

12^e NATIONAAL CONTACT CENTER BENCHMARK ONDERZOEK

Onafhankelijke standaard

In 2009 vindt voor het twaalfde achtereenvolgende jaar het onafhankelijk en openbaar Nationaal Contact Center Benchmark Onderzoek plaats. Het onderzoek voorziet in de behoefte aan kengetallen over de bedrijfsvoering binnen Nederlandse contact centers. Hiermee bent u als contact center manager in staat uw contact center te vergelijken met andere contact centers en hebt u dé business case voor verdere professionalisering van het eigen contact center in handen.

Extra aandacht voor de kredietcrisis

Omdat ook voor contact centers de effecten van de kredietcrisis merkbaar zijn, wordt dit jaar extra aandacht aan dit onderwerp besteed. Per blok is een aantal aanvullende vragen en verdiepingen toegevoegd om de aandachtspunten voor de contact center branche te onderscheiden en voor u inzichtelijk te maken.

Anonimiteit en niet-commercialiteit

Het Nationaal Contact Center Benchmark Onderzoek is uitdrukkelijk niet-commercieel van aard. De antwoorden van de individuele contact centers blijven volstrekt geheim. Geen enkele betrokken partij heeft toegang tot individuele contact center gegevens.

Het Nationaal Contact Center Benchmark Platform (NCCBP)

Voor meerjarige continuïteit is het joint-industry Nationaal Contact Center Benchmark Platform (NCCBP) opgericht. Het platform bewaakt de inhoudelijke kwaliteit van het onderzoek, de integriteit van de procedure en de toepassing van de resultaten.

Sponsoring

Het 2009 onderzoek wordt mogelijk gemaakt door de financiële bijdrage van de sponsors die vermeld staan op de omslag. Hierbij zijn de laatste sponsors Gemeente Maastricht en de Mammoetgroep niet opgenomen. De operationele uitvoering wordt verzorgd door MarketResponse in samenwerking met Telecommerce Magazine.

Invulinstructies

U vult de vragenlijst in (één vragenlijst per contact center) door per vraag het antwoord aan te kruisen dat het beste de situatie bij uw contact center per (eind) 2008 beschrijft. Er is een aparte vragenlijst voor inhouse contact centers en facilitaire contact centers de versie staat op de omslag vermeld. De vragenlijst is opgebouwd uit verschillende blokken. Binnen een blok met vragen kan het zo zijn dat niet alle vragen van toepassing zijn op uw organisatie. In dit geval kunt u de vraag openlaten. Wanneer u vragen heeft over het invullen, kunt u altijd contact opnemen met het NCCBP. Wilt u open vragen met blokletters invullen?

Ook makkelijk en snel via internet in te vullen

De vragenlijst is eind mei ook via internet beschikbaar: www.nccbp.nl, uw persoonlijke wachtwoord vindt u in de begeleidende brief (en is ook op te vragen via informatie@nccbp.nl).

Persoonlijk benchmarkrapport & Benchmark Event

Als dank voor uw deelname ontvangt u GRATIS uw eigen benchmarkrapport, waarin al uw gegevens worden vergeleken met de door u (achter in de vragenlijst) gekozen contact centers. Ook nodigen wij u van harte uit op het Benchmark Event, dat dit jaar op 8 oktober 2009 plaats zal vinden, waar o.a. de resultaten zullen worden besproken.

I. BEDRIJFSGEGEVENS

Indien u meerdere afzonderlijke operationele eenheden, c.q. deelcontact centers heeft, wilt u de vragenlijst dan invullen voor ieder (deel)contact center afzonderlijk. U kunt voor uw andere (deel)contact centers een aparte vragenlijst (www.nccbp.nl) aanvragen.

▶ **0. Hoeveel contact center vestigingen heeft uw bedrijf?**

■ ■ ■ ■

▶ **0a. Indien meerdere, zijn de vestigingen volledig geïntegreerd, dus werken deze als een virtueel contact center?**

Ja
 Nee

▶ **1. Voor welke branche werkte uw bedrijf in 2008 voornamelijk?**
(Maximaal 2 antwoorden mogelijk)

- Banken
- Verzekeraars
- Retail Food
- Retail Non-food
- Mobiliteit & toerisme
- Media
- Nutsbedrijven
- Industrie
- Telecommunicatie
- Zakelijke dienstverlening
- IT
- Gemeentes
- Overige Openbaar bestuur & overheid
- Postorderaars
- Liefdadigheid/vrijwilligheidorganisatie
- Woningcorporaties
- Gezondheids- & welzijnszorg
- Overige, nl.:

▶ **1a. Wat is de invloed van de kredietcrisis op het inschakelen van externen?**

▶ **2. Wat was in 2008 de verhouding tussen inbound en outbound?**

		O.i.v. de kredietcrisis		
		Meer	Minder	Gelijk
Inbound	■ ■ ■ ■ %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outbound	■ ■ ■ ■ %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Totaal	100 %			

▶ **2a. Indien u ook outbound heeft gebeld in 2008, hoeveel omzet heeft u hiermee (voor uw opdrachtgever) gerealiseerd?**

€ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

▶ **3. Welke functies werden in uw contact center vervuld in 2008 en wat was de belangrijkste functie?**
Service: klachtenafhandeling/helpdesk/
klantenservice (infodesk)

Vervuld **De belangrijkste**

Verkoop: verkoop/reserveringen/telemarketing/
lead generation
Data: marktonderzoek/databaseverrijking en
controle

4. Was er in 2008 een bewust beleid om bij
inkomende service gesprekken ook een verkoop
poging toe te voegen?

4a. Is dit beleid als gevolg van de kredietcrisis in
2008 aangepast?

5. Bij hoeveel procent van de inkomende service
gesprekken gold dit beleid? (gemiddeld per opdracht)

6. Wat was de conversie doelstelling en realisatie
op de service-sales gesprekken in 2008

6a. Hoeveel omzet heeft u in 2008 met deze service-
sales gesprekken gerealiseerd (voor u opdrachtgevers)?

7. Welke kanalen van klantcontact handelde uw
contact center in 2008 af en heeft de kredietcrisis
hier invloed op? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Live telefoon (exclusief IVR)
Telefoon IVR
E-mail/webmail
SMS
Post/fax
Co-browsing
Web chat
Skype
Gesprekken via een virtueel persoon online

7a. Is er onder invloed van de kredietcrisis een
beleid om (bepaalde) klanten of vragen naar een
bepaald kanaal te sturen?

7b. Hoe is het gelukt klanten of vragen naar een
bepaald kanaal te sturen?

7c. Welke doelstellingen zijn er voor het beleid voor
het sturen van kanaalgebruik opgesteld?

Vervuld De belangrijkste

Ja, bij % van de opdrachten

Nee **▶▶ ga door met vraag 7**

Ja, er worden meer verkoop pogingen gedaan

Ja, er worden minder verkoop pogingen gedaan

Nee

%

Doelstelling %

Realisatie %

€

Werd in 2008
gebruikt

O.i.v. de kredietcrisis
Meer Minder Gelijk

Nee **▶▶ ga door met vraag 8c**

Ja, maar dit is niet succesvol **▶▶ ga door met vraag 8c**

Ja, dit is succesvol

7d. Werd er in 2008 in het contact center gebruik gemaakt van Unified Communications?

Unified Communications is gericht op het versimpelen en integreren van alle vormen van communicatie. Het maakt het mogelijk een ontvangstkanaal te kiezen dat anders is dan het zendkanaal (bijvoorbeeld een voicebericht ontvangen in de vorm van een e-mail).

- Ja
 Nee, maar dit staat wel gepland voor de toekomst
 Nee

8. Wat was in 2008 het aantal **inbound** klant-contacten (incl. afgehandelde contact via selfservice) dat uw contact center afgehandeld heeft?

Totaal aantal afgehandelde inbound gesprekken in 2008

■■■■■■■■■■

waarvan ■■ % uitsluitend via selfservice (zonder live agent)

Totaal aantal afgehandelde inbound e-mails in 2008

■■■■■■■■■■

Totaal aantal afgehandelde inbound SMS in 2008

■■■■■■■■■■

Totaal aantal afgehandelde inbound post/fax in 2008

■■■■■■■■■■

9. Wat was in 2008 het aantal **outbound** klant-contacten dat uw contact center verwerkt heeft (excl. outsourcing)?

Totaal aantal outbound gesprekken in 2008

■■■■■■■■■■

Totaal aantal outbound e-mails in 2008

■■■■■■■■■■

Totaal aantal outbound SMS in 2008

■■■■■■■■■■

Totaal aantal outbound post/fax in 2008

■■■■■■■■■■

10. Wat was in 2008 de verhouding tussen de business-to-business contacten en business-to-consumer contacten?

- % Business-to-business
■■■ % Business-to-consumer

11. Nam het contact center in 2008 telefoontaken over van de receptie en/of gaat dit het komende jaar gebeuren?

- Ja, het contact center nam alle telefoonverkeer van de receptie over
 Ja, het contact center nam een gedeelte van het telefoonverkeer van de receptie over
 Nee, het contact center nam geen telefoonverkeer van de receptie over, maar komend jaar gaat dit wel gebeuren
 Nee, het contact center nam geen telefoonverkeer van de receptie over en dit gaat het komende jaar ook niet gebeuren

II. BUDGET VAN UW CONTACT CENTER

1. Tegen welke all-in (gemiddelde) prijs per uur werden de externe opdrachten verkocht?

Tegen een tarief van € ■■■■■ per uur telefoon
Tegen een tarief van € ■■■■■ per uur e-mail

2. De extra kosten die uw contact center maakt door "poor quality" van andere afdelingen

- Nee, extra kosten door "poor quality" waren niet bekend

(bijvoorbeeld onnodige repeat calls, foute verwerking back-office): waren deze bekend en werden deze doorberekend aan de interne veroorzaker?

- Ja, extra kosten waren bekend maar werden intern niet doorberekend
- Ja, extra kosten waren bekend en werden intern doorberekend

3. Indien ja bekend en doorberekend: Hoe heeft u dit voor elkaar gekregen?

4. Van uw totale omzet in 2008, hoeveel procent hiervan bestond uit outbound telemarketing?

□ □ □ □ %

O.i.v. de kredietcrisis

Meer Minder Gelijk

5. Wat was het budget van uw contact center in 2008? En hoeveel procent is dit meer of minder dan in 2007?

€ □ □ □ □ □ □

Meer

Minder

Gelijk

□ □ □ □ %

□ □ □ □ %

5a. Indien er wordt bezuinigd binnen uw contact center, waarop is dit dan?

III. PERSONEELSZAKEN VAN UW CONTACT CENTER

1. Hoeveel agents telde uw contact center gemiddeld in totaal in 2008 (in absolute aantallen en in FTE's)

Totaal □ □ □ □ Agents (absolute aantallen)

Totaal □ □ □ □ FTE's

1a. Wat is de procentuele toe- of afname van het aantal agents en FTE's vergeleken met 2007?

Agents **Toename** □ □ □ □ % **Afname** □ □ □ □ % **Gelijk gebleven**

FTE's □ □ □ □ % □ □ □ □ %

LEES DEFINITIE GOED: SUPERVISORS

Met een supervisors bedoelen we de persoon die de leiding en beoordeling van een agent doet. Mocht dit in uw contact center een andere naam hebben, dan vragen we u de vragen hierover in te vullen voor die betreffende functie.

2. Wat was in 2008 de verhouding tussen het aantal supervisors en het aantal agents ('span of control') tijdens een gemiddelde shift?

Aantal supervisors : aantal agents = 1 : □ □

3. Wat is de verhouding tussen de volgende groepen agents? (Indien u een groep medewerkers niet heeft kunt u 0 invullen.) En welke verschuivingen hebben er plaatsgevonden t.o.v. 2007?

		Meer	Minder	Gelijk
Vaste full-timers	■ ■ ■ %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaste Part-timers	■ ■ ■ %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uitzendkrachten	■ ■ ■ %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Totaal	100 %			

4. Wat was in 2008 voor vaste part-time agents en uitzendkrachten het minimum aantal werkuren per week en het gemiddelde aantal werkuren? (Indien u een groep medewerkers niet heeft kunt u de vraag leeg laten)

	Minimum aantal uren per week	Gemiddeld aantal werkuren
Vaste part-timers	■ ■ ■	■ ■ ■
Uitzendkrachten	■ ■ ■	■ ■ ■

5. Wat was in 2008 de achtergrond van uw agents naar opleiding? (Percentages moeten optellen tot 100%)

Opleiding	
HBO/universiteit	■ ■ %
HAVO/VWO/MBO	■ ■ %
MAVO/LBO	■ ■ %
Basisonderwijs	■ ■ %
Totaal	100 %

6. Gold in 2008 voor een agents een aparte CAO?

- Ja
 Nee

6a. Maakte uw contact center in 2008 gebruik van een pay-rol constructie?

- Ja
 Nee

LEES TOELICHTING EN DEFINITIE GOED

7. Wat was het instroompercentage en uitstroompercentage van uw agents in 2008 en welk percentage van het totaal was ongewenst (dus over het gehele jaar)?

Toelichting: Onder uitstroom wordt de uitstroom verstaan welke plaatsvond op initiatief van de medewerker.

Agents die binnen het contact center als agent doorstromen moeten niet worden meegenomen in de berekening. Ongewenst percentage is het percentage dat u graag in uw contact center had willen houden. Het gaat hier om het percentage van de totale uitstroom.

Definitie:

Aantal fte's instroom / aantal betaalde fte's aan het begin van het jaar

Aantal fte's uitstroom / aantal betaalde fte's aan het begin van het jaar

7a. Heeft de kredietcrisis effect op de instroom en uitstroom in het contact center?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

Vast

Totaal instroom <u>vaste (eigen) agents</u>	■ ■ %
Totaal uitstroom <u>vaste (eigen) agents</u> op initiatief contact center	■ ■ %
Totaal uitstroom <u>vaste (eigen) agents</u> op initiatief medewerkers	■ ■ %
waarvan ■ ■ % ongewenst (van de totale uitstroom)	
waarvan ■ ■ % naar elders in bedrijf	

Uitzendkrachten

Totaal instroom <u>uitzendkrachten</u>	■ ■ %
Totaal uitstroom <u>uitzendkrachten</u> op initiatief contact center	■ ■ %
Totaal uitstroom <u>uitzendkrachten</u> op initiatief medewerkers	■ ■ %
waarvan ■ ■ % ongewenst (van de totale uitstroom)	

- Ja, de instroom is verminderd
 Ja, de instroom is vermeerderd
 Ja, de uitstroom is verminderd
 Ja, de uitstroom is vermeerderd

7b. Van welke (nieuwe) mogelijkheden om uitstroom te beperken worden binnen het contact center gebruik gemaakt?

- Geplande doorgroeimogelijkheden
- Zelf kunnen inroosteren
- Breder frontoffice en/of backofficetaken
- Exitgesprekken
- Thuis-/telewerken, namelijk % van de werkplekken
- Bijzondere incentives, namelijk

- Anders, namelijk

8. Hoeveel procent van de agents stroomde binnen circa 6 weken en binnen 1 jaar na binnenkomst weer uit?

	Binnen 6 weken	Binnen 1 jaar
Vaste (eigen) agents	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Uitzendkrachten	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %

9. Hoe hoog was het ziekteverzuim, exclusief zwangerschapsverlof, in 2008?

Vaste (eigen) agents	<input type="text"/> %
Uitzendkrachten	<input type="text"/> %

10. Wat was in 2008 het gemiddeld aantal verzuimuren per agent per jaar?

Vaste (eigen) agents	<input type="text"/> uren
Uitzendkrachten	<input type="text"/> uren

11. Hoeveel keer per jaar meldde een agent zich gemiddeld ziek?

Vaste (eigen) agents	<input type="text"/> keer
Uitzendkrachten	<input type="text"/> keer

11a. Is het uitstroompercentage of het ziekteverzuim bij uw eigen contact center de laatste jaren gedaald? Hoe heeft u dit voor elkaar gekregen (waardoor is het een succes geworden)?

12. Wat was het gemiddelde bruto uurloon (exclusief werkgeverslasten, uitzendbureau-opslag, enzovoort) van uw agents, onderverdeeld naar vaste medewerkers en uitzendkrachten?

Vaste (eigen) agents	€ <input type="text"/> bruto per uur
Uitzendkrachten	€ <input type="text"/> bruto per uur

13. Wat was in 2008 het gemiddelde bruto maandsalaris (bij een veertigurige werkweek) van de volgende functies (excl. vakantiegeld, secundaire arbeidsvoorwaarden etc)?

Indien een functie niet bestaat binnen uw contact center, kunt u de vraag leeg laten.

Contact center manager

Supervisors

Planners

Recruiters

Opleiders

Kwaliteitsmanager

Functioneel beheerder

Management informatie Analisten

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

€ bruto per maand (bij veertigurige werkweek)

14. Welke van de volgende vaste componenten krijgen agents? En zijn deze in 2008 ook uitgekeerd?

15. Hanteerde uw contact center in 2008 een prestatiegebonden bonusregeling voor uw agents?

16. Indien u een prestatiegebonden bonusregeling voor uw agents hanteerde, op welke aspecten is deze bonus dan gebaseerd?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

17. Betaalde uw contact center in 2008 toeslagen aan agents voor de volgende diensten en zo ja hoeveel?

18. Wat deed u in 2008 om agents te recruter, wat was de invloed van de kredietcrisis hierop en welke methode is volgens u het meest effectief?

- Via advertenties in een landelijk krant
- Via advertenties in een regionale krant
- Via de eigen website
- Via vacature websites
- Via uitzendbureaus
- Via agents uit het eigen contact center

18a. Hoe moeilijk was het in 2008 om de volgende personen te rekruteren in uw vestigingsplaats?

- Telefoon agents
- E-mail agents
- Supervisors

19. Hoe lang duurde in 2008 de aanvangstraining van uw agents?

19a. Hoe werden de uren training verdeeld over de volgende manieren?

19b. Hoeveel procent van de training werd gemiddeld door u zelf gegeven en hoeveel door de opdrachtgever?

Is uitgekeerd

- 13^{de} maand
- Winstuitkering
- Nee **▶▶ door naar vraag 17**
- Ja, gebaseerd op individuele prestatie
- Ja, gebaseerd op teamprestatie
- Ja, gebaseerd op zowel individuele als teamprestatie
- Gesprekswaardheidsaspecten
- Sales
- Klanttevredenheid
- Productiviteit
- Aan regels houden (op tijd komen)

	Toeslag van toepassing	Toeslag-percentage
Avonddienst	<input type="checkbox"/>	■ ■ %
Zaterdagdienst	<input type="checkbox"/>	■ ■ %
Zondagdienst	<input type="checkbox"/>	■ ■ %
Feestdagen	<input type="checkbox"/>	■ ■ %

Gebruikt	Gebruik o.i.v. de kredietcrisis			Meest effectief
	Meer	Minder	Gelijk	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Zeer moeilijk	Tamelijk moeilijk	Tamelijk gemakkelijk	Zeer gemakkelijk
Telefoon agents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-mail agents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supervisors	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Inbound agents	Outbound agents
Gemiddeld aantal <u>uren</u> :	■ ■ ■	■ ■ ■

E-learning	■ ■ %
Klassikaal	■ ■ %
Individueel	■ ■ %
Anders	■ ■ %
Totaal	100 %

Door ons zelf	■ ■ %
Door de opdrachtgever	■ ■ %
Totaal	100 %

▶ 020. Hoe lang na de aanvangstraining duurde het gemiddeld voordat een agent het gemiddelde performance niveau haalde? Bij werkweken uitgaan van een gemiddelde werkweek van 20 uur.

▶ 21. Wat was het totale opleidingsbudget voor een agent?

▶ 22. Hoeveel uren van de volgende trainingsvormen kreeg een agent na de aanvangstraining in 2008?

▶ 23. Kregen agents aan het eind van een training een formeel examen/toets (intern of extern)?

▶ 24. Hoeveel kostte het u in 2008 alles bij elkaar om een nieuwe agent operationeel te maken? (Optellen: *recruteringskosten, loonkosten, selectie, training, inwerktijd en alle overige kosten*)

▶ 25. Werden de agents in 2008 gemonitord? En zo ja op welke wijze? (Meerdere antwoorden mogelijk)

▶ 26. Indien uw agents gemonitord werden in 2008, hoe vaak werd in 2008 gemiddeld per maand per agent gemonitord?

▶ 27. Op welke punten werden uw agents in 2008 beoordeeld en welke twee punten zijn in uw contact center het belangrijkste? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Gesprekstijd inclusief voor- en nabewerking/mail tijd
- Motivatie/inzet/houding
- Kwaliteit van de gespreksvoering (door monitoren)/inhoud van de mails
- Functioneren in teamverband
- Aanwezigheidsgraad
- Tevredenheid van de beller/mailler gemeten via enquêtes
- Zich houden aan regelingen rond werktijdindeling
- Verkoopomzet en –conversie
- Kwaliteit van nawerk
- Anders, nl.

	Inbound agents	Outbound agents
Gemiddeld aantal <u>werkweken</u> :	■ ■	■ ■

Gemiddeld in euro: € ■ ■ ■ ■

	Inbound agents	Outbound agents
Gemiddeld aantal <u>uren doorstroomtraining</u> :	■ ■	■ ■
Gemiddeld aantal <u>uren opfriscursus/training</u> :	■ ■	■ ■

- Ja
 Nee

Inbound gemiddeld: € ■ ■ ■ ■ per (nieuwe) agent
 Outbound gemiddeld € ■ ■ ■ ■ per (nieuwe) agent

- Er vond geen monitoring plaats
 Telefoonagents: Ja door middel van:
 Naast agent zitten
 Gelijktijdig meeluisteren/mee kijken op afstand
 audio-opnames achteraf
 E-mailagents, Ja door middel van:
 Naast agent zitten
 Gelijktijdig mee lezen op afstand
 Achteraf nalezen

Gemiddeld per maand per telefoon agent ongeveer ■ ■ keer gemonitord
 Gemiddeld per maand per e-mail agent ongeveer ■ ■ keer gemonitord

Beoordeeld	Belangrijkste
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. CONTACT HANDLING

1. Hoeveel werkplekken had uw contact center in 2008? En zijn dit er onder druk van de kredietcrisis meer of minder geworden?

Totaal aantal werkplekken

Meer %

Minder %

Gelijk gebleven

2. Hoeveel procent van uw inbound telefoon gesprekken in 2008 was:

(Percentages dienen op te tellen tot 100%)

Gratis (0800 nummers) %

Betaald (0900 nummers) %

Regulier 10-cijferig %

(normale telefoonkosten beller)

Totaal **100 %**

3. Was uw contact center in 2008 telefonisch 7 dagen per week 24 uur per dag bemand?

Ja **▶▶ door naar vraag 6**

Nee

4. Van hoe laat tot hoe laat was uw contact center bemand?

Doordeweekse dagen van uur tot uur

Zaterdag van uur tot uur

Zondag van uur tot uur

Feestdagen van uur tot uur

4a. Zijn de openingstijden in verband met de kredietcrisis veranderd?

Ja, het contact center is korter geopend

Ja het contact center is langer geopend

Nee

5. Wat kreeg de beller te horen tijdens de uren dat uw contact center gesloten was?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

Niets – telefoon bleef overgaan

De openingstijden van het contact center

Voicemail waarop een boodschap kan worden achtergelaten

Doorverwijzing naar een ander nummer

Doorverwijzing naar de website

Doorgeschakeld naar een IVR

Automatische terugbel optie

5a. Verschilt dit per opdrachtgever?

Ja

Nee

6. Wat liet u in 2008 de in queue wachtende inbound bellers horen?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

Niets

Muziekje

'Even geduld' tekst

Aanduiding van het aantal wachtenden voor u

Aanduiding vermoedelijk resterende wachttijd

Doorverwijzing naar een ander nummer

Doorverwijzing naar de website

Informatie over uw bedrijf

Voicemail/mogelijkheid om terug gebeld te worden

Anders, nl:

6a. Verschilt dit per opdrachtgever?

Ja

Nee

7. Hanteerde uw contact center in 2008 intern een service level voor het inhoudelijk beantwoorden van e-mail?

- Ja
 Afhankelijk van de klant(groep)
 Nee

8. Ontvingen klanten in 2008 na het sturen van een e-mail een ontvangstbevestiging?

- Ja
 Afhankelijk van de klant(groep)
 Nee

9. Werd in deze bevestiging het service level genoemd?

- Ja
 Afhankelijk van de klant(groep)
 Nee

V. TEVREDENHEID OVER UW CONTACT CENTER

1. Heeft u in 2008 de tevredenheid van uw klanten over uw contact center onderzocht door middel van een enquête?

- | | Telefonische klanten | E-mail klanten | Chat klanten |
|-----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ja | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nee | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Bij hoeveel procent van de opdrachtgevers werd in 2008 de tevredenheid van de klanten gemeten?

- O.i.v. de kredietcrisis
- | | Meer | Minder | Gelijk |
|--------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ■■■■ % | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2a. Heeft het uitvoeren van klanttevredenheid-onderzoek andere aandacht gekregen i.v.m. de kredietcrisis?

- Ja, namelijk
 Nee

3. Meet u in uw tevredenheidsonderzoek ook de loyaliteit van uw klanten?

- Ja
 Nee

4. Indien u de tevredenheid van uw klanten heeft onderzocht, hoe vaak onderzocht u de tevredenheid van uw klanten over uw contact center (in 2008)?
(Eén antwoord mogelijk)

- Direct na elk gesprek bij alle gesprekken
 Direct na elk gesprek bij een steekproef van de gesprekken
 Maandelijks bij een steekproef van de gesprekken
 1 keer per kwartaal
 1 keer per half jaar
 1 keer per jaar
 Minder dan 1 keer per jaar

5. Meet u zelf de klanttevredenheid of laat u dit door een extern bureau doen?

- Meten we zelf
 Laten we door een extern bureau doen

6. Omgerekend naar een rapportcijfer, wat was in 2008 de gemiddelde tevredenheid van uw klanten in een rapportcijfer?

Rapportcijfer ■■■, ■

7. Heeft u in 2008 de tevredenheid van uw agents over uw contact center onderzocht?

- Ja
 Nee

8. Indien u de tevredenheid van uw agents heeft onderzocht, hoe vaak onderzocht u de tevredenheid van uw agents (in 2008)?

(Eén antwoord mogelijk)

- Maandelijks of vaker
- 1 keer per kwartaal
- 1 keer per half jaar
- 1 keer per jaar
- Minder dan 1 keer per jaar

9. Meet u zelf de tevredenheid van uw agents of laat u dit door een extern bureau doen?

- Meten we zelf
- Laten we door een extern bureau doen

10. Omgerekend naar een rapportcijfer, wat was in 2008 de gemiddelde tevredenheid van uw agents?

Rapportcijfer

VI. DE UITRUSTING VAN UW CONTACT CENTER

1. Over welke hard/software en applicaties beschikte uw contact center in 2008?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- Spraakherkenning
- Workforce planning & management
- Workflow management
- E-mail response management systeem
- Voice over IP
- E-learning software

Beschikbaar in 2008

-
-
-
-
-
-

2. Welke merken van deze hard/software en applicaties gebruikt u?

3. Welke nieuwe technieken hebt u tot uw beschikking gekregen? En hebben deze gebracht wat u ervan verwachtte?

	Volgens verwachting	
	Ja	Nee
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Hoe was de verdeling tussen het upgraden of vervangen van software of hardware?

	Geüpgrate	Vervangen
Software	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
Hardware	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %

VII. KLANTGEGEVENS

1. Was er in de samenwerking met de opdrachtgever sprake van:

- Een samenwerking waarbij de outsource partner op het eigen systeem werkt
- Een samenwerking waarbij de outsource partner op het systeem van de opdrachtgever werkt
- Een samenwerking waarbij er op een gedeeld systeem gewerkt werd

2. Bij hoeveel procent van de opdrachten had u als outsource partner toegang tot klantgegevens van uw opdrachtgever?

■ ■ ■ ■ %

VIII. SELF-SERVICE

1. Werd in 2008 een aan het contact center veel gestelde vraag (of meerdere vragen) omgezet in een FAQ op de website?

Ja

Nee

▶▶ door naar vraag 3

2. Was er vervolgens een reductie in binnenkomend contactverkeer voor die vraag waar te nemen?

Ja

Nee

3. Was het voor de klant mogelijk om via internet zelf (zonder dat er persoonlijk contact is) zaken uit te voeren (bijvoorbeeld aanvragen brochures, doorgeven mutaties enzovoort)?

Ja

Nee

4. Kreeg de klant een reply/bevestiging dat de zelf uitgevoerde actie is doorgevoerd?

Ja

Nee

5. Was het voor de klant mogelijk om via de telefoon (zonder dat er persoonlijk contact is) zaken uit te voeren (bijvoorbeeld aanvragen brochures, doorgeven mutaties enzovoort)?

Ja

Nee

6. Is deze self-service continu beschikbaar of alleen indien het contact center gesloten is?

Continu

Alleen als het contact center gesloten is

IX. WERKPLEK ERGONOMIE

1. Hoe groot (in m²) was in 2008 de gemiddelde werkplek van uw agents?

■ ■ ■ ■ m²

2. Welke geluidswerende maatregelen heeft u in uw contact center?

(meerdere antwoorden mogelijk)

Geen

Scheidingswanden tussen de werkplekken

Geluidsabsorberend plafond

Geluidsabsorberende muren

Speciale headsets met ruisonderdrukking

3. Waren de werkplekken in uw contact center uitgerust met "flatscreen" beeldschermen?

Ja, alle werkplekken

Ja, gedeeltelijk

Nee

4. Waren de werkplekken in uw contact center in 2008 in hoogte verstelbaar?

Ja, alle werkplekken

Ja, gedeeltelijk

Nee

- Het combineren van service & sales in elk inbound gesprek
- Het intergrenen in contact center van
 - chat
 - co-browsing
 - skype
- Certificering als onmisbaar kwaliteitsbewijs
- Back en front office zullen meer in elkaar schuiven

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Wat zijn volgens u de 3 belangrijkste uitdagingen voor uw contact center voor de komende jaren?

- 1)
- 2)
- 3)

5. Met hoeveel procent zullen de volgende kengetallen van uw eigen contact center gaan stijgen of dalen in 2009? (indien volgens u de kengetallen gaan dalen graag een -/- voor het percentage zetten)

Inbound telefoongesprekken in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
Outbound telefoongesprekken in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
Inbound e-mails in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
Outbound e-mails in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
Telefoon agents in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
E-mail agents in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %
Werkplekken (seats) in 2009	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %

6. Stel u bent op zoek naar een nieuwe vestigingsplaats voor uw contact center, welke drie elementen zijn voor uw het belangrijkste bij het bepalen van een nieuwe vestigingsplaats?

- Bevolkingssamenstelling en ontwikkeling
- Aanbod op de arbeidsmarkt: werkloosheid
- Aanbod op de arbeidsmarkt: kwalitatief (studenten, herintreders, jonge gezinnen)
- Infrastructuur openbaarvervoer
- Infrastructuur niet openbaarvervoer
- Vastgoedbeschikbaarheid
- Vastgoedprijzen
- Financiële voordelen vanuit gemeente/ontwikkelingsmaatschappijen
- Aan/afwezigheid andere contact centers
- Anders, namelijk

7. Heeft u de overweging om naar een andere vestigingsplaats te verhuizen?

- Ja
- Nee

8. Indien u uw huidige contact center zou uitbreiden, zou u dit dan doen op de huidige vestigingsplaats of op andere plek

- Op de huidige vestigingsplek
- Op een andere plek

REFERENTIEGROEP

Geef in onderstaand schema aan welke kenmerken de contact centers moeten voldoen waarmee u uw contact center wilt vergelijken. Indien een kenmerk niet van toepassing is vult u dit niet in.

▶ Contact center grootte:	<input type="checkbox"/> Minder dan 30 werkplekken <input type="checkbox"/> Tussen de 80 en 150 werkplekken	<input type="checkbox"/> Tussen de 30 en 80 werkplekken <input type="checkbox"/> Meer dan 150 werkplekken
▶ Branche:	<input type="checkbox"/> Banken <input type="checkbox"/> Verzekeraars <input type="checkbox"/> Retail Food <input type="checkbox"/> Retail Non-food <input type="checkbox"/> Mobiliteit & toerisme <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Nutsbedrijven <input type="checkbox"/> Industrie <input type="checkbox"/> Telecommunicatie <input type="checkbox"/> Zakelijke dienstverlening	<input type="checkbox"/> IT <input type="checkbox"/> Gemeentes <input type="checkbox"/> Overige Openbaar bestuur & overheid <input type="checkbox"/> Gezondheids- & welzijnszorg <input type="checkbox"/> Postorderaars <input type="checkbox"/> Liefdadigheid/vrijwilligheid-organisatie <input type="checkbox"/> Woningcorporaties <input type="checkbox"/> Overige, nl.:
▶ Type contact center:	<input type="checkbox"/> Inhouse	<input type="checkbox"/> Facilitair
▶ Functie:	<input type="checkbox"/> Klachtenafhandeling/helpdesk/klantenservice (infodesk) <input type="checkbox"/> Verkoop/reserveringen/telemarketing/lead generatie <input type="checkbox"/> Marktonderzoek/databaseverrijking en controle	
▶ Geef hiernaast de rangorde van prioriteit aan voor de vier bovenstaande kenmerken (1= hoogste prioriteit; 4= laagste prioriteit)		Prioriteit
	Grootte contact center	<input type="checkbox"/>
	Branche	<input type="checkbox"/>
	Type contact center	<input type="checkbox"/>
	Functie	<input type="checkbox"/>

HARTELIJK DANK VOOR HET INVULLEN!

Om het gratis rapport aangeleverd te krijgen wordt u verzocht de onderstaande gegevens met **blokkletters** in te vullen. Zonder deze gegevens is het helaas niet mogelijk het rapport aan u te verzenden.

Bedrijfsnaam:

Telefoonnummer:

(Post)adres

Postcode en plaats

Persoonsnaam:

Telefoonnummer (rechtstreeks):

e-mail adres