

Nog betere serviceverlening voor web- en telesalesklanten T-Mobile

## Elektronisch contract AMP Logistics maakt

**De tijd dat de periode tussen een bestelling van een mobiel abonnement met toestel via web of telefoon minimaal enkele dagen vergde, ligt inmiddels ver achter ons. Tegenwoordig kan aan de deur – vaak al de dag na de bestelling – de order afgewikkeld worden. Toch is T-Mobile daar, in samenwerking met AMP Logistics, een stap verder in gegaan. Hoe dat zit vertellen Marieke Snoep van T-Mobile en Marco van der Klij van AMP Logistics.**

door Marco Mekenkamp

Logistieke dienstverlening binnen de telecom stelt andere eisen dan in andere markten gebruikelijk is, vertelt Marco van der Klij, Managing Director van het in Utrecht gevestigde AMP Logistics. Een mobiele telefoon moet namelijk meestal persoonlijk in ontvangst worden genomen en er dient bovendien ook een contract te worden getekend. Dit vereist dat de beveiliging van persoonsgegevens informatie optimaal is, maar ook dat de bezorging tot in alle details is ingericht op gemak en klantvriendelijkheid. “Zaken waarin AMP Logistics met T-Mobile nu een nieuwe norm neerzet”, meent Van der Klij.

### Model

Het op afspraak bezorgen van een mobiele telefoon is natuurlijk allang gemeengoed binnen de telecom. Maar er waren nog genoeg mogelijkheden om dit nog klantvriendelijker te maken, vindt Marieke Snoep, bij T-Mobile Directeur Sales Operations & Procesmanagement. “Een belangrijke verbetering werd doorgevoerd toen onze klanten in staat werden gesteld om zelf de levering te plannen via een online applicatie. Na bestelling in onze webshop of via de telefoon ontvangt de klant een e-mail van AMP Logistics met de orderbevestiging en daarin een directe link naar een online afspraakplanner. De klant voert daar zelf het gewenste afleveradres in en plant de afspraak in om het abonnement in orde te maken.” Maar hoewel dat een hele verbetering was, bleek er nog meer mogelijk. “Inderdaad”, bevestigt Marieke Snoep. “Punt is dat de chauffeur die de levering deed met een ingevuld papieren contract aan de deur kwam. Maar helaas stonden daar nog wel eens fouten in.” Een aanpassing kon dan niet zomaar gemaakt worden in verband met mogelijke fraude of betalingsrisico's. Zoiets kon bijvoorbeeld fout gaan met een klant die als voornaam Marco heeft, maar als voorletters J.J.M. Als dan alleen de M als voorletter is geregistreerd – en dat is toch niet onlogisch – dan constateerde de chauffeur een afwijkende naam en kon de bestelling niet geleverd worden. “Exact. En dat leverde boze klanten op. Want hoewel je altijd goed moet

letten op internetfraude en diefstal van identiteit zijn vrijwel alle klanten goedwillende mensen. En dan is zo'n voorval uiterst vervelend.”

### Klantvriendelijker

Dat moest dus anders, en AMP Logistics en T-Mobile gingen tezamen een traject in om dit proces nog klantvriendelijker te maken. Marieke Snoep: “T-Mobile heeft Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen als speerpunt en één van de uitvloeisels daarvan is de *paperless office*. Bij de shops van T-Mobile hebben wij al het elektronische contract ingevoerd; daar komt geen papier meer aan te pas. Connexie heeft daar al verschillende keren over geschreven. Wij wilden hetzelfde bereiken voor de klanten die via web of telefoon bestellen.”

Dat realiseerde AMP Logistics. Marco van der Klij: “We zijn, net als in de winkels, overgegaan op het elektronische contract. De chauffeur komt nu bij de klant aan huis met een tablet waarop de klant een handtekening kan zetten. Deze zogenoemde biometrische handtekening is vanzelfsprekend ook goed beveiligd, net als de andere gegevens. Maar het belangrijkste is dat tot het laatste moment wijzigingen in het contract kunnen worden doorgevoerd. Zoals in het eerder gegeven voorbeeld, met de voorletters, vindt er direct online een check met de backoffice van T-Mobile plaats om te zien of deze wijziging doorgevoerd kan worden. Wanneer de klant de handtekening heeft gezet, ontvangt hij of zij het contract in digitale vorm via e-mail. De chauffeur overhandigt de telefoon en simkaart, en de klant kan direct bellen.”

Dat klinkt goed, maar dan moeten de chauffeurs die de bestelling komen afhandelen wel erg goed hun best doen. Klanten kunnen zich immers afvragen wat er precies met hun gegevens gebeurt en wat ze nu eigenlijk ondertekenen op zo'n tablet. “Goed opgemerkt”, stelt Marco van der Klij. “De chauffeurs spelen inderdaad een cruciale rol in het geheel en daar worden ze ook op geselecteerd. De chauffeur is het visitekaartje van in dit geval T-Mobile. Wanneer een bestelling via telefoon of web gedaan wordt, is de chauffeur

## dienstverlening klantvriendelijker



de enige persoon die de klant in levende lijve te zien krijgt. De chauffeurs worden daarom ook zorgvuldig opgeleid om het contact met de klant tot alle tevredenheid te laten verlopen. De chauffeur neemt ook de tijd om de handelingen die hij verricht toe te lichten. Wanneer de chauffeur het goed doet, zal de klant geen vragen meer hebben. En gezien de cijfers doen we dat heel goed.”

### Meer voordelen

De voordelen lijken duidelijk. De klant kan het tijdstip van levering van de bestelling zelf bepalen, kan de plaats zelf bepalen (een afwijkend afleveradres, bijvoorbeeld op het werk, is ook mogelijk) en ook wijzigingen kunnen tot op het laatste moment worden doorgevoerd. Bovendien komt er geen papier meer aan te pas, hetgeen ook enorme voordelen oplevert. “Maar er is meer”, weet Marieke Snoep. “Ook onze retentiekanten maken via de online afspraakplanner een afleverafpraak bij AMP en sinds kort hebben we een dusdanige geïntegreerde dienstverlening dat men direct na bestelling al een afleverafpraak kan maken. Dus vandaag besteld is morgen in huis. Daarnaast is het aantal *service*

*calls* dat verband houdt met navraag over de levering enorm gedaald. Vroeger, en dan heb ik het over een jaar of twee geleden, belden 20 van de 100 klanten die een bestelling via web of telefoon hadden gedaan over hun bestelling. Sinds AMP al onze consumentenleveringen verzorgd is dat gedaald tot 1 op de 400 klanten.”

### Veiligheid

Allemaal positieve geluiden dus, maar hoe zit het met de beveiliging? De laatste tijd hoor je steeds meer over hackers die persoonsinformatie weten te achterhalen. Marco van der Klij: “De perfecte bescherming van persoonsgegevens is inderdaad cruciaal. Ons systeem gebruikt een volledige integratie met de backoffice van T-Mobile. Alle mogelijke beveiligingen zijn hierin voorzien en alle data worden versleuteld verstuurd over een beveiligde verbinding. Vanzelfsprekend worden gegevens door ons ook alleen maar verzameld en aan T-Mobile doorgegeven. AMP gebruikt de gegevens dus niet en slaat deze ook niet op. De beveiliging van gegevens heeft bij de ontwikkeling van ons systeem vooropgestaan.”