



Toyota Scholten | Klantloyaliteit After Sales

Aanleiding

Twee weten meer dan één. Onder dat motto zijn W&D en Toyota Scholten te Nijmegen samen gestart met het verder professionaliseren van de After Sales organisatie. “Als Sales georiënteerde vestigingsmanager had ik behoefte aan iemand die mij niet alleen de juiste tools kan aangeven, ik was juist ook op zoek naar iemand die mij op stimulerende wijze coacht om ideeën om te zetten in acties,” aldus Bas Bögels, vestigingsmanager van Toyota Scholten.

W&D en Toyota Scholten kenden elkaar al van een eerder organisatie ontwikkelingstrajecten. Hierdoor was de keus van Scholten voor W&D een logische vervolgstap.

Het project

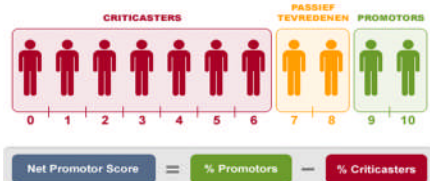
De belangrijkste vraag bij elk verandertraject luidt: “wat is de (bedrijfs-)ambitie?” Daar kan Bögels een volmondig antwoord op geven:

“Het meest aanbevolen dealerbedrijf in de regio zijn”

Tijdens de interne analyse wordt door W&D bekeken in hoeverre de bestaande organisatie aansluit bij deze ambities. Vervolgens wordt samen een actieplan opgezet om zo te veranderen dat de ambities gerealiseerd kunnen worden. Dit gebeurt samen met alle medewerkers tijdens interactieve bijeenkomsten waarbij de ambitie centraal staat.

Bas Bögels: “De kracht van de consultant hierin is dat hij helpt om onze ambities te vertalen in concrete doelen. Daarnaast is hij in staat om de soms ingewikkelde materie op een voor iedereen begrijpbare wijze over te brengen op de mensen.”

Het meetmiddel om inzicht te krijgen in de verwezenlijking van de ambitie is de Net Promotor Score:



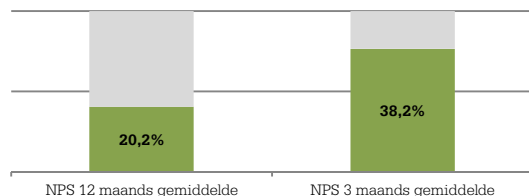
Van criticaster naar promotor

Deze methodiek gaat er van uit dat je van elke klant een ‘fan’ (promotor) moet maken door wat je doet op een uitzonderlijke manier te doen en uitzonderlijke diensten goed te doen! Dit vergt nogal wat aanpassingen van de werkwijze en de onderlinge samenwerking! “We zijn bij de basis gestart,” aldus Bögels, “waarbij we de organisatiestructuur hebben aangepast en de onderlinge taakverdeling hebben uitgewerkt. Daarna zijn we gaan kijken hoe we invulling moeten geven aan de belangrijkste momenten in het service proces waarbij de service die een klant verwacht in ieder geval goed moet zijn. Zo voorkom je criticasters.”

Resultaten

Bögels: “We zijn als team echt in beweging gekomen. We overleggen wekelijks met ons NPS team en bedenken en implementeren verbeteringen. Niet zonder slag of stoot maar we gaan de goede kant op. De consultant begeleidt ons maar we moeten het wel zelf doen! Ieder is zich veel meer bewust van het eigen gedrag en wat we van elkaar mogen verwachten.”

“De **Net Promotor Score** is de laatste drie maanden met **18%** gestegen (absoluut) waardoor deze bijna verdubbeld is! Dat betekent dus (ook) dat veel meer klanten ons aanbevelen en dat is waar het om gaat!”



Het project is nog in volle gang en er wordt gewerkt aan het verder verbeteren van de al behaalde resultaten en het realiseren van de ambitie. W&D is daarbij een uitstekende partij om kritisch mee te denken, ook praktische hulpmiddelen en ideeën aan te reiken en als stok achter de deur te fungeren. Hun motto ‘wel zelf maar niet alleen’ komt helemaal uit. Bögels: “Ik kan W&D dan ook van harte **aanbevelen!**”