



Succesverhaal

Hikos leert van feedback met essentiële CX-inzichten



+31 85 130 17 00
wecare@insocial.nl
www.insocial.nl

Leren van feedback met essentiële CX-inzichten

Het meten van feedback en het ophalen van reviews is een belangrijk onderdeel van de klantreis en onmisbaar in bedrijfsstrategieën. De rapporten staan vaak vol nuttige informatie, mooie cijfers en goede benchmarks waarmee jij kan bepalen of het goed, matig of misschien wel slecht gaat. Waardevolle informatie waarmee bedrijven processen kunnen verbeteren en dienstverlening kunnen optimaliseren.

Dat zag ook [Jacqueline Timmermans](#), oprichter van het online platform [Hikos](#). Dit platform ontstond 3 jaar geleden en wordt inmiddels gerund door Jacqueline en diverse medisch specialisten op diverse kennisgebieden. Het doel? Medisch specialistische kennis voor iedereen toegankelijk te maken. Via Hikos kunnen patiënten brainstormen met een specialist en worden ze begeleid door het medisch doolhof. Hikos zet Insocial in om de loyaliteit en tevredenheid te meten van haar klanten, met als doel te kunnen leren van feedback. Daarnaast gebruikt Jacqueline de NPS om te zien of ze - ondanks interne veranderingen vanwege groei - het wel zo goed mogelijk blijven doen voor de patiënt.



Zoeken naar een systematische oplossing

Voor zowel Jacqueline als haar medewerkers is het belangrijk klanten tevreden te houden en te leren van de feedback van patiënten. Maar, zonder de juiste tools, is dit een flinke en bovenal tijdrovende uitdaging. *“Ik wilde weten hoe tevreden patiënten zijn en kunnen leren van de feedback die ze voor ons hebben,”* vertelt Jacqueline. *“Ik vroeg wel naar feedback, maar dat ging voornamelijk telefonisch. Dat kostte niet alleen te veel tijd voor mij, maar ook bij mijn patiënten merkte ik dat het niet altijd goed uitkwam.”*

Des te belangrijker dus voor Jacqueline om aan de slag te gaan met een systematische manier van feedback uitvragen. Na wat onderzoek naar de beste mogelijkheden om feedback te meten, kwam Jacqueline uit bij Insocial. De afgelopen jaren is customer feedback steeds belangrijker en bekender geworden. Steeds meer bedrijven zien in hoe waardevol het is en gaan ermee aan de slag.

Positieve feedback zorgt voor een glimlach

Nu de feedback binnenstroomt, zorgt het vaak voor een glimlach op het gezicht. *“Het is leuk om te zien hoe mensen het platform ervaren waar ik zo druk mee ben om het op te zetten,”* vertelt Jacqueline.

Jacqueline doet er alles aan om de feedback die ze krijgt ook te verwerken in haar bedrijfsprocessen. *“Als uit de surveyresultaten blijkt dat een respondent concrete feedback heeft, neem ik daarna vaak telefonisch contact op. Feedback geeft handvatten iets te doen waar de klant gelukkiger van wordt. Maar ook verbeterpunten, zoals verwachtingen die we niet kunnen leveren, of onduidelijke communicatie, kunnen opgehelderd en verbeterd worden dankzij deze feedback.”*

De vragen die worden gesteld zijn onder andere gericht op het contact met de medisch specialist. Zo vraagt Jacqueline of het gesprek de verwachtingen heeft waargemaakt en waarom de klant wel of niet tevreden is. Deze feedback wordt vervolgens gedeeld met de artsen. *“Artsen vinden het fijn om de feedback terug te krijgen, tevreden feedback is leuk om te delen en voor hen leuk om te lezen,”* vervolgt Jacqueline.



Voor de minder positieve feedback die ik via Insocial monitor, kan waardevol zijn. Wanneer ik deze punten implementeer zal het platform alleen maar beter worden voor mijn klanten.

- Jacqueline Timmermans, Oprichter - Hikos

Nog lang niet klaar met meten

Inmiddels zit het uitvragen van feedback helemaal in het systeem van Jacqueline en haar collega's. *"Het leuke is dat ik mijn dagen begin met het checken van de feedback. Ik neem contact op met een aantal van de mensen die feedback achterlaten. Vooral de minder positieve feedback kan waardevol zijn, want wanneer ik deze punten implementeer zal het platform alleen maar beter worden voor mijn klanten."*

De feedback die gegeven wordt, neemt Jacqueline ook zeker mee in het bouwen van de technische ondersteuning en gebruiksvriendelijkheid van haar platform. Gebruiksvriendelijkheid staat voor Jacqueline hoog in het vaandel. Hoewel Hikos zich nu voornamelijk focust op het uitvragen van feedback bij haar klanten, is het vrijwel zeker dat de feedbackmomenten in de toekomst uitgebreid worden. *"Hoewel het kantoor klein is, hebben we wel veel medisch specialisten waarmee we samenwerken. Op den duur wil ik de Employee Experience daarom ook gaan meten. Zo kan ik bijvoorbeeld eens per halfjaar een survey uitsturen naar de medisch specialisten om te onderzoeken of zij feedback hebben waarmee Hikos een fijne werkomgeving kan blijven,"* aldus Jacqueline.

Een goed vooruitzicht, want veel organisaties hebben een groter succes op het gebied van Customer Experience wanneer zij dezelfde aandacht geven aan de Employee Experience. Customer Experience weerspiegelt vaak hoe werknemers van een organisatie zich voelen over hun werk, dus tevreden en ondersteunde werknemers zullen eerder positieve klantervaringen mogelijk maken. Empathie is essentieel en kan organisaties helpen vertrouwen op te bouwen en een loyaal klantenbestand mogelijk te maken.

Wil jij ook beginnen met het meten van je Customer Experience?

Dankzij de software van Insocial heeft Hikos inzicht verkregen in de klanttevredenheid en deze naar een hoger niveau kunnen tillen. Daarnaast heeft Hikos verbeterlagen kunnen maken aan de hand van feedback waardoor ze steeds klantgerichter te werk kunnen gaan.

Wil je net als Hikos ook inzicht krijgen in de klanttevredenheid en meer succes behalen met jouw organisatie? Vraag dan een gratis demo aan en ontdek de mogelijkheden met onze experts!





Met Insocial meet je elk interactiemoment tussen jouw organisatie en je (potentiële) klant, verkrijg je actionable insights waar je echt mee kunt verbeteren en laat je Customer Experience leven binnen jouw organisatie.



Meer weten?

In onze gratis demo vertellen we je precies hoe onze feedback oplossingen werken en hoe je dit kunt toepassen op jouw organisatie! De demo is helemaal vrijblijvend.

Je zit dus nergens aan vast!

Vraag een demo aan



+31 85 130 17 00
wecare@insocial.nl
www.insocial.nl