

Google, apps en thuiswerken bij SOS International



Bij SOS International wordt niet gesproken over agents, maar over *hulpverleners*. De medewerkers hebben duidelijke vrijheden en verantwoordelijkheden. Ze mogen ook thuiswerken, maar kiezen net zo graag voor het kantoor. Deel twee in het tweeluik 'het *andere* contactcenter'.

In de wereld van hulpverlening is de afgelopen jaren veel veranderd. Victor Geskes (foto rechts), COO bij SOS International illustreert dat met een uitspraak van een hulpzoekende toerist: 'Ik zit twee centimeter onder Lyon'. Tegenwoordig zijn er mensen die klagen dat ze zich bij hun vervangend vervoer tijdelijk moeten zien te redden zonder navigatiesysteem. Ook binnen SOS International wordt volop met slimme systemen gewerkt. Een deel van de intelligentie en complexiteit kan naar de voorkant worden gebracht. Net als de ANWB (zie CR&T 9) heeft ook SOS International een app ontwikkeld voor hulpverlening. Alex Hollemans, teammanager mobiliteit: "Normaal gesproken ga je bellen als je pech of schade hebt. Tachtig procent van de Nederlanders heeft een smartphone. Wij willen de klant stimuleren de *SOS op Reis*-app te gebruiken. Op die manier wordt bij hulpvragen bepaalde informatie automatisch doorgegeven. Thuis kunnen bij de installatie van de app alvast basisgegevens worden ingevuld, zoals bij welke partijen men verzekerd is voor zaken als pech, schade, reizen en ziektekosten." Wanneer iemand daarna hulp zoekt, moet de gebruiker van de app twee eenvoudige stappen doorlopen: het soort probleem benoemen en kiezen voor 'bellen' of 'bel mij'. De hulpvrager kan aanvullende informatie meesturen, zoals het aantal personen waarmee wordt gereisd of bijzonderheden aan de auto. Deze informatie gaat bij gebruik van de app naar SOS International, samen met de GPS-gegevens van de aanvrager.

Kanaalsturing Personen die de app gebruik om een melding te doen, ontvangen direct een sms met daarin een ontvangstbevestiging. Vervolgens gaat een hulpverlener van SOS de klant bellen. SOS International rolt de app uit via de opdrachtgevers die mee doen: onder meer DeltaLloyd, Ohra, Reaal, Routemobiel en VvAA. Zij moeten hun verzekerden informeren over het bestaan van de app. Als verzekeraars zelf al een app hebben, wordt gestreefd naar integratie van de SOS-app. Bellers krijgen via een mededeling informatie over deze app: het gebruik van de app kan voorkomen dat je in een wachtrij belandt. Toch heeft SOS International met de app geen kanaalsturing voor ogen. "De reacties op de app zijn positief, maar we hebben

niemand echt uitgelegd hoe je hem moet gebruiken. Er zijn meer dan 120.000 downloads geweest, gemiddeld zo'n 300 per dag", aldus Geskes.

App als USP Al is hij ontwikkeld met klantvriendelijkheid als uitgangspunt, de app levert ook de nodige efficiencyvoordelen op, legt Hollemans uit. "SOS International werkt niet met een eerste of tweede lijn. Het aanmaken van een dossier kost de hulpverlener minder tijd als de hulpvraag via de app binnenkomt." En verder is de app een USP voor de verzekeraar, want ver-

tweemaal telefonisch contact: bij het bespreken van de oplossing en na het doorvoeren van de oplossing. "Bij de 'bel-mij'-optie streven we er naar binnen enkele minuten terug te bellen, in het hoogseizoen zal dat vermoedelijk wat langer duren", zegt Hollemans.

De app wordt nu met name ingezet voor het grootste volume: de mobiliteitsvragen. In een later stadium zal de app ook worden uitgerold voor medische kwesties, waar "de dossiers vrijwel altijd complexer van samenstelling zijn: first time fix is daar vrijwel uitgesloten."



zekerden gaan de komende tijd meer nadenken over bij welke alarmcentrale hij het snelst wordt geholpen, verwacht Hollemans. Op die manier gaat de app een rol spelen in de klanttevredenheid. "Je kunt bijvoorbeeld heen en weer sms'en; na tien minuten een sms ontvangen is minder erg dan tien minuten in een wachtrij staan." SOS International zet desondanks niet in op instant messaging. Bij een melding is er altijd

Mandaat voorkomt duiventil SOS International maakt bij de internationale hulpverlening gebruik van een internationaal netwerk. Geskes licht toe: "We maken deel uit van een netwerk van alarmcentrales over de hele wereld. Binnen de belangrijkste landen hebben we contracten met vaste partners. Alle providers zitten in een Google database, wat gemakkelijk te combineren is met Google Maps. Verder is er in-

zicht in bijvoorbeeld de voorraden van partners in vervangend vervoer. We gebruiken workflow management software, waarin ook de kaders en randvoorwaarden van opdrachtgevers zitten: bijvoorbeeld hoeveel vervangend vervoer je als hulpverlener mag inzetten in bepaalde situaties. Binnen zo'n kader hebben hulpverleners wel een behoorlijk mandaat om te variëren. Omdat je die vrijheid biedt binnen het werk – mensen moeten blijven *nadenken* – is het hier ook geen duiventil." Medewerkers hebben vrijheid, zo lang ze maar vastleggen en kunnen uitleggen waarom ze iets doen, aldus Hollemans. Dat is ultieme verantwoordelijkheid.

Vooruitgang? Hoe kijken Geskes en Hollemans aan tegen de ontwikkeling van dienstverlening door contactcenters in Nederland? Ze zitten op dezelfde lijn als Marga de Jager van ANWB Alarmcentrale, zo blijkt. Hollemans licht toe: "In vergelijking met vijf jaar geleden is het sterk verbeterd. Bij de Belastingdienst wisten ze precies wie ik was. Een wachttijd van tien minuten is niet meer normaal, maar je maakt het nog wel mee. Ook first time fix is zelden aan de orde." En Geskes: "Bij mijn verhuizing onlangs ging veel mis met het internet. De oplossing die geboden werd was niet goed, maar ik werd wel op een goede manier behandeld door het callcenter. Mensen moeten capabel zijn, maar ook een mandaat hebben om problemen op te lossen." Dat mandaat is ook de reden dat SOS International geen eerste of tweede lijn heeft. Alleen voor opdrachtgevers die verschillende diensten bij SOS hebben ondergebracht, wordt gewerkt met een frontoffice – een soort dispatchfunctie. Geskes:

"Onze visie is dat als je een probleem hebt, je een mens aan de lijn krijgt. Dat maakt de functie van de medewerkers aan de telefoon ook rijker. We zien natuurlijk reacties als klanten langer moeten wachten, maar onze ervaring is toch dat als bij een langere wachttijd het probleem goed wordt opgelost, de klant dat laatste het belangrijkste vindt en de wachttijd snel is vergeten."

Thuiswerken Zonder IVR's en eerste en tweede lijn heb je wel iets anders nodig om flexibel om te kunnen gaan met pieken in het verkeer. "Een derde deel van onze medewerkers bestaat uit telewerkers", aldus Hollemans. "Die kunnen we snel bijschakelen. Verder doen we veel aan onderzoek en forecasting: we roosteren nauwkeurig op pieken. Thuiswerken is bij ons volledig geaccepteerd, met name voor de hulpverleners. Het is wel vooral bedoeld voor piekbelasting. Bijna iedereen heeft tegenwoordig een breedbandverbinding en thuis is het een stuk rustiger – als het hier druk is, kan het gemakkelijk een gekkenhuis worden. We spreken met medewerkers af dat ze in een aparte kamer werken met goede spullen, maar we gaan dat niet actief controleren – dat is een kwestie van vertrouwen." De thuiswerkers werken volledig zelfstandig: ze worden volgens Hollemans niet op een speciale manier aangestuurd. De meeste mensen die voor thuiswerken kiezen, combineren dat nadrukkelijk met kantoordagen. Hollemans: "We hebben afgesproken dat de verhouding fiftyfifty moet zijn. Je pikt dan alle veranderingen goed op. Er is verder niet veel behoefte aan expliciet beleid, want de meeste mensen willen niet meer dan een tot twee dagen thuiswerken."

Daarnaast speelt mee dat in veel situaties – en vooral in de hoogtijdagen – er ook afspraken worden gemaakt over onderlinge samenwerking in teams. Taken die uit complexe hulpvragen voortkomen worden dan verdeeld over meerdere hulpverleners, legt Geskes uit. “Het gaat om meer dan alleen het aannemen van telefoontjes. Niet iedereen spreekt Grieks en kan zelf met lokale partners in Griekenland onderhandelen over hulpverlening.”

Social media Omdat SOS International in hoofdzaak een facilitair dienstverlener is, wordt vooral uit naam van andere partijen gewerkt. Geskes: “We komen daardoor zelf niet zo nadrukkelijk in beeld. We zijn als SOS wel actief op Facebook, Twitter en YouTube, maar meer in algemene zin. We kunnen niet namens al die merken op social media optreden of monitoren. Wel worden de social media gemonitord op voor onze organisatie belangrijke issues zodat we weten wat er op dat gebied leeft.” SOS International wordt wel op een andere manier geconfronteerd met social media: bij calamiteiten verschijnen er steeds meer en sneller filmpjes op bijvoorbeeld YouTube – materiaal dat soms schokkend van aard is, vindt Geskes. Volgens Hollemans is de actieve inzet van social media bij calamiteiten door SOS nog beperkt. “We communiceren vooral via de website.” Bij calamiteiten in het buitenland waarbij SOS International namens de Nederlandse alarmcentrales de coördinatie van de hulpverlening verzorgde (deze opdracht rouleert, red.) werd wel actief gebruikgemaakt van social media. In die situatie wordt er op de website van de alarmcentrale een aparte calamitei-

tenpagina geopend waarop alle informatie is te vinden over de calamiteit en de hulpverlening. Via Twitter en Facebook worden volgers van SOS International verwezen naar deze pagina. Op de arbeidsmarkt komt SOS geen noemens-

Over SOS International

SOS International werkt in Nederland voor leasemaatschappijen, banken en verzekeraars. Het bedrijf verzorgt medische hulp bij reisverzekeringen en ziektekostenverzekeringen en mobiliteitshulp bij pech en schade. Vanuit een frontoffice wordt hulpverlening rondom bankpassen geregeld. Ook biedt SOS International diensten zoals salvage, persoonsalarmering en hartbewaking op afstand. De activiteiten op het gebied van mobiliteit zijn het grootst in omvang. Jaarlijks verwerkt SOS International ongeveer 800.000 inkomende gesprekken. Er werken gemiddeld 220 fte aan hulpverleners. Er gelden verschillende service levels voor verschillende afdelingen, onder andere afhankelijk van de periode van het jaar: bij ‘mobiliteit’ wordt 80 procent binnen 60 seconden gehanteerd, in het hoogseizoen is dat 60 procent. Nieuwe medewerkers voor de frontoffice worden grofweg in vier weken opgeleid. Medewerkers voor de afdelingen mobiliteit en medisch – grotendeels hbo- en wo-niveau – doorlopen een opleidingstraject van een aantal maanden. Een nieuwe medewerker heeft een jaar nodig om alle facetten van de hulpverlening onder de knie te krijgen.

waardige problemen tegen. Er wordt al lange tijd samengewerkt met Creyffs. Dat uitzendbureau weet precies de juiste mensen te vinden, aldus Geskes. Toch onderzoekt SOS wel hoe de organisatie zelf personeel kan werven via social media zoals LinkedIn. &