
een **digitaal & data-gedreven**
bedrijf moeten zijn
*... 'to stay in the **customer game**' ...*

Want de consument van van vandaag is immers digitaal....toch?

2005



2013



Dus....een digital bedrijf
worden is maar het **halve**
verhaal

*...to deliver a great **Customer Experience***

De wet van vraag en aanbod

(the law of scarcity)

73% want access to actual people,
even when digital channels work perfectly

Empathy
Passion
Creativity

“I wouldn’t have managed this without **Mark’s** help“

“I was told about system problems and **Catriona** promised me e-mail updates which she did to keep me updated and then confirm when it was resolved”

“Friendly, helpful and with a sweet Scottish accent. Come on over **Valerie!**”

“Everyone’s helpful, knows what they’re talking about and put your mind at ease no matter the problem”

“Very friendly staff. They have patience and understanding when you ask questions that are probably straight-forward to them but are complicated and not straight-forward to me”

“Staff are always helpful and I like the Scottish accent”

Rachel kindly took me through a complicated series of moves in order to help me reach my goals asap. It was easy to use with **Rachel’s** help. Less complicated systems might improve your overall customer service but once **Rachel** helped me, I’d recommend you”

“Prompt, patient and helpful”..

“ Previously, the company itself created the majority of value. The focus was on production of the product and distribution to customers; customers only consumed the product. The best company then was the one with the best value chain

Today, the main part of the value is made in the contact between company and customer. The best company now is the one with the best customer interaction.

”



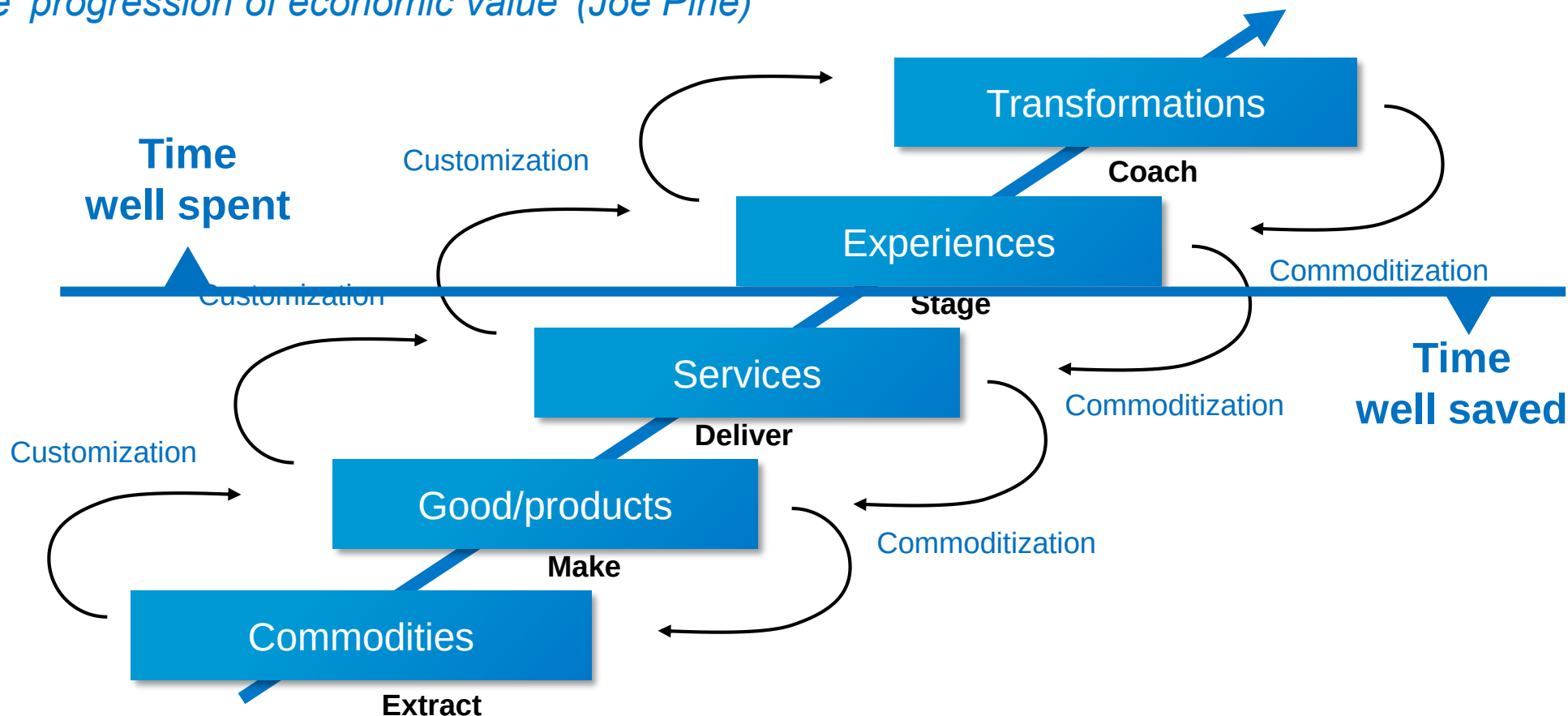
CK Prahalad, 1994

Waarom (klant)interactie zo belangrijk is in termen van CX

de 'progression of economic value' (Joe Pine)

Terug naar deze plaat

19

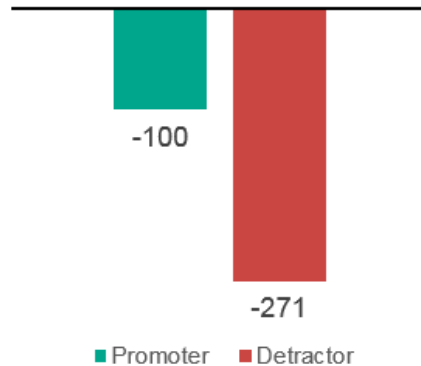


"If your CEO does not get you, it is because you don't get your CEO!"

zorg voor het bewijs in de taal van je CEO/CFO: [EX →] CX → NPS → loyalty

Promoters defect less

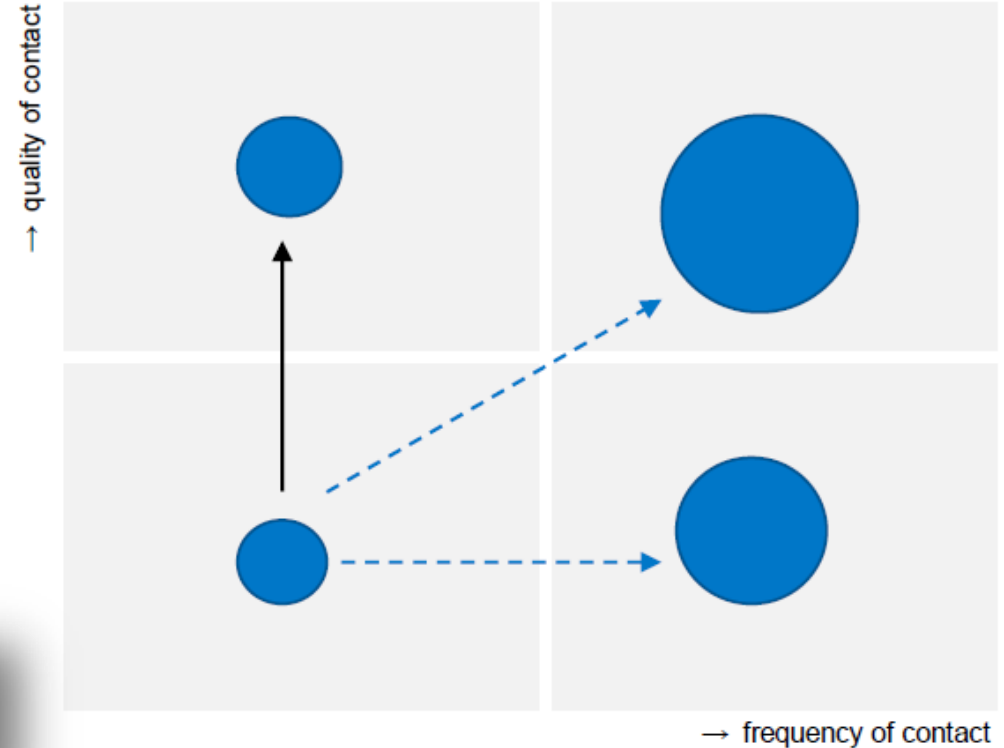
Indexed average gross premium volume cancelled customer and year



Defection

1. Honor & manage your customers as assets

Note: Dummy data



● Bubble size represents relational NPS score

Betere klantinteractie begint met...**Luisteren**



De CX verbeteren/veranderen begint altijd met *echt* luisteren

Naar klanten en medewerkers – juist in het digitale tijdperk

Ears



Mind

Eyes

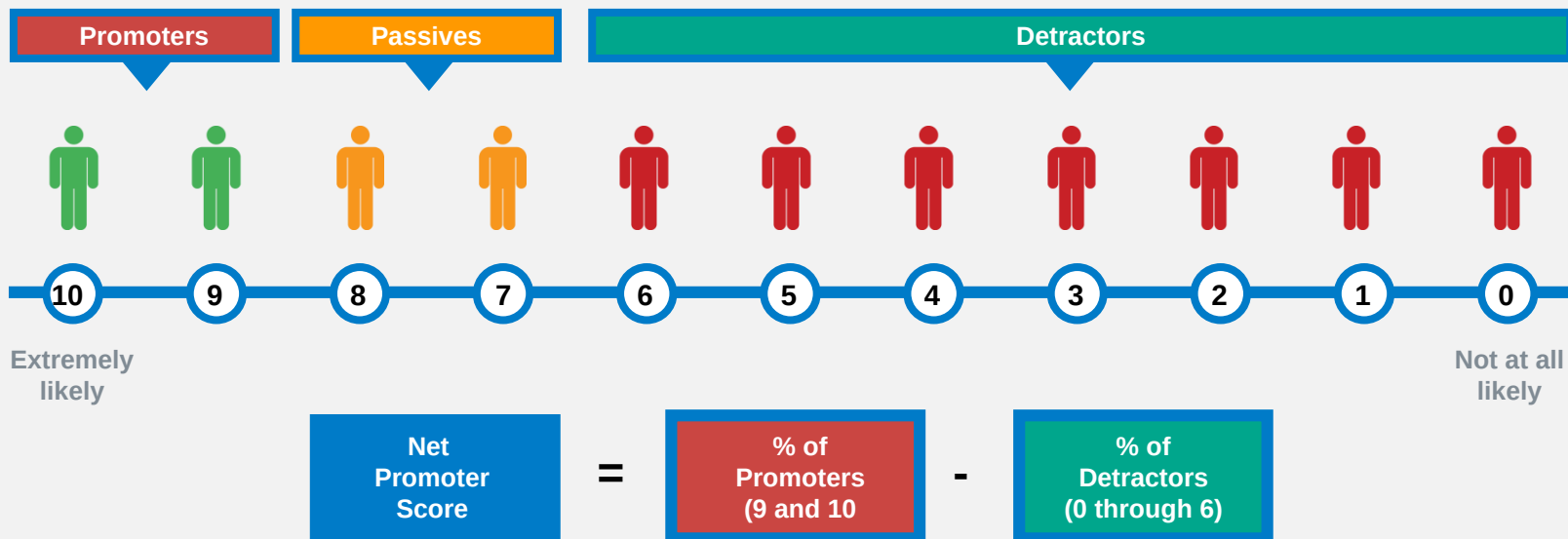
Undivided
attention

Heart

Echt luisteren ≠ NPS meten

~~We measure NPS so we listen to our customers~~

Net Promoter Score



*“You have 2 ears and 1
mouth.*

Use them in that order.”

Een voorbeeld van echt luisteren: klantenarena's

Geeft de noodzaak aan van echt luisteren, naar wat klanten willen, maar ook naar de achterliggende 'needs'



“

**We asked them...
And they told us their stories**

”

Inzicht: We zijn een life events bedrijf, niet alleen een verzekeringsbedrijf

Life event	Life change units
Death of a spouse	100
Divorce	73
Marital separation	65
Imprisonment	63
Death of a close family member	63
Personal injury or illness	53
Marriage	50
Dismissal from work	47
Retirement	45
Change in health of family member	44
Pregnancy	40
Gain a new family member	39
Business readjustment	39
Change in financial state	38

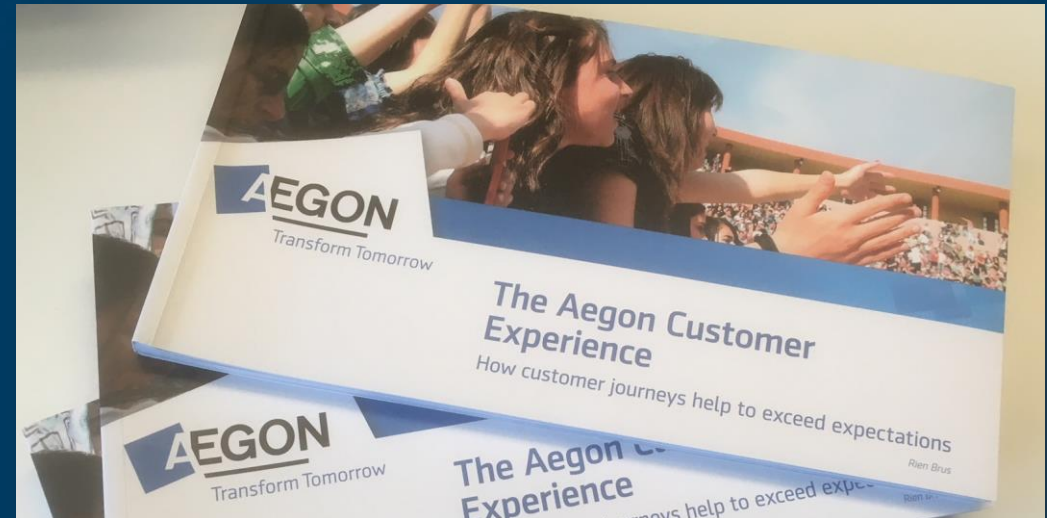
Life event	Life change units
Death of a close friend	37
Change to different line of work	36
Major mortgage	32
Foreclosure of mortgage or loan	30
Change in responsibilities at work	29
Child leaving home	29
Outstanding personal achievement	28
Spouse starts or stops work	26
Begin or end school	26
Change in living conditions	25
Trouble with boss	23
Change in working hours or conditions	20
Change in residence	20
Change in schools	20

In 1967, psychiatrists Thomas Holmes and Richard Rahe examined the medical records of over 5,000 medical patients to map the biggest life events in a humans life and find out which require the greatest level of adaptation, have the greatest impact.

2. Align around
the Customer
Experience

2 concrete CX voorbeelden

*goed en slecht – want iedereen in de organisatie moet begrijpen wat de **essentie** van CX is*



Een goed voorbeeld van een eenvoudige maar succesvolle customer journey

Simpel CX denken leidt tot stijging NPS



De klantreis (Customer Journey) bij het kopen van een hypotheek

Aegon customer journey Example

Aegon Customer journey in one page: Mortgage

Objective

True understanding of customer needs in order to overdeliver customers expectations

What

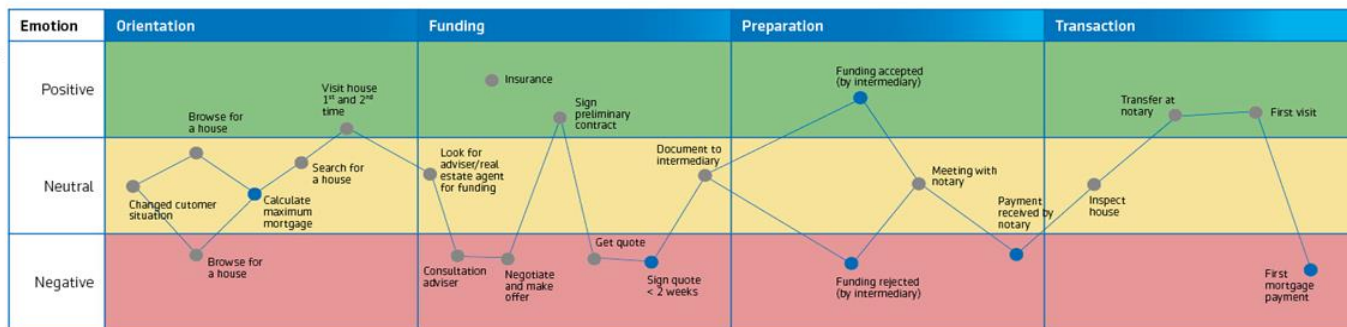
methodology to map customer touchpoints in time

How

1. Describe journey steps and moments of truth
2. Invite customers to talk about their experiences and feelings
3. Enrich customer journey with consumer insights
4. Brainstorm to generate ideas for future improvements
5. Create concepts for improvements
6. Measure improvement of NPS

Result

Ideas from brainstorm split into quick wins, improvements and groundbreaking innovations



"You want to keep on living after buying a house."



"It became a bit of a muddle, with emails between Aegon and the advisor."



"Unreadable for the common man, but basically it is very simple."

Case: Mortgage NL

Customer journey of consumers buying a house

Quick wins

- Celebrate with customer; direct SMS after approval of mortgage
- Take away the worry; SMS to confirm all documents are at notary in time

Improvement

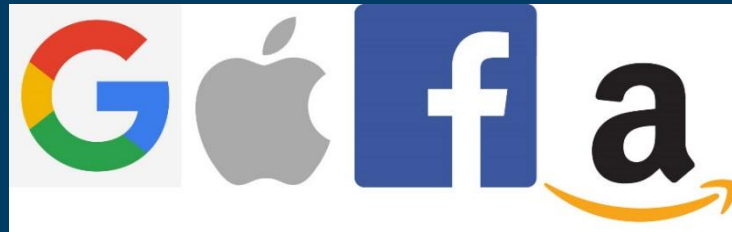
- Feel welcome; test with service call at first invoice

Result

NPS on touchpoints increased by 27%

4. Proactive
experience
reliability and
innovation

Het gaat niet alleen om het realiseren van een betere CX journey maar ook om radicale **CX innovatie**

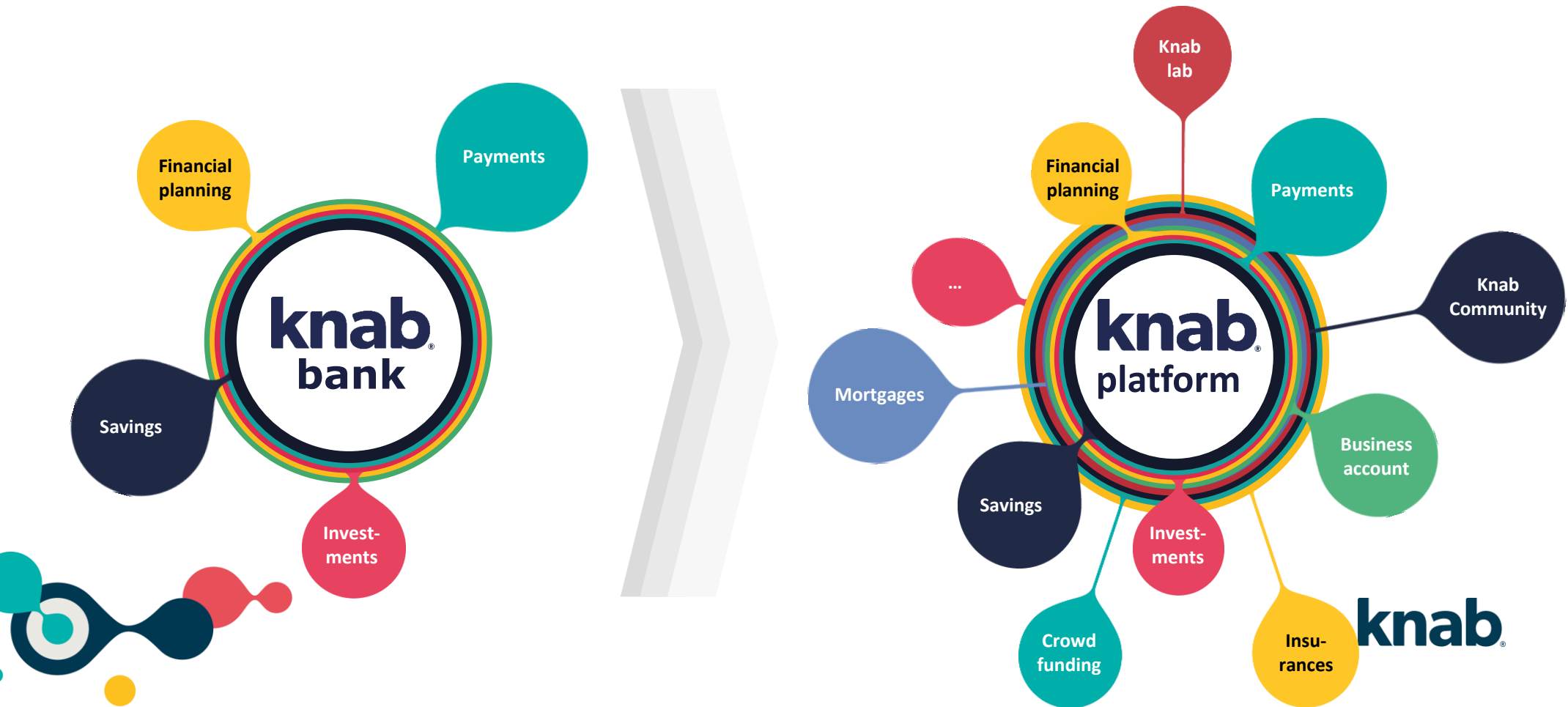




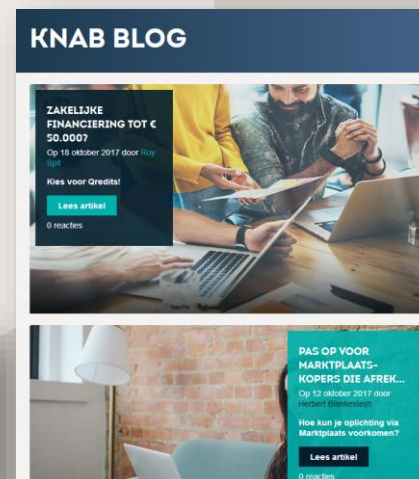
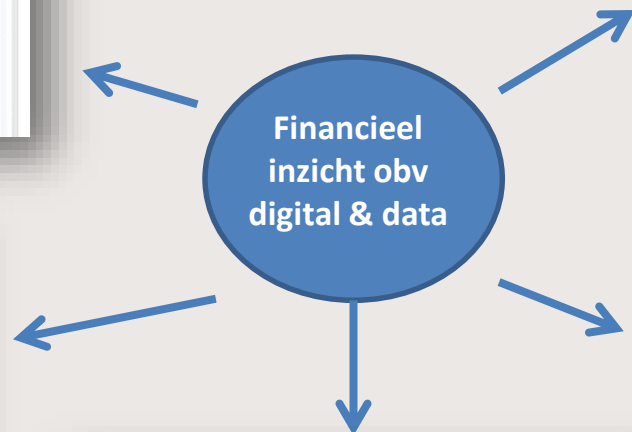
~~Knab is een digitale bank~~

Knab is een financieel platform

Een compleet ander business model...



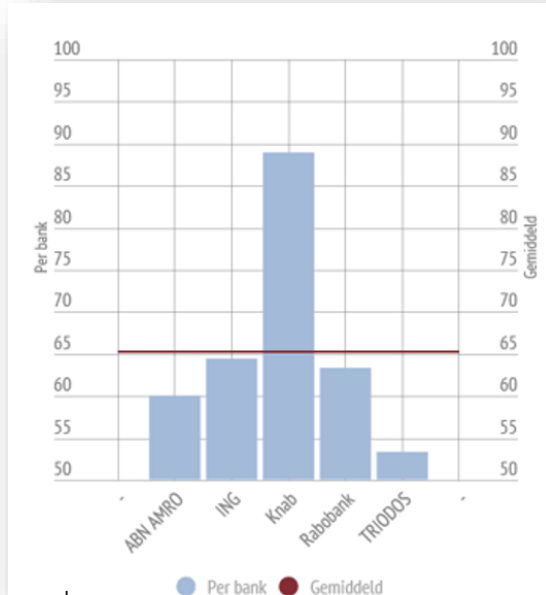
Met een compleet *digitaal* inzicht....



A web form titled 'Saldobeheer' (Balance management) with tabs for 'Betaal Alerts' and 'Stimme Alerts'. The form is for a 'Betaalrekening' (Payment account) with the number 'NL77 KNAB 0202 9963 36 - Betaalrekening - R.J.A. Frijters en/of E. Frijters'. It includes a section for 'Hoog saldo wegboeken' (Book high balance) with a checkbox for 'Boek automatisch een deel van mijn saldo over als:' (Book automatically a part of my balance over as:), a dropdown menu for 'mijn saldo hoger is dan (€):' (my balance is higher than (€):), and a section for 'Boek het restbedrag over naar rekening:' (Book the remaining amount over to account:). It also includes a checkbox for 'Stuur mij een alert als mijn saldo wordt weggeboekt' (Send me an alert when my balance is booked) and an email field.

+ een bijzondere *human touch*...

"We recruit our people based on their customer centric DNA. Hire for attitude, teach for skill"



Wat als je het woord koffie vervangt door financiële dienstverlening/inzicht

“We are not in the coffee business serving people. We are in the people business serving coffee...”

**Howard Schultz,
CEO and founder Starbucks**



[Voor jezelf](#)[Voor je werk](#)[Met je collega's](#)[Onze organisatie](#)[My Homepage](#) > [Aegonnet](#) > [Nieuws](#) > [Knab wint Beste Service Award](#)[> Home](#)[> Uitgelicht nieuws](#)[> Boulevard lichtkrant](#)[> Intern nieuws](#)[> Uit de media](#)

Knab wint Beste Service Award

31-1-2018 By [Mersch, led vd](#)  0 comments / 5 people like this
 Like  Share

Voor de derde keer op rij wint Knab De Beste Service Award voor de bankensector. Dinsdag reikte Opiness de awards uit aan bedrijven die het afgelopen jaar volgens klanten een excellente service hebben verleend. Knab scoorde een 8.1.

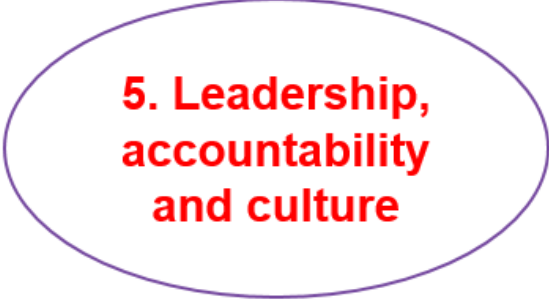
Don van Arem, Manager Servicedesk bij Knab: *"Klanten zijn vaak kritisch op banken. Dat we deze publieksprijs nu voor de derde keer op rij met een dikke 8 winnen, is dus erg bijzonder. Ook bij ons gaat niet altijd alles goed, maar we luisteren oprecht naar de klant en doen iets met eventuele kritiek. Dat merkt de klant en dat wordt gelukkig gewaardeerd. Daarnaast merken we dat klanten nog steeds verbaasd zijn door onze persoonlijke en oplossingsgerichte klantbenadering."*

De reviews binnen alle sectoren zijn geanalyseerd. Hieruit blijkt dat de winnende bedrijven zich onderscheiden door beloften na te komen en snelheid en gemak te leveren. Daarnaast blijft een vriendelijke en kundige klantenservice, die ook goed te bereiken is, enorm belangrijk.

TAGS

[Nieuwsoverzicht](#)[Knab](#)

De 5e – en ik denk
belangrijkste – CCO
competentie



**5. Leadership,
accountability
and culture**

Klantenrijbewijs en managers challenge

Voor elke medewerker.

*Echte klantbedrijven blinken vooral uit door
klantdenken in de hele organisatie*



“ What do an airplane pilot and an AEGON employee have in common? They both have to do their ‘flight hours’ to receive and to keep their license. For us, this means spending time with customers. (...) We want to show our people that we as Aegon exist to help customers. And therefore, it is necessary that all our employees know what our customers’ needs are.”

CEO Alex Wynaendts in Management Scope
about the Customer License (nov 2012)

Global Aegon Awards

Echte aandacht voor bijzondere prestaties – die de klanten goede komen

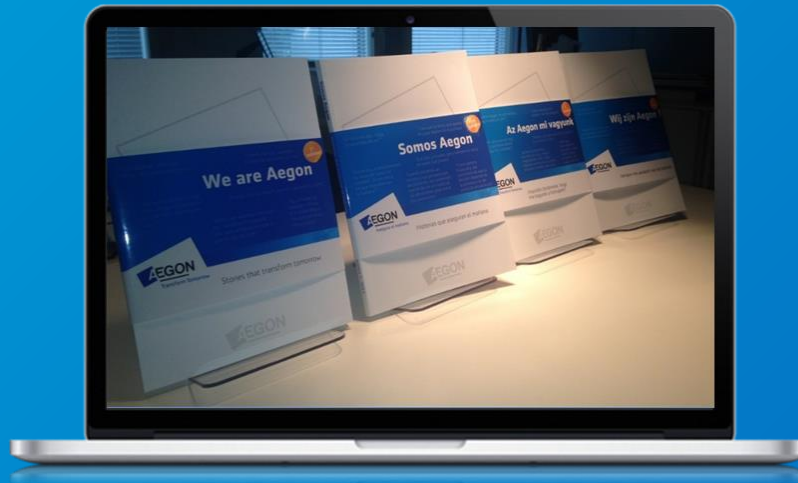


Ik denk het geheim van de awards: “Company cultures are like country cultures. Never try to change one. Try – instead - to work with what you’ve got” – Peter Drucker



Storytelling

*Verzamel echte verhalen. De echte verhalen waar medewerkers het verschil maken voor klanten.
En houd het vooral simpel.*



Time well spent





Email: rien.brus@aegon.com



Telephone: +31 6 113 35 579



LinkedIn: Rien Brus



Twitter: brustwit

*Your brain believes stories, more than it believes
the truth. So, never believe a speaker'*

