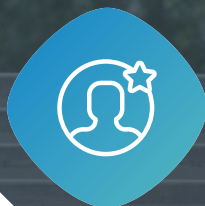
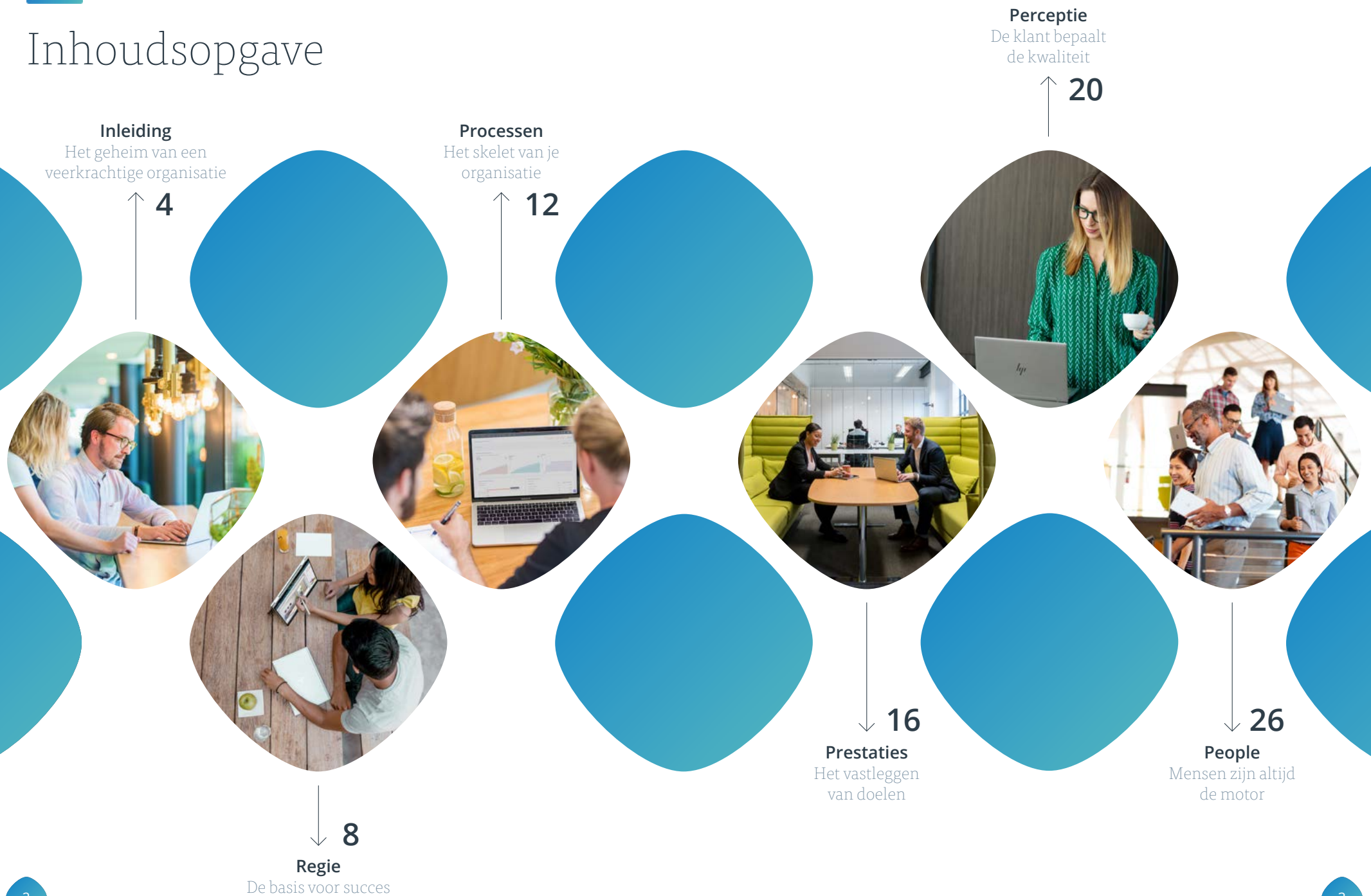


*Ontdek de kracht van
smart sourcing*



Slim meeveranderen voor een
optimale dienstverlening

Inhoudsopgave





Het geheim van een veerkrachtige organisatie

Stel, je organisatie heeft een toonaangevende positie in de markt, je medewerkers zijn tevreden en de diensten of producten die je levert trekken steeds meer klanten aan. Dan kun je eigenlijk achterover gaan leunen, toch? Juist niet, want in een constant veranderende wereld is een continue aandacht voor de bedrijfsvoering misschien wel belangrijker dan ooit! Zo blijf jij de concurrentie voor.

De wereld om ons heen is altijd in ontwikkeling. Zo bestaat bijna 90 procent van de Fortune 500-bedrijven uit 1955 vandaag de dag niet meer. Hoe kun je voorkomen dat jouw bedrijf op dezelfde manier eindigt? We kunnen hier iets leren van Charles Darwin. Hij zei ooit: "Het zijn niet de sterkste soorten die overleven, of de meest intelligente. Het is de soort die het beste reageert op veranderingen." De kern van een sterke bedrijfsvoering zit hem dus in de wendbaarheid. Maar hoe weet je op welke veranderingen je moet inspelen en wat de beste aanpak is? Smart sourcing geeft antwoord op deze vragen. Je gaat terug naar de essentie van jouw organisatie en onderzoekt hoe je waarde creëert voor de klant. Smart sourcing focust op veranderingen en kijkt hoe je een dienst op de juiste manier samenstelt, waardoor jouw klant optimaal wordt bediend. Uiteindelijk is het namelijk de klant die bepaalt wat de waarde van jouw dienstverlening is.



Organisaties hebben niet alleen te maken met onvoorspelbare veranderingen, maar worden ook in toenemende mate afhankelijk van partners in de keten die zich hebben gespecialiseerd in een bepaald stuk dienstverlening. Het is daarom goed om steeds te blijven beoordelen waar je zelf goed in bent en waar anderen in de markt veel beter in zijn. Met smart sourcing vind je de balans tussen wat je zelf doet en waar je jouw dienstverlening het beste kan uitbesteden bij partners en leveranciers. Deze balans wordt bovendien continu gemeten en bijgesteld. Hierin verschilt smart sourcing overigens van outsourcing, waarbij organisaties bepaalde diensten voor een langdurige periode en op een gelijkwaardige manier bij een extern bedrijf uitbesteden. Juist die continue bijstelling zorgt ervoor dat je met smart sourcing altijd maximaal aan de behoeften van de klant voldoet. Zo blijf jij jouw concurrentiepositie behouden.

De facetten van smart sourcing zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en versterken elkaar zelfs. Allereerst is het voor een succesvolle implementatie heel belangrijk een sterke regievoering te hanteren waarin je aandacht besteedt aan alle omstandigheden en rekening houdt met de wensen van de klant. Om de kwaliteit van de dienstverlening voorspelbaar en bestuurbaar te houden moeten processen bovendien goed worden beschreven. En vergeet ze niet aan te passen op het moment dat zich nieuwe veranderingen voordoen. Meetbare criteria geven vervolgens de mogelijkheid om te beoordelen in hoeverre je aan de doelstellingen voldoet. De perceptie van de klant is hierbij een belangrijker criterium dan de gemeten prestatie. De beleving van de eindgebruiker wordt vaak ook beïnvloed door het contact dat ze met de medewerkers van een organisatie hebben. Zorg dus dat jouw werknemers altijd met de juiste kennis en vaardigheden hun werk uit kunnen voeren.

Smart sourcing brengt de gehele organisatie in kaart, van regievoering tot processen. Zo kun je altijd meebewegen met de markt en bied je als organisatie de optimale dienstverlening voor iedere klant.

De basis voor succes

Dienstverlenende organisaties zijn altijd aan snelle veranderingen in informatietechnologie onderhevig. Met een regieorganisatie aan het stuur die toeziet op het gebalanceerd werken aan deze veranderingen beweegt de organisatie vanzelf mee.

Ontwikkelingen volgen elkaar steeds sneller op en branches zijn altijd onderhevig aan veranderingen. Organisaties die goed op deze veranderingen weten in te spelen zullen succesvoller zijn. Zo zijn organisaties die de digitale transformatie aangaan flexibeler en spelen beter in op behoeften van klanten. En uiteindelijk bepaalt de klant of ze tevreden zijn met jouw dienstverlening. De basis van een hoge klantwaardering is een sterke regie.

Regie inrichten

Om je als organisatie goed aan te kunnen passen moet je op tijd weten wat er speelt en ook in staat zijn op de juiste manier te handelen bij veranderingen. Zorg dat je altijd op de hoogte bent van de nieuwste trends, de behoeften van jouw klanten kent en weet waar je collega's in de branche zich mee bezig houden. Inspelen op veranderingen, snel en adequaat kunnen schakelen en slim besturen is in toenemende mate belangrijk in elke organisatie. Zo maak je jouw bedrijf wendbaar. De motor achter het inspelen op veranderingen wordt gevormd door een regieorganisatie die als centraal sturend orgaan richting geeft aan het voorgestelde beleid én in staat is de visie realiseren.



Ingewikkelde structuur

Waar een organisatie vroeger nog veel zelf deed, is dat met de sterke veranderingen in de markt steeds moeilijker. Het is tegenwoordig een uitdaging om continu de beste te blijven in wat je doet en rekening te houden met alle aanpassingen die van je worden gevraagd. Dit vraagt dus om een andere organisatievorm, waarbij veel meer in ketens wordt samengewerkt. Daar word je ook als organisatie wendbaarder van. Doordat organisaties nu veel sneller met derde partijen samen gaan werken verandert de regievoering. Waar vroeger een traditionele managementlaag het eigen personeel aanstuurde, is er nu een hele matrix aan werknemers en partijen die samen moeten werken. Veranderingen worden sneller doorgevoerd, ketens breiden uit en organisaties worden complexer. Dit vraagt om een echte regieorganisatie. Zij neemt aspecten als prijs, personeel, processen en klantperceptie in overweging en benut de samenwerkingsmatrix optimaal.



Makkelijk scoren

Een krachtige regieorganisatie is dus onmisbaar voor een succesvolle organisatie. Je kunt het vergelijken met een voetbalwedstrijd. De trainer van een voetbalteam verdiept zich in de prestaties van het andere team en bepaalt welke spelers hij opstelt voor de wedstrijd. Maar dan ben je er nog niet. Welke speeltactieken zet je bijvoorbeeld in? Zijn alle spelers wel voldoende fit om te kunnen voetballen? En wat zijn de condities van het veld? Alleen als rekening wordt gehouden met alle aspecten rondom zo'n wedstrijd heeft het team kans om te winnen en de bezoekers een mooie match te bezorgen. De organisatie achter een voetbalwedstrijd blijkt dus net zo belangrijk als de kwaliteiten van de individuele spelers.

Sterke positie in de markt

Pieter is CEO van een toonaangevende vakantieaanbieder met een leidende positie in de markt. De laatste jaren heeft het boeken van vakanties via internet een enorme vlucht genomen. Gelukkig heeft Pieters organisatie hier flink van mee kunnen profiteren, doordat hij met zijn vooruitziende blik op tijd heeft geïnvesteerd in de online aanwezigheid. "Om voorop te blijven lopen moeten we continu op de hoogte zijn van wat er speelt. Wat voor reizen zoeken onze afnemers vandaag? En hoe ontwikkelt zich die vraag? Dankzij de succesvolle inzet van informatietechnologie van onze ICT-dienstverlener merken we veranderingen in de klantvraag razendsnel op en kunnen we ons reisaanbod hier direct op afstemmen. Hierdoor kunnen onze reisagenten in 35 landen hun klanten beter van advies voorzien. We zien het terug in de stijgende omzet en bovenal tevreden klanten!"

Het skelet van je organisatie

Veel bedrijven hebben een haat-liefdeverhouding met de processen in hun organisatie. Hoewel deze processen het hart van de uitvoering vormen en structuur en richting geven, lijkt het soms een hele uitdaging om ze in kaart te brengen. Toch draagt het beschrijven en vastleggen van de interne processen in sterke mate bij aan het succes van



Het zit een beetje in onze cultuur dat veel medewerkers liever zelf willen bepalen hoe ze hun werk uitvoeren. Hoe je als organisatie intern de processen inricht en uitdraagt is daarom heel belangrijk. Processen zijn immers nodig om grote verschillen in de uitvoering en resultaten van medewerkers te voorkomen. Kijk dus eens kritisch naar de processen in jouw organisatie en leg ze duidelijk vast.

Een standaard voor de kwaliteit

Streef je als organisatie een constante kwaliteit en voorspelbaar eindresultaat na? Dan mag de manier waarop werkzaamheden worden uitgevoerd niet te veel variëren tussen verschillende medewerkers. De kwaliteit mag namelijk niet afhangen van degene die het werk uitvoert. Werkzaamheden moeten bij ziekte, vakantie of ontslag gemakkelijk overgedragen kunnen worden. Het is dus belangrijk om aandacht te hebben voor de manier waarop producten of diensten in jouw organisatie tot stand komen. Door deze processen op een overzichtelijke manier vast te leggen krijg je inzicht in je organisatie en bied je werknemers de benodigde handvatten voor hun werkzaamheden.

Duidelijk communiceren

De kunst van het beschrijven van processen is om de balans te vinden tussen de diepgang en de juiste *tone of voice*. Alle betrokken medewerkers moeten de processen kunnen begrijpen, zonder dat het voelt alsof ze te veel wordt opgelegd. Procesbeschrijvingen zijn dan ook niet bedoeld als wetboek. De instructie moet leidend zijn en voldoende ruimte overlaten voor eigen invulling en wendbaarheid, zodat je als organisatie in kan blijven spelen op

veranderingen in de branche. Dit lijkt misschien een lastige opgave. Het beschrijven van processen gaat dan ook niet zonder slag of stoot. Maar als je de tijd neemt de structuur in te richten en te onderhouden kun je daar als organisatie zeker de vruchten van plukken. Teams presteren beter, het is duidelijker wie welke rol heeft en medewerkers weten wat ze kunnen verwachten én wat van hen verwacht wordt. Dit leidt uiteindelijk tot een constantere product- of dienstenkwaliteit, lagere kosten en een hogere klanttevredenheid.

De basis van productiviteit

Processen die op de juiste manier de bedrijfsvoering ondersteunen én die worden gedragen door medewerkers zorgen voor succesvolle organisaties. En ook hier is de manier van communiceren heel belangrijk. Alleen wanneer iedereen op de juiste manier is geïnformeerd en geïnstrueerd kan de organisatie productief zijn.

Stabiele dienstverlening

Als bedrijfsleider van een autoverhuurbedrijf op Schiphol is Judith vaak afhankelijk van de ICT-afdeling van het moederbedrijf. “Klanten vinden ons op het internet, zoeken een model uit en kiezen de verhuurperiode. Nadat ze akkoord gaan met de prijs en de boeking afronden regelen wij alles, van vluchtwijziging tot upgrade. En dat verwachten onze klanten ook. Gelukkig heeft onze ICT-partner onze processen zoveel mogelijk geautomatiseerd, zodat we meer tijd kunnen besteden aan het contact met onze klanten. Voorheen vulden mijn medewerkers handmatig de formulieren in, waardoor ze onze klanten moesten laten wachten. Nu is de afhandeling een stuk sneller en krijgen we veel vaker een duimpje omhoog. Daar doe je het voor!”



Het vastleggen van doelen

Welke resultaten mag je verwachten van een dienstverlenende instantie? Dat hangt eigenlijk af van de afspraken die je hebt gemaakt. Wil je dat beide partijen zich aan deze afspraken houden, dan is het aan te raden ze vast te leggen. Een Service Level Agreement (SLA) biedt hier de uitkomst!

De beoogde prestaties moeten voorafgaand aan een project of het verlenen van de dienst al worden besproken, een traject dat vaak flink wordt onderschat. Toch is het een belangrijke stap om de wensen van zowel de klant als de dienstverlener op papier te zetten. Vaak heb je als dienstverlener weinig invloed op de producten die je levert. Het echte verschil maak je door perfect in te spelen op de wensen en eisen van je klant. Met een sterke SLA kun je jezelf dus echt onderscheiden in de markt.



Manage verwachtingen

Een SLA is een overeenkomst tussen een dienstverlener en zijn klant. Het bevat een beschrijving van de dienst of producten die worden geleverd. Bovendien worden er bepaalde eisen in vastgelegd voor de kwaliteit van de dienstverlening. Om een sterke SLA op te kunnen stellen is het dus belangrijk om de wensen en eisen van de klant goed in het vizier te hebben. Maar het is minstens zo belangrijk om de verwachtingen goed te managen. De invloed die je als dienstverlener kunt uitoefenen op de markt is immers niet onbeperkt. In de praktijk heb je namelijk te maken met een hele keten aan partijen die allemaal hun eigen manier van werken hanteren. Stel jezelf dus de vraag: wat is de kracht van mijn dienstverlening en hoe kan ik aan de prestatiedoelstellingen voldoen?

Prestatie-indicatoren opstellen

De stap is gezet. Je zit om de tafel met je klant en jullie zetten samen de belangrijkste afspraken op papier. Maar hoe werk je deze nou zo uit dat iedere partij in de keten weet waar ze aan moeten voldoen? Dat is nog een flinke uitdaging die niet onderschat mag worden. Het is vooral belangrijk om de prestaties SMART vast te leggen, zodat de resultaten specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden zijn. In een dienstverleningscontract worden de prestatiedoelstellingen vaak KPI's genoemd, *key performance indicators*. Deze KPI's zorgen ervoor dat de kwaliteit van de dienstverlening veel gemakkelijker kan worden gemeten. De expliciete beoordeling vindt plaats tijdens het toetsen van de afgesproken prestatie-indicatoren (KPI's).

Kink in de kabel

Gedurende de contractfase kan de dienstverlening ook impliciet worden beoordeeld, bijvoorbeeld wanneer de klant merkt dat er niet aan de afgesproken prestaties wordt voldaan. Hoe ga je hiermee om? Je kunt elkaar hard afrekenen op het niet nakomen van afspraken, of juist weer met elkaar in gesprek gaan. De eerste stap is in ieder geval altijd om uit te zoeken waardoor de afspraken niet zijn nagekomen. Heeft een leverancier in de keten niet op tijd zijn producten afgeleverd? Of blijken de prestatieafspraken bij nader inzien niet te passen bij de dienstverlening? Door de oorzaak te achterhalen kun je op de juiste manier op de situatie reageren. Zo kan een negatieve ervaring in de dienstverlening worden omgebogen in een sterk bewijs van klantgerichtheid en aanpassend vermogen.

Verhoog jouw dienstverlening

Het mag duidelijk zijn dat het maken van afspraken rondom je dienstverlening niet eenvoudig is, maar wel heel belangrijk. Vraag jij je af hoe jouw organisatie een goed geformuleerde SLA opstelt met bijbehorende KPI's en wat je moet doen als het bestaande proces niet werkt? Neem contact met ons op en wij helpen je verder.



Hoge betrouwbaarheid

Daan is als manager bij een maaltijdservice verantwoordelijk voor het contact met de toeleveranciers. "Tegenwoordig kunnen we onze klanten 100% levergarantie bieden. Dat was vroeger wel anders. Toen werkten we met een leverancier die regelmatig de verkeerde producten leverde, of waarbij producten veel te laat binnen kwamen. Hierdoor konden wij de bestellingen van onze klanten niet op tijd of zelfs helemaal niet leveren. Bij de overstap naar een nieuwe leverancier heb ik alle afspraken dan ook goed vast laten leggen. Onze klanten kunnen er nu op vertrouwen dat we ze leveren wat ze bestellen, op het afgesproken tijdstip. We meten constant onze prestaties en die van onze toeleveranciers, waardoor we problemen voor zijn en op tijd bij kunnen sturen. Dit zien we terug in de resultaten van onze klanttevredenheidsmetingen, de basis voor onze dienstverlening."



De klant bepaalt de kwaliteit

Kwaliteit kun je in allerlei vormen meten en vaststellen, maar er is uiteindelijk maar één waarde van belang: de ervaring van de klant. Natuurlijk is dit gedeeltelijk afhankelijk van smaak, maar je hebt als organisatie altijd invloed op de klantbeleving. Uiteindelijk gaat het allemaal om de perceptie.

Bij klantbeleving gaat het om meer dan alleen het inzetten van een goed product of sterke dienst tegen een marktconforme prijs. Producten kun je overal aanschaffen en prijzen wijken nooit veel af. Waar onderscheiden organisaties zich dan mee? Met hun service! Het verzorgen van een goede dienstverlening kenmerkt een organisatie. Het achterblijven daarin trouwens ook.

Een paar voorbeelden

Je herkent het vast wel. Je staat aan de kassa en het personeel is drukker met elkaar bezig dan met jou, de klant. En hoewel je al een keuze hebt gemaakt voor een product of dienst en ook akkoord was met de prijs, verlaat je de winkel toch met een vervelend gevoel. Een ander voorbeeld: je hebt een online bestelling geplaatst. De koerier laat je weten binnen een bepaalde periode bij je langs te komen om het pakketje af te leveren. Je zorgt dus dat je thuis bent en baalt als ze niet komen opdagen. Sterker nog, veel later wordt het pakket alsnog geleverd zonder berichtgeving vooraf. Hoewel de uiteindelijke dienst is geleverd houd je er in beide gevallen geen positief gevoel aan over. De totale klantbeleving was namelijk onder de maat.

Vijfsterrenservice

Het mag duidelijk zijn: een goede service is heel belangrijk. Maar wat houdt dat in? Service kan worden onderverdeeld in zogenaamde harde en zachte kenmerken. De manier waarop aan prestatie-indicatoren wordt voldaan vormt een hard kenmerk. Onder zachte kenmerken verstaan we de perceptie van de klant zelf. Hierbij wegen communicatie, houding en gedrag zwaar mee. Organisaties sturen regelmatig enquêtes uit naar hun klanten om ze te vragen een waardering te geven voor de dienstverlening, bijvoorbeeld op een schaal van een tot vijf sterren. Door de antwoorden van deze enquêtes zorgvuldig door te lezen kun je erachter komen wat de sterke kanten van jouw dienstverlening zijn en waar juist nog verbetering mogelijk is. Om altijd de vijf sterren te behalen blijken een aantal punten doorslaggevend te zijn. Communiceer vooral duidelijk wat de klant kan verwachten en handel hier ook naar. Mocht je een afspraak toch niet na kunnen komen, communiceer dit dan zo snel mogelijk en zoek samen met de klant naar een acceptabele oplossing. Bezorg de klant het gevoel dat er goed naar hem wordt geluisterd.

Moment van de waarheid

Uit onderzoek is gebleken dat een probleemsituatie tijdens de contractperiode de grootste mogelijkheid biedt op een nieuwe aankoop of contractverlenging. Dat klinkt misschien raar, want je verwacht dat juist een constante en smetteloze service de doorslag geeft. We leggen het uit. Een goed werkende dienstverlening wordt vaak als vanzelfsprekend ervaren, maar er zijn vaak allerlei factoren en partijen bij betrokken. Grote kans dus dat er ergens in het proces iets misgaat. Juist wanneer de dienstverlening hapert kun jij je als organisatie onderscheiden. Als een probleem zich voordoet kun jij als organisatie laten zien hoe je hiermee omgaat. Gebruik deze moments of truth om de klant te laten zien dat je hem belangrijk vindt en serieus neemt en zorg ervoor dat je alles naar volle tevredenheid oplost. Het draait bij een onderscheidende dienstverlening tenslotte om de perceptie van de klant!



Een sterke dienstverlening

Het uitzendbureau waar Jos werkzaam is als ICT-manager is helemaal over op het nieuwe werken. Alle vaste computers gingen eruit en daar kwamen laptops en flexplekken voor in de plaats. “Onze consultants en recruiters zijn veel onderweg en zitten vaak maar een aantal uur per week op kantoor. Zij moeten echt plaats- en tijdsafhankelijk kunnen werken én samenwerken. De overgang naar de nieuwe manier van werken was wel een flinke uitdaging. De techneuten van onze ICT-leverancier hebben uiteindelijk een heel weekend keihard door moeten werken om alles voor elkaar te krijgen. Dat is nog eens commitment! Op maandag stond alles geïnstalleerd voor onze medewerkers en ze hebben geen moment last gehad van de overgang. Hierdoor konden ze meteen weer aan de slag voor onze klanten!”



*De kracht van
smart sourcing
in 45 seconden*



Bekijk de video →



Mensen zijn altijd de motor

Als je twee organisaties naast elkaar zet die ongeveer hetzelfde doen is er vaak maar één factor die het verschil maakt: de mensen. Het is juist die menselijke component die ervoor zorgt dat processen functioneren zoals het hoort. Goede service wordt verleend en gemaakt door mensen, vaak ondersteund door krachtige systemen en procedures.

Onze wereld wordt gekenmerkt door snelheid en dynamische ontwikkeling. Via social media vertelt men elkaar razendsnel dat de service of een product van een bedrijf niet goed genoeg is. Zo is iedereen binnen no-time op de hoogte. Slechte customer service wordt online dus gelijk ongenadig afgestraft. Niet voor niets houden organisaties continu bij hoe klanten over ze denken. De Net Promotor Score is bijvoorbeeld een steeds belangrijkere factor geworden voor marketeers en dienstverleners. Organisaties waarvan de medewerkers getraind zijn om een uitstekende service te leveren scoren hier een stuk hoger. Een focus op de ontwikkeling van mensen en teams loont je organisatie dus dubbel en dwars de moeite.

Kennen en kunnen

Elke organisatie moet investeren in zijn mensen. Medewerkers zijn een stuk waardevoller wanneer ze een bepaalde kennis werven en die ook op peil houden. Dit gaat in de eerste plaats over de vakkennis, maar ook over de kennis van de eigen organisatie en haar diensten. En bovenal de kennis van eigen producten en de dienstverlening richting klanten. Daarnaast wil je als organisatie mensen werven die een bepaalde vaardigheid bezitten, die iets kunnen wat het verschil kan maken in de relatie met de klant. Servicedeskmedewerkers moeten bijvoorbeeld goed tussen de regels door kunnen luisteren en op een adequate manier datgene bieden waar de klant echt behoefte aan heeft.

Intrinsieke motivatie

Vaardigheden zijn deels aangeboren en deels aan te leren. Een belangrijke voorwaarde is dat mensen willen leren en zichzelf willen ontwikkelen om zo de relatie met de klant te verbeteren. Deze motivatie om het beste uit zichzelf te halen is lastig af te dwingen of te besturen. Het is een factor die ontstaat als de randvoorwaarden gunstig zijn. Het ingewikkelde is dat die randvoorwaarden per individu kunnen verschillen. Hoe ga je nou te werk? Het is vooral belangrijk om te weten hoe tevreden iedere medewerker is in zijn of haar functie. Bepaal vervolgens welke factoren de tevredenheid van werknemers negatief beïnvloeden en probeer ze weg te nemen.

De rol van leidinggevendenden

Als gevolg van de complexiteit en het tempo waarin veranderingen plaatsvinden moeten leidinggevendenden in toenemende mate vertrouwen op de deskundigheid en het beoordelingsvermogen van hun eigen medewerkers. In organisaties is het improvisatietalent, het teamwerk tussen verschillende professionals en de toewijding aan het vak essentieel voor succes. Zo verandert de traditionele rol van de manager en komt er steeds meer behoefte aan leiders die verbinding weten te creëren tussen mensen en een effectieve samenwerking tot stand kunnen brengen. Van werknemers wordt op hun beurt meer zelfmanagement verwacht, een verantwoordelijkheid die de steeds hoger geschoolde werknemers ook aankunnen. Toch blijft er een behoefte aan systematiek, planning, organisatie en controle binnen teams. Daar waar processen moeten worden beschreven en systematisch denken gevraagd wordt blijft management van groot belang.



Medewerkers kunnen optimaal werken

Als manager van de ICT-afdeling van een grote verzekeringsmaatschappij was Veerle nauw betrokken bij de migratie naar Office 365. "Onze organisatie wil de medewerkers flexibeler kunnen laten werken. Hiervoor hadden we andere tooling nodig. Het delen van documenten en op afstand samenwerken gaat een stuk gemakkelijker dankzij Office 365." Een nieuwe manier van werken vraagt echt een flinke omschakeling van de werknemers van een organisatie. "Gelukkig kregen we veel ondersteuning van onze ICT-dienstverlener. Zij hadden instructiekaarten klaarliggen en stuurden op gezette tijden informatiemails naar onze medewerkers. Daardoor waren zij al vóór de migratie voorbereid en konden ze snel met de nieuwe tooling aan de slag."



Smart sourcing: de sleutel tot een optimale dienstverlening

Het is vaak lastig om de vinger op de zere plek in de dienstverlening te leggen. Met smart sourcing vinden we een oplossing voor ieder knelpunt. Zo maken we je organisatie doeltreffender en stimuleren we prestatiegericht innoveren.

Deze brochure geeft inzicht in de basisprincipes van smart sourcing. Ga aan de slag met de regievoering in jouw organisatie en breng processen duidelijk in kaart. Leg prestaties vast en laat je klant de kwaliteit beoordelen. Verdiep je bovendien in de waarde van goed personeel. Zij zijn immers de belangrijkste schakel voor een succesvolle uitrol van smart sourcing.

Ben je benieuwd hoe jouw organisatie met de inzet van smart sourcing optimaal kan presteren? Wij komen graag langs. Door middel van een scan stellen we de huidige situatie vast en bepalen samen met jou waar de verbeterpunten liggen. Zo krijg jij meer grip op je dienstverlening!



Henno Vos

hennovos@acknowledge.nl



Acknowledge

Burgemeester Mollaan 80
5582 CK Waalre

T: 040 - 254 44 30
E: info@acknowledge.nl
W: www.acknowledge.nl

©2019 - Acknowledge