

Klantgerichtheid met oog voor ontwikkeling

(geplaatst in het juli nummer van het blad "Management Info")

De consument wordt steeds mondiger, veeleisender en individualistischer. Bedrijven zijn genoodzaakt hun klanten gericht te woord te staan, het liefst op ieder gewenst moment. Lijnrecht tegenover deze ontwikkeling staat het feit dat de toenemende concurrentie ervoor zorgt dat organisaties steeds efficiënter moeten omspringen met hun menskracht. Het bedrijfsleven vond een oplossing voor het probleem in de vorm van het 'call center'. Met dit systeem kan de klant op ieder moment van de dag via de computer worden geholpen. Een oplossing die efficiënt is, maar ook een enorme investering vraagt. Voor veel bedrijven bleek het 'callcenter' onhaalbaar. Audiotex Nederland B.V. biedt aan dergelijke bedrijven een oplossing in de vorm van een semi-callcenter. De apparatuur staat niet onder beheer van het bedrijf zelf, maar is ondergebracht bij Audiotex. De betreffende klant betaalt een vergoeding per minuut voor het gebruik van het serviceplatform. Als snel bleek dit een ideale oplossing voor kleinere organisaties en bedrijven die eerst ervaring willen opdoen met het fenomeen callcenter. Audiotex biedt niet alleen de technische oplossing, maar verzorgt een complete dienstverlening op maat. Gecombineerd met de nieuwste technologie en een sterk toekomstgerichte visie leidde dit tot de huidige succesvolle bedrijfsvoering.

Drs. Ing. Dick Bakker, Managing Director van Audiotex, licht toe hoe zijn bedrijf is gegroeid vanuit een duidelijke visie. 'Bij Audiotex leveren we een dienst aan onze klant. De klant gebruikt onze toepassing vervolgens om zich verder te profileren op de markt. Wij proberen daar zoveel mogelijk in te ondersteunen. Onze kernwoorden zijn flexibiliteit, snelheid, betrouwbaarheid, vriendelijkheid en een gunstige prijs. Deze kenmerken komen in al onze diensten naar voren. Onze klanten weten dit en hebben het voordeel van onze aanpak ondervonden. Om mee te gaan in de ontwikkelingen hebben we sinds kort ook onze dienst uitgebreid met een internettoepassing. Ook op dit vlak opereren we vanuit onze bestaande filosofie. De klant brengen naar meer succes, daar is onze hele dienstverlening op gericht.'



Functioneel

Bij Audiotex gebeurt de samenwerking met een klant in verschillende fases. Het bedrijf is functioneel georganiseerd, wat wil zeggen dat het is ingericht in verschillende onderdelen. Een efficiënte oplossing, zo bleek uit de resultaten van de afgelopen jaren. De bedrijfswetenschappelijke achtergrond van Dick Bakker speelde een belangrijke rol bij de indeling. Gecombineerd met een computertechnische studie leidde dit tot een zeer strategische oplossing. De afdeling marketing en sales is gericht op de voorlichting en werving van potentiële klanten. Wanneer een klant de samenwerking met Audiotex toezegt, komt hij in aanraking met de afdeling werkvoorbereiding. In deze cruciale fase van de samenwerking wordt tot in detail bepaald wat de wensen zijn van de klant en hoe deze wensen in de praktijk worden vertaald. Nadat Audiotex samen met de klant een compleet ontwerp gereed heeft, volgt de studio-opname van de 'vaste teksten', ingesproken door een professionele stem onder regie van een Audiotex-medewerker. Vervolgens worden de opnames gedigitaliseerd en bouwt de afdeling Techniek & Productie de applicatie. De afwerking van het geheel valt onder de afdeling Operations. Dit bedrijfs onderdeel regelt het servicenummer, activeert de applicatie, verzorgt de

managementrapportage, verricht eventuele fullfillment en bewaakt in het verdere verloop de de functionaliteit van de toepassing.

Visie

De efficiënte en doelgerichte manier van werken is tekenend voor de visie van Audiotex. Klantgerichtheid is bij dit bedrijf het codewoord. Dick Bakker: 'Al onze beslissingen, ontwikkelingen en applicaties zijn afhankelijk van de wensen en behoeften van de klant. Daar staat of valt ons bedrijf mee. Daarom bieden wij niet alleen de techniek, maar ook een unieke service. Een klant die met ons in zee gaat, kan rekenen op een volledige dienstverlening. Belangrijk is daarbij dat wij dit werk nooit als een routineklus zien. Iedere klant is uniek en heeft zijn eigen opvattingen en strategieën. Wij zijn ons hier van bewust en passen ons volledig aan aan de klant. De effectiviteit van ons 'maatwerk' blijkt uit het feit dat onze klanten uit meest uiteenlopende branches komen.' Naast deze klantgerichtheid staat kwaliteit hoog in het vaandel bij Audiotex. Met de nieuwste technieken wordt de computerstem zo natuurlijk mogelijk gemaakt. De zinnen bestaan uit verschillende losse componenten, maar deze delen hebben altijd dezelfde sterkte, kleur en stemming en worden op een natuurlijke manier met zinspositie-afhankelijke intonatie aan elkaar gevoegd.

Internet

Audiotex is een toekomstgericht bedrijf. Alleen door mee te gaan met de huidige ontwikkelingen in automatisering is het mogelijk om de klant te blijven steunen. De stap naar het Internet lag daarom voor de hand. Bedrijven willen hun klanten immers op alle kanalen kunnen voorzien in informatie. Audiotex specialiseerde zich daarom in Internettoepassingen gericht op de combinatie met voice-response. De Integratie van WWW en IVR biedt een scala aan nieuwe mogelijkheden. Voorbeelden van diensten die Audiotex op dit gebied levert, zijn real time monitoring, het on-line oproepen van statistische informatie, het online wijzigen van applicatiesturingsparameters en het bouwen van applicaties waarbij gemeenschappelijke databases gewenst zijn. Met deze toepassing maakt het niet uit of men een brochure aanvraagt via IVR of het internet, beide aanvragen komen in dezelfde database terecht. Het ontwikkelen en hosten van gewone internetsites behoort ook tot de mogelijkheden. Audiotex gaat mee in de ontwikkeling en biedt de klant alle mogelijke oplossingen, ook op het gebied van betaalsites. Ondanks de vele vernieuwingen blijft de dienstverlening te allen tijde gericht op dezelfde visie: klantgericht te werk gaan, met constante zorg voor kwaliteit. De medewerkers werken volgens dit uitgangspunt en houden te allen tijde het volgende credo aan: 'kom na wat je belooft'. Een eigenschap die leidt tot een succesvolle en effectieve dienstverlening.