

MASTER

Klachtafhandeling bij InternetPlusBellen

Benders, J.

Award date:
2007

[Link to publication](#)

Disclaimer

This document contains a student thesis (bachelor's or master's), as authored by a student at Eindhoven University of Technology. Student theses are made available in the TU/e repository upon obtaining the required degree. The grade received is not published on the document as presented in the repository. The required complexity or quality of research of student theses may vary by program, and the required minimum study period may vary in duration.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain

Klachtafhandeling bij InternetPlusBellen

Bijlage



ing. Jörg Benders

Augustus 2007

niet uitleenbaar

Klachtafhandeling bij InternetPlusBellen

Bijlage

Eindrapportage van	ing. Jörg Benders
Bedrijf	Technische Universiteit Eindhoven (TU/e) Faculteit Technologie Management Technische bedrijfskunde Capaciteitsgroep Quality and Reliability Engineering (QRE) KPN B.V. Wholesale & Operations IPB Marsroute Amsterdam, Nederland
Begeleiders TU/e	prof. dr. ir. A.C. Brombacher Faculteit Technologie Management Capaciteitsgroep Quality and Reliability Engineering (QRE) Professor
	dr. ir. P.J.M. Sonnemans Faculteit Technologie Management Capaciteitsgroep Quality and Reliability Engineering (QRE) Assistent Professor
Begeleider KPN	dr. drs. P. van Hest Wholesale & Operations Consumer Operations Manager Programmamanager Levering IPB

TU/e



„Het leveren van Kwaliteit kost geld.
Het niet leveren van kwaliteit kost kapitalen“

-Onbekend-

“Elke klacht is een kans, wordt gezegd. Dit is zeker waar. Zo beschouwd hebben wij nu ook niet te klagen over een gebrek aan 'kansen'. Is KPN de kansrijkste onderneming van dit moment?”

-Ad Scheepbouwer-

I. Toelichting

Dit document bevat de bijlagen behorende bij het eindverslag van Jörg Benders. In deze bijlage is alle relevante informatie te vinden van het afstudeerproject, die niet in het eindrapport is opgenomen. In het eindrapport wordt, indien extra informatie vereist is, gericht naar de informatie uit de bijlage verwezen.

II. Inhoudsopgave

I.	Toelichting	iv
II.	Inhoudsopgave.....	v
	Bijlage 1: Een overzicht van de vragen en klachten van de internet providers in 2006.....	1
	Bijlage 2: De wet van Moore.....	1
	Bijlage 3: Het vijfkrachten model van Michael E. Porter	2
	Bijlage 4: De Growth-Share Matrix.....	2
	Bijlage 5: De Nederlandse telecommunicatiesector.....	2
	Bijlage 6: Classificatie van consumenten naar hun adoptiesnelheid	3
	Bijlage 7: Win-win matrix	3
	Bijlage 8: ProductLevensCyclus	3
	Bijlage 9: Het Klantcontactfasenmodel.....	4
	Bijlage 10: Klachtenmanagement is winstgevend en verdient meer aandacht.....	7
	Bijlage 11: Klant wordt niet tevreden door opgeloste klacht	7
	Bijlage 12: Klachtenmanagement bij KPN - Op weg naar de best mogelijke service	8
	Bijlage 13: Deming Wheel	8
	Bijlage 14: SERVQUAL-model	9
	Bijlage 15: Visgraatdiagram of Ishikawa-diagram	10
	Bijlage 16: Custom Satisfaction Model.....	10
	Bijlage 17: Het MIR Model.....	11
	Bijlage 18: Het aansluitschema voor IPB	11
	Bijlage 19: Kassa Special: heel veel klachten over digitale telefonie 20-05-2006	12
	Bijlage 20: Rader KPN InternetPlusBellen [11-09-2006].....	13
	Bijlage 21: Tros Rader Opnieuw InternetPlusBellen [04-12-2006]	14
	Bijlage 22: Kassa 03-03-2007	15
	Bijlage 23: Consumentenbond staakt bemiddelingsactie KPN Internetplusbellen.....	17
	Bijlage 24: 'Mij afsluiten, dan sluit ik jullie af'.....	18
	Bijlage 25: IPB marsroute.....	20
	Bijlage 26: De teams van de Marsroute	20
	Bijlage 27: KPI's van de Marsroute IPB	21
	Bijlage 28: De resultaten lijst van TNS NIPO voor IPB	22
	Bijlage 29: De Orderflow IPB.....	23
	Bijlage 30: Uitvalbakken	24
	Bijlage 31: Wachtbakken.....	25
	Bijlage 32: Call Ratio Installatie / Gebruik	26
	Bijlage 33: De klachtenratio.....	27
	Bijlage 34: Het klachtenproces	28
	Bijlage 35: End-2-end keten Levering Multiplay per verkoop kanaal per dienst.	29
	Bijlage 36: Meld uw klacht.....	30
	Bijlage 37: Klachten binnengekomen via	31
	Bijlage 38: Telecomklachten.nl.....	32
	Bijlage 39: Eén klachtenloket voor telecom en internet	33
	Bijlage 40: Aanvullende voorwaarden InternetPlusBellen.....	34
	Bijlage 41: De klachtingangen van KPN.....	35
	Bijlage 42: VRS 0900 0244	36
	Bijlage 43: Wekelijkse IMK rapportage.....	37
	Bijlage 44: Trefwoord KIM	38
	Bijlage 45: Trefwoord KADO	39
	Bijlage 46: Wanneer is een klacht een klacht en hoe wordt coulance toegepast	41
	Bijlage 47: De definitie van een klacht Zakelijke Markt.....	42
	Bijlage 48: Multiplay Operations Center	43
	Bijlage 49: Relatiediagram MultiPlay + Digitenne, versie 5.0.....	50
	Bijlage 50: Pareto analyse telefonische ingangen op brand	51
	Bijlage 51: Pareto analyse telefonische ingangen op leveringsproblemen.....	51
	Bijlage 52: Pareto analyse telefonische ingang op leveringsproblemen.....	51
	Bijlage 53: Instroom klachten naar hoofdoorzaak	52
	Bijlage 54: Top 5 leveringsklachten.....	52

Bijlage 55: Randvoorwaarden marsroute IPB	53
Bijlage 56: Gouden Oor	54
Bijlage 57: Informatiebronnen oriëntatiefase.....	55
Referentie lijst.....	56

Bijlage 1: Een overzicht van de vragen en klachten van de internet providers in 2006

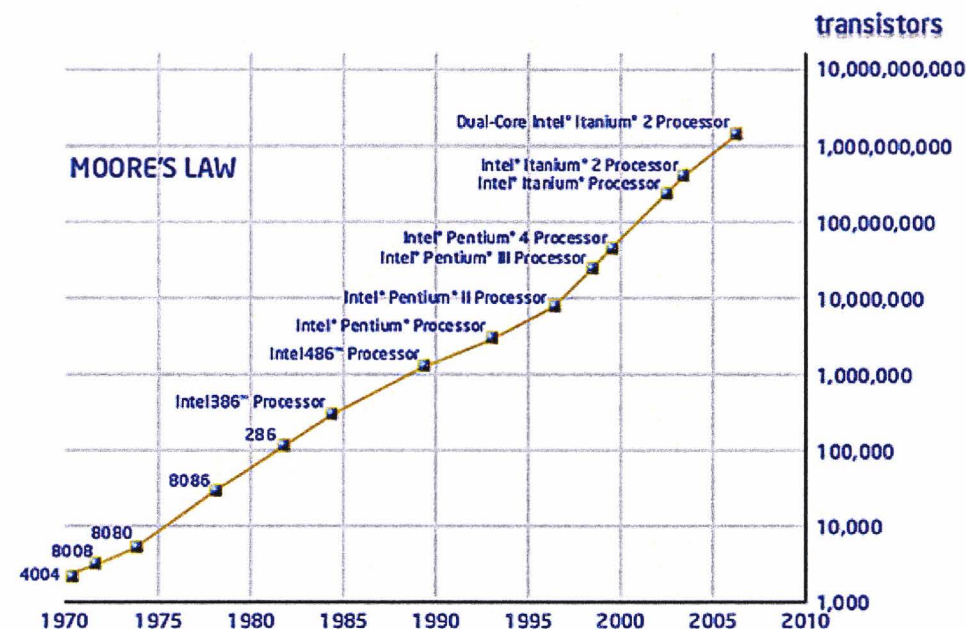
	1 ^e kwartaal		2e kwartaal		3e kwartaal		4 ^e kwartaal	
	vragen	klachten*	vragen	klachten*	vragen	klachten*	Vragen	klachten*
@home	17	9,4	40	22,2	-	-	29	-
Het Net	17	22,1	31	40,3	21	90,3	28	-
KPN	35	171,5	16	78,4	38	182,4	62	-
Scarlet	30	-	21	-	15	132	17	-
Speedlink	9	225	10	250	-	-	11	-
Tiscali	19	76,0	-	-	-	-	-	-
Wanadoo/casema	40	64	30	58	21	15	20	-

- Alleen de bedrijven waarbij per kwartaal minstens 10 vragen of klachten binnenkomen zijn opgenomen in het overzicht. een '-' betekent dus dat er 0-9 vragen of klachten zijn geregistreerd.

- * aantal klachten per 1.000.000 klanten. Een - betekent dat wij geen gegevens hebben of een bedrijf geen gegevens wil verstrekken.

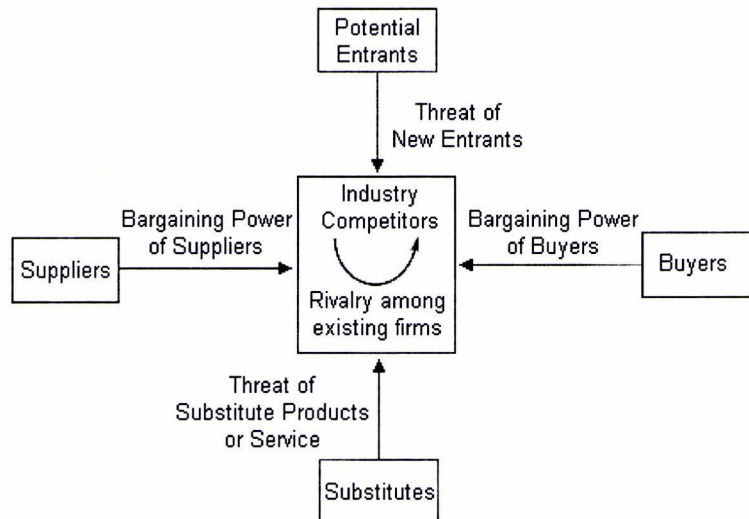
Referentie: (De Ombudsman, 2007)

Bijlage 2: De wet van Moore



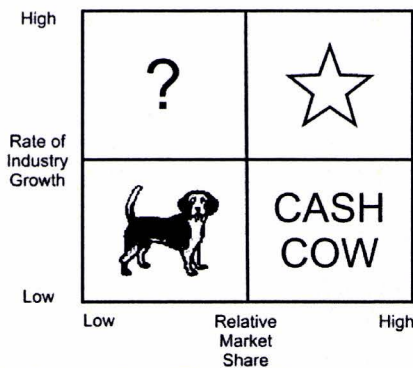
Referentie: (Intel, 2007)

Bijlage 3: Het vijfkrachten model van Michael E. Porter



Referentie: (12Manage, 2007b)

Bijlage 4: De Growth-Share Matrix



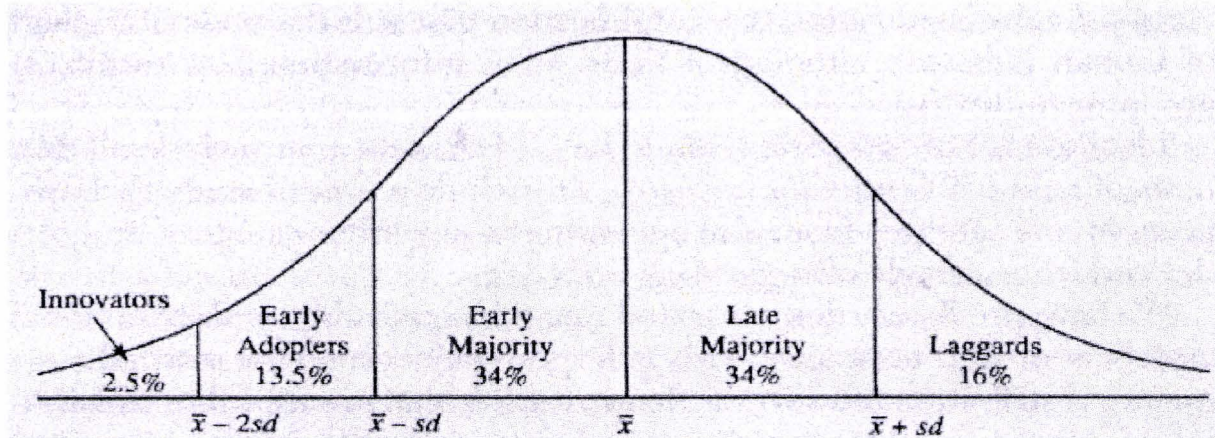
Referentie: (Floor Management Netwerk, 2007)

Bijlage 5: De Nederlandse telecommunicatiesector

Voice		VoIP		Internet			Data			Television	
Fixed	Mo- bile	VoIP	Dial	ADSL	Cable	Fixed lines	DSL	IP- VPN	Anal ogue	Digi- tal	

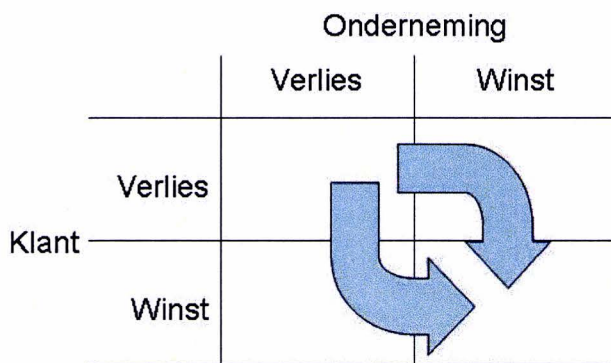
Referentie: (Aalbers, 2005)

Bijlage 6: Classificatie van consumenten naar hun adoptiesnelheid



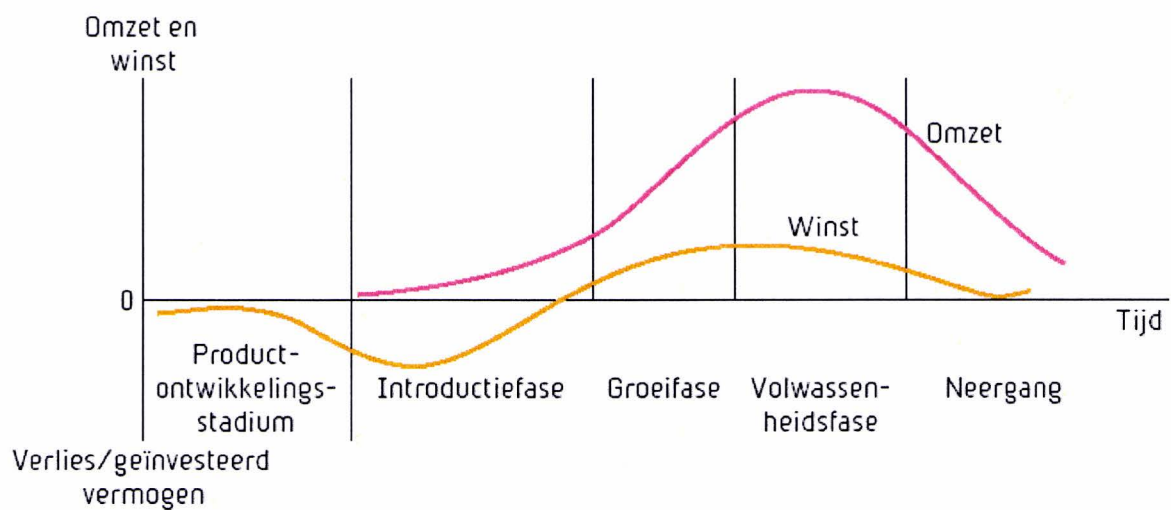
Referentie: (Cluyse, 2006)

Bijlage 7: Win-win matrix



Referentie: (Pol, 1999)

Bijlage 8: ProductLevensCyclus



Referentie: (Kotler, Saunders, and Armstrong, 2004)

Bijlage 9: Het Klantcontactfasenmodel

Fase 1. Benadering

De fase waarin de klant op zoek gaat naar een bedrijf, waar hij het product kan vinden van zijn gading. In deze fase zijn aspecten als de vindbaarheid en bekendheid van het (gratis) telefoonnummer, de locatie en informatie over het bedrijf belangrijk. De mogelijkheden voor het vergroten van de vindbaarheid van bedrijfsgegevens zijn de laatste jaren steeds talrijker geworden. De meest geëigende bronnen van bedrijfsgegevens zijn nog steeds de telefoongids, de gemeentegids en de Gouden Gids. Sinds kort is door de gratis vindservice Scoot bijgekomen. Een organisatie als Scoot neemt het zoekproces in fase I van de consument over, zodat de consument eigenlijk automatisch pas in fase 2 voor het eerst met het bedrijf wordt geconfronteerd.

Fase 2. Contact

De fase waarin de klant daadwerkelijk contact opneemt met het bedrijf. Aspecten als de telefonische bereikbaarheid, de wachttijd aan de telefoon, de wachttijd bij de balie, de vriendelijkheid van de telefoniste of het baliepersoneel spelen in deze fase een belangrijke rol. Vaak gaat het in deze fase al fout. Als een klant het idee heeft dat hij bij de Bakker op de hoek te lang moet wachten, voordat hij eventueel aan de beurt zou zijn, loopt hij door naar een andere winkel die brood verkoopt. In de dienstverlenende branche werkt dat soms net zo. Uitzendbureaus hebben de neiging om in bepaalde stadsdelen dicht bij elkaar te gaan zitten, in de hoop dat werkzoekenden die bij het ene bureau langs gaan, ook even bij de andere bureaus binnenwippen.

Fase 3. Informatie

In deze fase gaat de klant zich informeren over het bedrijf en/of de producten die het bedrijf levert. De klant beoordeelt de performance van het bedrijf in deze fase op aspecten, zoals de juistheid van de informatie, de leesbaarheid en overzichtelijkheid van de informatie, de snelheid van informatieverstrekking en het probleemoplossend vermogen. Belangrijkste media voor het verstrekken van informatie zijn advertenties op televisie, in dagbladen en tijdschriften. Daarnaast zijn bedrijfs- of productbrochures belangrijke informatie verschaffers. PTT Telecom heeft in een tevredenheids onderzoek gemeten hoe de tevredenheid over de informatiebrochures was (De Boer, 1996). Veel respondenten kenden de brochures niet. Klanten die ze wel kenden en ze gelezen hadden, vonden de geboden informatie niet helder genoeg. Het ging deze klanten dan vooral om allerlei beperkingen in de vorm van kleine lettertjes. Hierdoor werden klanten achterdochtig.

Ook een medium als Internet kan in de toekomst een belangrijke bijdrage leveren in de informatievoorziening, mits uiteraard het bereik onder consumenten groter wordt. Voor de business-to-business markt speelt Internet nu al een uitermate belangrijke rol. Er zijn genoeg consumenten en bedrijven die, voordat zij in contact treden met een nieuwe prospect, even op Internet wat gegevens over het bedrijf opzoeken.

Fase 4. Aanschaf

De fase waarin de klant overgaat tot aanschaf van het product. De belangrijkste succesfactoren zijn het gemak, waarmee het product kan worden verkregen en de mate waarin aan specifieke klantwensen kan worden voldaan. Een kaartje voor een concert van de Rolling Stones of voor een voetbalinterland is over het algemeen niet gemakkelijk te verkrijgen. Voor klanten die er niet in slagen een kaartje te bemachtigen, eindigt de dienstverlening nog voordat deze is begonnen. Toch bepaalt de manier waarop dit gebeurt voor een belangrijk deel

of een klant het in de toekomst nog eens opnieuw zal proberen. Productflexibiliteit is in deze fase uitermate belangrijk. Als u op zoek bent naar een locatie voor een groot feest of een seminar, zult u dit eerder organiseren in een locatie waar volledig met uw wensen rekening wordt gehouden dan in een ruimte waar dit niet kan.

Fase 5. Ontvangst

De ontvangstfase is vooral relevant indien aanschaf en ontvangst niet aan elkaar gekoppeld zijn. Voor uw kleinere aankopen en voor de levering van diensten is dit over het algemeen het geval: aanschaf en ontvangst vinden op hetzelfde moment plaats. Indien aanschaf en ontvangst niet gelijktijdig plaatsvinden, zijn aspecten als de snelheid en juistheid van de levering van toepassing. U koopt ze zelf vast ook wel: voorbeelden van wat er bij de levering allemaal kan misgaan. De leverancier komt niet op het afgesproken tijdstip, de goederen zijn beschadigd gedurende het transport, u hebt een zwarte tweezitsbank besteld maar er wordt een rode afgeleverd. Helaas gaat er nog te vaak wat fout bij de aflevering van goederen. Zo zijn er in onze 24-uurs economie ook nog steeds leveranciers die alleen op een doordeweekse dag kunnen komen. Of die voor de aflevering van hun goederen geen nauwkeurigere planning kunnen afgeven dan 'ergens tussen negen en vijf uur'. Voor een toenemend aantal klanten betekent het niet kunnen afleveren op een door de klant gewenst tijdstip 's avonds of in het weekend dat de koop plaatsvindt bij een leverancier die deze flexibiliteit wel heeft.

Fase 6. Betaling

In deze fase vindt de betaling plaats van het voor het product verschuldigde bedrag. Het kan zijn dat de betaling rechtstreeks aan de kassa plaatsvindt. Het enige dat dan een rol speelt is de wijze van betaling: contant, cheque, pin of chip. Als u bij een restaurant niet met cheque of creditcard kunt betalen en u hebt geen contant geld, loopt u door naar het volgende restaurant. Vindt de betaling niet gelijktijdig met de levering van het product of de dienst plaats, dan zijn er andere factoren die een rol spelen: is het gefactureerde bedrag juist, is de betaaltermijn overeenkomstig afspraak, is de rekening leesbaar en duidelijk enzovoort. Er wordt vaak gedacht dat klantgerichtheid iets is van frontoffice afdelingen. Niets is minder waar. Als u aan de voorkant van uw bedrijf een perfecte performance neerzet, maar vergeet aandacht te besteden aan de achterkant, kan het alsnog behoorlijk misgaan. Een deelnemer aan een van onze workshops had daar een mooi voorbeeld van. Met de accountmanager van een toeleverend bedrijf had hij een afspraak gemaakt dat voor zijn bedrijf een betaaltermijn van drie maanden zou gelden. Dat was in de branche waar deze persoon werkte redelijk gebruikelijk. De afspraak zou niet op de factuur komen, maar wel in de praktijk worden gehanteerd. Na een week of drie werd de klant echter al gebeld door een boekhouder die geld wilde zien. Voordat de termijn van drie maanden was verstreken, werd hij in totaal nog twee keer door dezelfde boekhouder gebeld.

Fase 7. Gebruik

In de gebruiksfase gaat de klant het product daadwerkelijk gebruiken. In deze fase komt het voor de klant aan op ondersteuning in het gebruik, duidelijkheid en leesbaarheid van de gebruiksaanwijzing, voorlichting en hulp bij problemen. In deze fase koppelt de klant gebruikservaring aan de vooraf geschapen verwachtingen. Indien het product in het gebruik overeenkomt met de verwachting, zal de klant over het algemeen tevreden zijn. Veel onvrede ontstaat bij consumenten bij het lezen van gebruiksaanwijzingen. Deze zijn vaak zo geschreven dat de gemiddelde consument hier niet mee uit de voeten kan. Gebruiksaanwijzingen voor videorecorders, personal computers en printers lijken hierbij de kroon te spannen. Terwijl de aftersales service bij deze consumentengoederen vaak ook niet al te goed geregeld is, zeker niet als het gaat om buitenlandse producten. Een gang terug naar de

verkoper is dan het enige wat erop zit. Onbegrijpelijk eigenlijk, als je bedenkt dat dit voor een leverancier een uitgelezen mogelijkheid is om rechtstreeks in contact te komen met de klant en te horen wat hem bezighoudt.

Fase 8. Klacht

De laatste fase van de cyclus gaat in wanneer een klant een klacht heeft over een product en deze ook daadwerkelijk uit. Een bedrijf kan laten zien dat het klachten belangrijk vindt, door te zorgen dat de klacht snel wordt afgehandeld en een voor de klant bevredigend resultaat heeft. De opstelling van het bedrijf in de dialoog met de klant bepaalt of een klant in de toekomst nog eens bij uw bedrijf terugkomt.

Wanneer is een klacht voor een klant op een goede manier afgehandeld? Eigenlijk is de klant de enige die een antwoord kan geven op deze vraag. Per klant zal dit verschillen. De belangrijkste criteria zijn over het algemeen de snelheid van afhandeling, de duidelijkheid en de nakoming van deze afspraken. Snelheid is van belang, omdat een te langdurige afhandeling meer frustratie bij de klant teweeg zal brengen. Een heldere klachtenprocedure kan hierbij uitkomst bieden. De klant weet welke stappen er genomen zullen worden en kan zich er een voorstelling van maken hoe lang dit zal duren. Het verdient echter de voorkeur hier duidelijke afspraken over te maken. Niet alleen hoe lang de afhandeling gaat duren, maar ook wie de klacht gaat oplossen en wat de klant van de organisatie mag verwachten.

Referentie: (Pol, 1999)

Bijlage 10: Klachtenmanagement is winstgevend en verdient meer aandacht

Door Frans Plat | Geplaatst 03/10/2006 | Klachtenmanagement |

Klachtenmanagement is winstgevend en verdient meer aandacht. Dat is de uitkomst van een peiling onder de ruim 90 deelnemers aan de Kennissessie over Klachtenmanagement. De deelnemers zijn unaniem van mening dat het bedrijfsleven meer aandacht aan klachtenmanagement moet besteden.

Het middagseminar vond plaats op 9 maart in Het Oude Slot te Heemstede. Het programma omvatte presentaties van ABN AMRO, KPN, Deli XL en de Radboud Universiteit Nijmegen.

Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat voor het goed oplossen van klachten vijf factoren van belang zijn, namelijk snelheid, excuses (begrip), aandacht, correctie en follow up.

De voordelen van klachtenmanagement:

De voordelen van klachtenmanagement kunnen aanzienlijk zijn. Op korte termijn leidt goed klachtenmanagement tot klantbehoud, positieve mond-tot-mond reclame, prijsongevoeligheid (klanten zullen minder ingaan op prijsaanbiedingen van concurrenten) en meer mogelijkheden voor cross- en upselling. Klanten waarvan de klachten naar tevredenheid zijn opgelost staan meer open voor het afnemen van nieuwe producten of meer producten dan klanten waarvan de klachten niet naar tevredenheid zijn opgelost.

Op langere termijn zijn aanzienlijke voordelen te realiseren door op basis van de gesignaleerde klachten verbeteringen door te voeren. Minder fouten, een grotere efficiency, minder inspanningen voor het oplossen van klachten en een grotere klanttevredenheid zijn het gevolg.

Klachtenregistratie en centraal gestuurd verbetermanagement

Uit de presentaties komt een generieke aanpak van de klachtafhandeling naar voren. Centrale registratie en centraal aangestuurde procesverbeteringen zijn de belangrijkste ingrediënten. Aan de basis hiervan staat de definitie van een klacht, zo hanteert ABN AMRO bijvoorbeeld de volgende definitie van een klacht: 'elk klantsignaal dat aangeeft dat niet aan de verwachtingen van een klant is voldaan'.

Belangrijke rol voor klantenservices

Duidelijk is dat de klantenservice bij dit alles een belangrijke rol speelt. Jules Odekerken van ISS-Interfoon: 'Uit onderzoek weten we dat de klantcontactafhandeling steeds bepalender wordt voor de merkbeleving en merkkeuze van merken. Klanten worden veeleisender en kritischer. De klantenservice medewerkers kunnen als geen ander aangeven welke verbeteringen aan processen en producten en diensten nodig zijn. Juist door deze informatie te gebruiken zie je dat organisaties meer klantgericht en met minder fouten gaan opereren.'

Het seminar is de eerste van vier Kennissessies die door het ISS-Interfoon Klantenservice Kenniscentrum jaarlijks worden georganiseerd.

Referentie: (Plat, 2006b)

Bijlage 11: Klant wordt niet tevreden door opgeloste klacht

Door Frans Plat | Geplaatst 02/03/2006 | Klanttevredenheid , Artikelen & publicaties , Klachtenmanagement |

Is een klacht een kans of juist een gemiste kans? Leidt het oplossen van een klacht wel tot een tevreden klant? Enkele kanttekeningen bij het denken over klachten.

Klachten zijn vaak het topje van de ijsberg. Eronder kunnen allerlei problemen en vervelende ervaringen schuil gaan die niet of net niet genoeg aanleiding zijn voor het uiten van een klacht.

Het is belangrijk, en ook goedkoper, om problemen en klachten zo veel mogelijk te voorkomen. Onduidelijke brochures, beschrijvingen en voorwaarden e.d. moeten op voorhand vermeden worden. Het gaat er daarbij om je in de klant te verplaatsen, vanuit het perspectief van de klant naar het aanbod kijken.

We zeggen vaak dat door een goede klachtenafhandeling de tevredenheid hersteld wordt, maar is dat ook zo? Er zal altijd iets van de negatieve ervaring bij de klant kunnen blijven hangen.

Klanttevredenheidsonderzoek kan goed gebruikt worden om oorzaken van klachten en problemen op te sporen. Naast de klacht is er nog de klager. Oudere consumenten klagen minder snel, maar ervaren meer problemen.

Jongere consumenten zijn kritisch, gaan pas in een laat stadium over tot klagen, en hebben dan ook ernstige klachten. Ook met de verschillende segmenten klagers kunnen we meer rekening houden in de klachtafhandeling, en natuurlijk bij het voorkomen van klachten.

Interview met Irene Grotendorst, Trigenum, nov. 2004, CustomEyes

Referentie: (Plat, 2006c)

Bijlage 12: Klachtenmanagement bij KPN - Op weg naar de best mogelijke service

Door Frans Plat | Geplaatst 03/10/2006 | Best practices , Artikelen & publicaties , Klachtenmanagement | Referentie: (Plat, 2006a)

Kennissessie Klachtenmanagement: Nils Schmeling, Formulemanager Klachtenmanagement bij KPN, schetst het klachtenmanagement bij KPN. Het voorkomen, oplossen en leren van klachten heeft binnen KPN hoge prioriteit. Het Interne Meldpunt Klantklachten (IMK) en een centraal gestuurd learning loop proces zijn belangrijke ingrediënten in het klachtenmanagement beleid bij KPN.

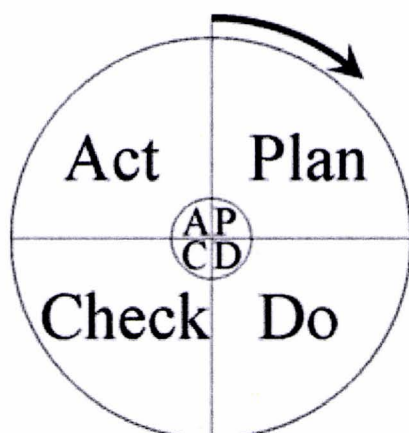
Presentatie in het kader van de eerste Kennissessie van het ISS-Interfoon Klantenservice Kenniscentrum. Naast KPN waren er bijdragen van de Radboud Universiteit Nijmegen, van ABN AMRO en van Deli XL.

De gratis Kennissessie vond plaats op donderdagmiddag 9 maart in het Oude Slot te Heemstede, en telde meer dan 90 bezoekers.

Op 1 juni vindt de volgende Kennissessie plaats, met als onderwerp: 'De opbrengsten van de klantenservice'. De deelname aan de kennissessies is gratis.

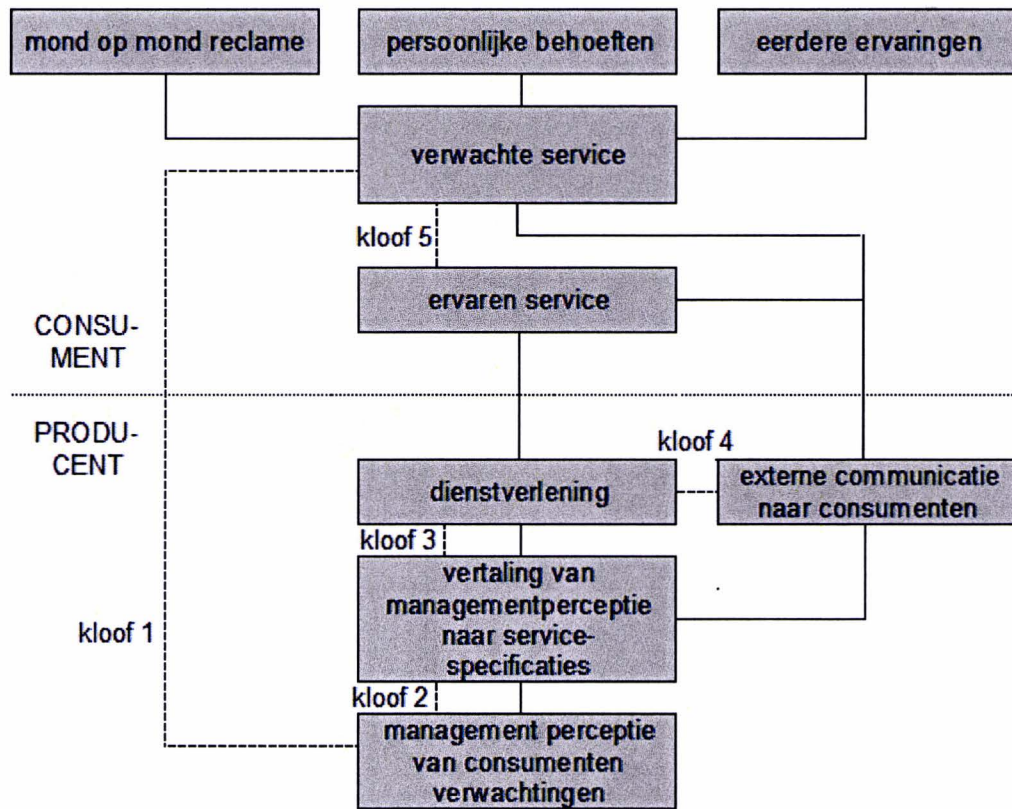
Referentie: (Plat, 2006a)

Bijlage 13: Deming Wheel



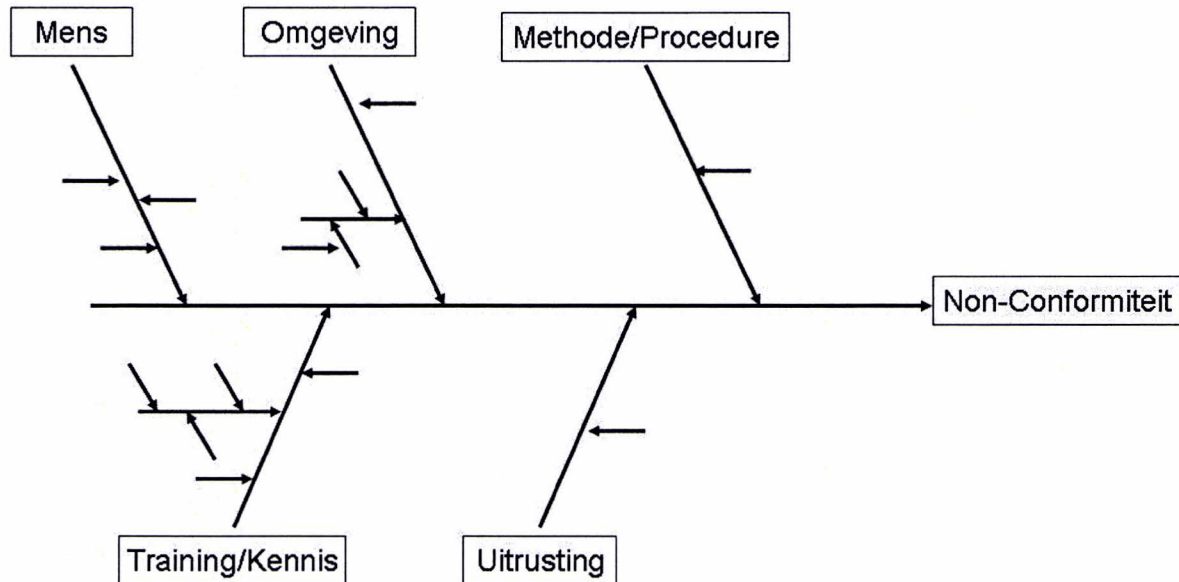
Referentie: (Wikipedia, 2007a)

Bijlage 14: SERVQUAL-model



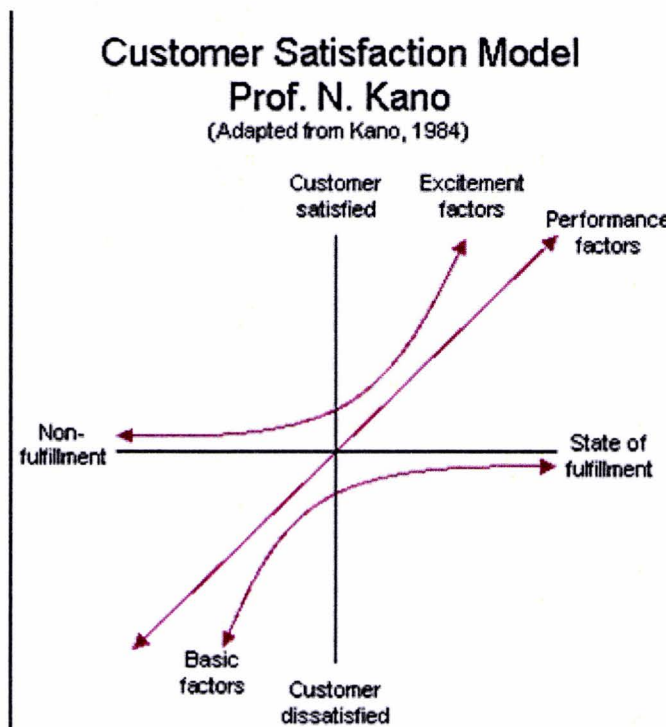
Referentie: (Wikipedia, 2007b)

Bijlage 15: Visgraatdiagram of Ishikawa-diagram



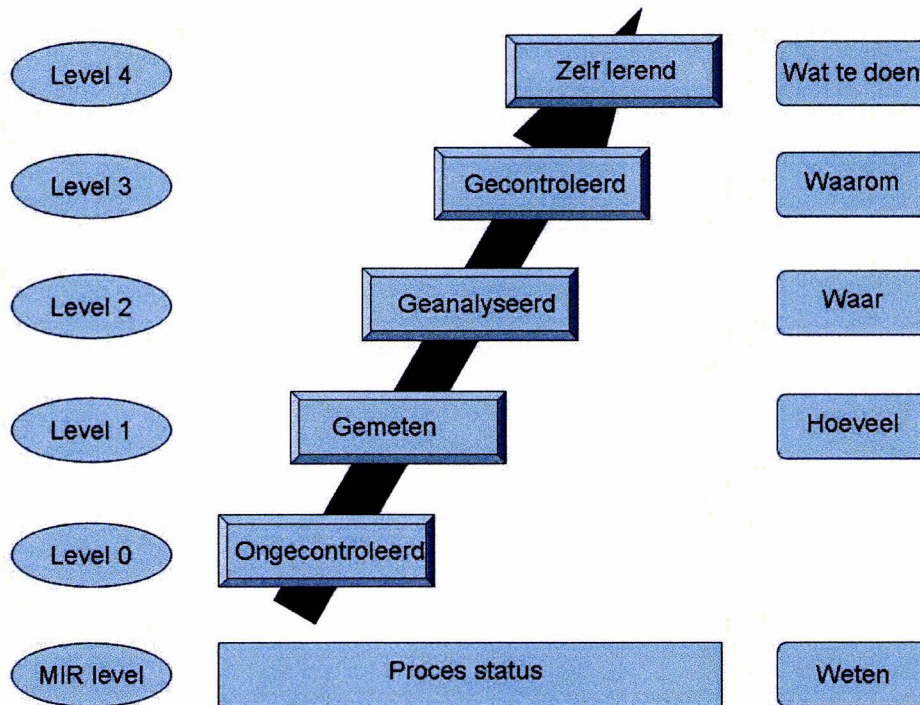
Referentie: (Bij, Broekhuis, and Gieskes, 2001)

Bijlage 16: Custom Satisfaction Model



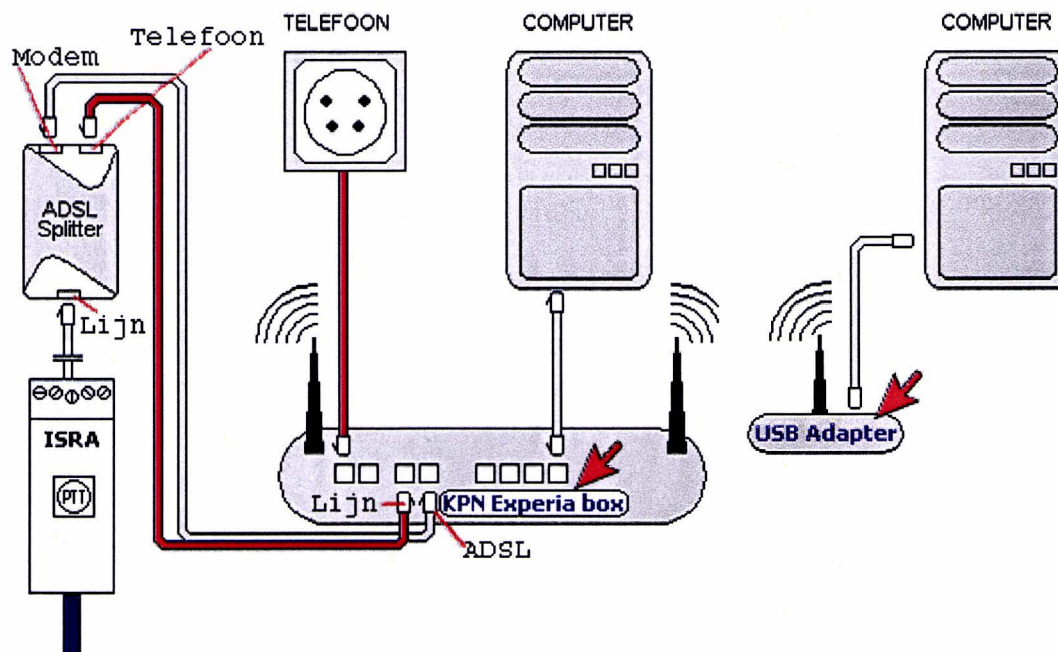
Referentie: (12Manage, 2007a)

Bijlage 17: Het MIR Model



Referentie: (Sander and Brombacher, 2000)

Bijlage 18: Het aansluitschema voor IPB



Referentie: (KPN Corporate, 2007d)

Bijlage 19: Kassa Special: heel veel klachten over digitale telefonie 20-05-2006

Waarover kreeg Kassa dit seizoen de meeste klachten? Natuurlijk over de nieuwe zorgverzekering. Goede tweede is de digitale telefonie – bellen via internet. Bijna alle internet-, telefonie- en kabelbedrijven bieden dit produkt nu aan.

Tienduizenden klanten zijn inmiddels overgestapt vanwege de lage prijzen. Maar veel van hen hebben spijt als haren op hun hoofd.

Verbindingen die niet werken, storingen op de lijn, niet gebeld kunnen worden – de klachten zijn talloos. En wie klaagt, krijgt te maken met lange wachttijden en hoge tarieven van de helpdesks. De klachten worden vaak niet of pas na maanden zeuren opgelost. En dan worden er natuurlijk ook nog fouten gemaakt met de rekening.

Wanadoo en Scarlet waren aan het begin van het seizoen de providers waar de meeste klachten over binnenkwamen. Op dit moment komen de meeste klachten van @Home-klanten. Maar klachtenkampioen van het seizoen is Tele2/Versatel.

Contijn van Marle van Stichting de Ombudsman vindt dat providers in ieder geval de klachtenafhandeling veel beter moeten regelen. De helpdesk zou gratis moeten zijn en in de algemene voorwaarden zou een goede compensatie geregeld moeten worden als een dienst tijdelijk niet geleverd is. Iets om op te letten wanneer iemand nog een provider zoekt.

Vaak kiezen mensen voor een gecombineerd internet/telefonie –abonnement. Als er problemen zijn, wil de provider het telefoonabonnement nog wel ongedaan maken, maar houden ze een klant wel aan zijn internetcontract. Dat deugt niet, vindt Contijn van Marle. Het gaat om één contract, waar je dus helemaal van af moet kunnen als een van de onderdelen niet naar behoren werkt.

Wat te doen als je er met de provider niet uitkomt? Op dit moment is er alleen een geschillencommissie voor de telecomsector. Maar hier gaat het om een internetdienst. De providers zijn druk bezig een geschillencommissie van de grond te krijgen. Als ze dat niet voor 1 juli lukt, zal de minister van Economische Zaken ingrijpen en wettelijk regelen dat zo'n commissie er komt – zo liet het ministerie aan Kassa weten.

Een korte samenvatting van de klachten per provider (kijk op deze pagina voor de fragmenten uit Kassa, bij iedere provider):

Wanadoo

Minder klachten dan vroeger, maar nog steeds klachten over de Livebox en de telefoonverbindingen, verder: het plotseling ingevoerde starttarief en geen compensatie voor niet geleverde diensten.

Scarlet

Veel klachten over niet-werkende telefoon- of internetverbindingen. Klachtenservice deugt niet – je moet eindeloos bellen en mailen en nota's kloppen niet.

Tiscali

Storingen in de verbindingen of soms helemaal geen verbinding. Dure helpdesk (30 ct – was gratis) die klachten soms slecht afhandelt.

KPN

Ook hier storingen of soms helemaal geen verbinding. Je kunt niet per mail klagen, alleen per telefoon, maar hoe moet dat als je telefoon eruit ligt?

UPC

Klachten gaan over de verbindingen maar ook veel factuurproblemen, dat zijn we gewend van UPC.

Casema

Een enkele technische klacht, maar het is vooral de administratie waar het een en ander mis is.

@Home

Bij @Home lijkt het goed mis te gaan: heel veel klachten over geen of slechte verbindingen, het nieuwe modem geeft problemen en de wachttijden bij de helpdesk zijn enorm.

TELE2 (voorheen Versatel)

Ook bij deze provider problemen met de verbindingen, mensen hebben geen telefoon, of geen internet of alle twee niet, en dat zou vooral te maken hebben met het modem.

Tot slot

Bellen via internet kan in praktijk prima werken en kan zorgen voor een kostenbesparing per maand. Toch is er geen enkele provider waarbij het allemaal gegarandeerd goed gaat. Dus bedenk als u een overstap overweegt hoe belangrijk een werkende telefoonverbinding voor u is. Bent u er van afhankelijk, dan kunt u nog maar even beter niet overstappen. Is het niet zo erg dat de verbinding een keertje niet werkt, dan kunt u een overstap overwegen.

Referentie : (Kassa (VARA), 2006)

Bijlage 20: Rader KPN InternetPlusBellen [11-09-2006]

Radar ontving de afgelopen tijd veel klachten over het zogenaamde internetPlusBellen van KPN.

Naast landelijke storingen hebben klanten ook aansluitproblemen of storingen met de box/modem waardoor er niet gebeld kan worden of men kan niet gebeld worden. Daarnaast geven klanten aan dat de klantenservice niet makkelijk bereikbaar is. Het blijkt dat klanten van KPN, Planet of HetNet niet goed weten wanneer zij recht hebben op een vergoeding of niet. Radar vraagt KPN om uitleg.

Radar legde de kwestie ook voor aan het Radar Testpanel. Hebben zij klachten over InternetPlusBellen?

Bijna 24.000 testpanelleden deden mee aan deze enquête. 29% van de respondenten heeft een abonnement op het zogenaamde internet plus bellen.

Daarvan zit 20% bij KPN internetPlusBellen, 10% bij Planet InternetPlusBellen en 8% bij HetNet Surfen&Bellen.

55% van alle testpanelleden met een internet plus bellen-abonnement heeft het afgelopen half jaar te maken gehad met een storing. In bijna de helft van de gevallen ging het om een landelijke storing. Een kwart had aansluitproblemen en in een kwart van de gevallen werd de storing veroorzaakt door een defect in het kastje/modem.

Als we deze cijfers gaan bekijken bij KPN zien we dat 70% van de testpanelleden met KPN InternetPlusBellen in het afgelopen jaar een storing heeft gehad. Voor Planet en HetNet is dit resp. 67% en 52.8%. Bij KPN InternetPlusBellen werd in 64% van de gevallen de storing veroorzaakt door een landelijke storing. 18% van de storingen betrof aansluitproblemen en in 18% van de gevallen had men een storing doordat het kastje/modem niet goed werkte.

71% van de panelleden nam hiervoor contact opgenomen met de klantenservice en op de vraag of de klacht ook is opgelost gaf een derde aan dat dit niet is gebeurd.

Als we bij KPN gaan kijken, nam 69% contact op met de klantenservice en in 30% van de gevallen werd de klacht niet opgelost.

16% van alle panelleden met een internet+bellen abonnement heeft in het afgelopen half jaar vaker dan zeven keer een storing gehad. Bij KPN is dit 14%.

Op de vraag of men ook nadelige gevolgen heeft ondervonden van de storing zegt 30% extra kosten te hebben gemaakt bijvoorbeeld door met een mobiele telefoon te hebben moeten bellen. Bij KPN is dit 33% en op de vraag of deze kosten ook gecompenseerd zijn geeft 87% van niet aan. Gemiddeld is dit: 88%

Een vijfde deel van alle klanten met een abonnement op internet + bellen geeft aan minder tevreden te zijn met dit abonnement dan met een analoge telefoonlijn en oude internetverbinding.

Referentie : (Rader (Tros), 2007)

Bijlage 21: Tros Rader Opnieuw InternetPlusBellen [04-12-2006]

Nooit eerder kregen we zoveel klachten in korte tijd over een product. Afgelopen september besteedde Radar al aandacht aan KPN internetplusbellen. Toen ontvingen we al honderden klachten, maar deze stroom bleef aanhouden. Daarom vanavond wederom aandacht voor het nieuwe product van KPN.

Even een opsomming van klachten die wij binnen kregen. De helpdesk is moeilijk te bereiken, je staat lang in de wacht. Er wordt beloofd dat je wordt teruggebeld wat vaak niet gebeurt. Het aanvragen van het product levert ook problemen op. Als er maar iets mis is met een aansluiting kan het maanden duren voordat je gebruik kan maken van InternetPlusBellen. Dan heb je nog de categorie storingen. Niet kunnen bellen, niet gebeld kunnen worden, geen internet, deze klachten kwamen we vaak tegen.

In september vroegen we KPN al om een wervingsstop, maar KPN zegt dat het overgrote merendeel tevreden is en dat er procentueel gezien er niet zoveel klachten zijn. Er komen wekelijks duizenden klanten bij. Daarom zien zij niets in een wervingsstop. Zij stuurden ons ook de volgende reactie:

'We hebben geconstateerd dat de meeste problemen zijn ontstaan door de installatie van InternetPlusBellen.

- Indien klanten het activatielefoontje niet plegen zodat IPB ook gaat werken.
- Indien er 2 ISDN verbindingen in een huis zijn of er oude ISDN apparatuur aanwezig is.
- Indien een klant emailadressen wisselt tijdens het proces
- Indien klanten woonachtig zijn op bijzondere locaties (bv. Bungalow park)
- Indien klanten een bijzonder adres hebben bijvoorbeeld: ...gracht 43a -2 hoog in Amsterdam

Een deel van de klachten wordt veroorzaakt door de enorme vraag. InternetPlusBellen is een enorm populaire dienst, we kunnen wel stellen de populairste van Nederland. We sluiten per week duizenden klanten aan en duizenden per week installeren die dienst zelf elke week. Om een beeld te schetsen: de totalen bij elkaar betekenen het aansluiten van een hele stad als Aalsmeer (23.000 inwoners), Noordwijk (25.000) of Heiloo (22.000) per week. Het is voor KPN onacceptabel dat onze klanten nog steeds problemen hebben met de installatie maar het geeft wel aan dat het voor KPN nog wat tijd kost voordat alle problemen verholpen zijn.

KPN heeft inmiddels de volgende maatregelen genomen om klachten te voorkomen:

- Verdubbeling van de capaciteit in onze callcenters.
- 300 extra installatiemonteurs aangenomen die klanten thuis helpen met installatie van IPB.
- Een extra team van 20 mensen aangesteld die complexe klachten op individuele basis behandelen tot de klacht is opgelost.
- KPN heeft een tweede verbeterd modem geïntroduceerd.
- KPN zal spoedig een nieuw installatiepakket introduceren die eenvoudiger in gebruik is.
- KPN heeft de installatie instructies verder verbeterd.
- De klantuitvraag is verbeterd: we stellen uitgebreide vragen als bijvoorbeeld: "heeft u een alarmlijn, heeft u een ISDN-verbinding, gaat u verhuizen, wilt u uw emailadres veranderen..." Deze vragen helpen KPN om in eerste instantie mogelijke installatieproblemen te voorkomen.
- KPN heeft een online 'track-and-trace' systeem ontwikkeld waarmee klanten precies kunnen volgen wat de status van hun order is en wanneer het installatiepakket zal worden afgeleverd.

KPN heeft een nieuwe service-omgeving gebouwd op www.kpn.com waar veel informatie te vinden is en waarmee veel vragen van klanten kunnen worden beantwoord.

Referentie: (Rader (Tros), 2007)

Bijlage 22: Kassa 03-03-2007

Enorme stroom klachten over InternetPlusBellen 03-03-2007

Wordt u ook tot wanhoop gedreven door de aanhoudende problemen met InternetPlusBellen van KPN, Planet of Het Net? Dan kunt u van uw overeenkomst met de provider af! Zie de voorbeeldbrieven waarmee u schriftelijk kunt opzeggen.

"Hebt u (technische) problemen met het product InternetPlusBellen, die niet worden opgelost, na herhaalde verzoeken; download dan deze brief"

Brief na klagen: scroll hiervoor naar onderkant artikel

"Hebt u InternetPlusBellen aangevraagd, maar duurt de levering u veel te lang; download dan deze brief"

Brief na wachten: scroll hiervoor naar onderkant artikel

Veel beloofd, weinig resultaat

Wat is er aan de hand met Neerlands trots KPN? Het bedrijf dat er om bekend stond netjes met de klanten om te gaan, lijkt in een diep dal te zijn geraakt. En dat allemaal dankzij InternetPlusBellen. Sinds mei vorig jaar ontving Kassa ver over de duizend klachten over dit product van KPN, Het Net en Planet. Het wil maar niet werken, en de problemen worden niet opgelost.

Het is niet de eerste keer dat Kassa aandacht besteedt aan het onderwerp InternetPlusBellen. Al weken staan ze in onze klachten top-3. Vorig jaar mei en oktober beloofde KPN al beterschap bij Kassa. In december hebben ze een aantal maatregelen afgekondigd. KPN zegt de problemen met man en macht aan te pakken, maar daar merken vele klanten heel weinig van.

De problemen

De meeste klachten gaan over problemen met de techniek: installatieproblemen en veel telefoon- en/of internetstoringen. Daarnaast beklagt men zich over de klantenservice: lange wachttijden, van het kastje naar de muur gestuurd, problemen worden niet opgelost, loze beloftes, medewerkers zeggen telkens wat anders, etc. Niet alleen gedupeerden van KPN klagen, ook medewerkers van de klantenservice trekken bij Kassa aan de bel over de slechte situatie bij de callcenters.

Resultaten Enquete Kassa Nieuwsbrief

Ruim 8000 mensen met InternetPlusBellen hebben de enquête volledig ingevuld

- 63% heeft de afgelopen 6 maanden problemen gehad met IPB.
- Bij 61% daarvan zijn de problemen nog steeds niet opgelost.
- Bij de 39% bij wie het probleem wel is opgelost, hebben we gekeken hoeveel tijd er tussen het melden en het oplossen van het probleem zit.
- voor januari 2007 duurde dat bij 67,2% 0 tot 1 maand en bij 32,8% langer dan 2 maanden.
- na januari 2007 heeft 57,5%, 0 tot 1 maand gewacht en 43,5% langer dan 2 maanden. Het wachten op een oplossing is dus langer geworden!

We hebben gevraagd hoelang mensen gemiddeld in de wacht staan bij de klantenservice.

- voor januari 2007 stond 29,5% langer dan 20 minuten in de wacht;
- na januari 2007 is dat percentage opgelopen naar 47,2%.

Een andere afgekondigde maatregel is persoonlijke begeleiding van begin tot eind bij complexe problemen.

- zowel voor als na januari 2007 zegt 93% dit niet te hebben gehad. We hebben verder nog naar de slechte ervaringen met de klantenservice gevraagd.
- voor 1 januari werd bij 33% de verbinding voortijdig verbroken;
- na januari gebeurde dat bij 67%.
- 29% kwam er voor januari überhaupt niet doorheen;
- na januari is dat zelfs 71%.

Reactie KPN

- Er zijn 500.000 IPB klanten, het is een technisch nieuw product, zeer succesvol, ze krijgen 20.000 aanvragen per week. Daar gaat helaas wel eens wat mis, maar dat betreft slechts 5% van de klanten.
- Er zijn wel degelijk resultaten merkbaar van de maatregelen. Zo is de installatie is gemakkelijker gemaakt, waardoor er minder klachten bij de helpdesk binnenkomen en er geen dubbele facturen worden verstuurd. De kwaliteit van de techniek zelf wordt ook steeds verbeterd.
- Het callcenter personeel voor IPB is van 500 naar 800 gegaan en volgende maand naar 1000 mensen. Het aantal monteurs is uitgebreid van 250 naar 500. Een verdubbeling dus. Het duurt natuurlijk wel even voordat dat ook echt merkbaar is en de achterstand is weggewerkt.

- Sinds 14 december 2006 zijn de kosten voor alle helpdesks al gereduceerd naar 1 eurocent per minuut. En vergoeding van onkosten gebeurt ook al lang en loopt goed.

Overeenkomst opzeggen

Wanneer alle toezeggingen niet blijken te werken en beloftes niet worden nagekomen, dan staat u in uw recht als u van de overeenkomst af wil, aldus Léon Mölenberg. Hij is jurist en docent Consumentenrecht aan de Universiteit van Maastricht. Als je een dienst of product afneemt dat een week of vier niet naar behoren functioneert, dan is er namelijk sprake van een ondeugdelijk(e) product of dienst. Zie de voorbeeldbrieven waarmee u schriftelijk kunt opzeggen.

Consument spant met succes kortgeding aan tegen KPN

Sommige mensen worden al maanden tot wanhoop gedreven door KPN. Een van hen is Anneke van Lennep. Zij liet het er niet bij zitten en heeft een kortgeding tegen KPN aangespannen. Ze werd in deze zaak geholpen door haar rechtsbijstandsverzekeraar van Unive. Het verweer van KPN luidde als volgt: "Gedaagde bestrijdt de vordering niet en stelt er alles aan te doen om het probleem zo spoedig mogelijk op te lossen."

De rechter heeft ze op alle punten in het gelijk gesteld: betalen van € 500,- voor iedere dag dat Anneke van Lennep geen verbinding heeft en vergoeding van de gemaakte onkosten. Nog dezelfde avond is haar verbinding weer gemaakt. Het loont dus om KPN voor de rechter te dagen als ze maar blijven aanmodderen. Als u geen rechtsbijstandverzekering heeft en een advocaat in de arm nemen te duur is, kunt u zich ook tot de Geschillencommissie wenden. De Geschillencommissie voor Providers is op dit moment in oprichting, maar u kunt al terecht bij die voor de Telecom. Zie www.sgc.nl

Overigens, KPN heeft in de studio de toezegging gedaan om er voor te zorgen dat eind maart de wachtrij van hun helpdesk klantenservice nagenoeg is weggewerkt.

Referentie: (Kassa (VARA), 2007)

Bijlage 23: Consumentenbond staakt bemiddelingsactie KPN Internetplusbellen

4 mei 2007

Consumentenbond staakt bemiddelingsactie KPN Internetplusbellen

Een dame meldt zich in de zomer van 2006 als klant bij KPN voor Internetplusbellen. Aangezien zij ruim een half jaar later nog steeds niet kan internetten, sluit zij zich aan bij de bemiddelingsactie van de Consumentenbond. Tijdens die bemiddelingsactie rapporteert KPN aan de bond dat het telecombedrijf op 28 januari 2007 de klant heeft gesproken en het probleem naar tevredenheid van haar is opgelost. Als de bond eind april 2007 alle deelnemers aan de actie nabelt, blijkt echter dat zij in werkelijkheid nog steeds niet kan internetten. KPN heeft haar onlangs nog wel gebeld, met de vraag of zij misschien geïnteresseerd is in Internetplusbellen...

De Consumentenbond stopt definitief met de bemiddelingsactie voor 1.000 van zijn leden met klachten over KPN Internetplusbellen. Na vijf maanden is KPN nog steeds niet in staat alle problemen adequaat op te lossen en betrouwbare informatie te geven over de afhandeling van de klachten van de leden van de bond.

De bond heeft daarom, mede in het licht van de onbevredigende wijze waarop KPN gedurende deze actie heeft gehandeld en de lange tijdsperiode, besloten dat verder overleg met KPN over de bemiddelingsactie zinloos is.

Informatiepakket

De Consumentenbond zal alle deelnemers aan de bemiddelingsactie een pakket sturen met informatie over hoe zij het contract met KPN kunnen beëindigen en hoe de andere aanbieders van internettelefonie scoren, en hoe zij eventueel een klacht bij de geschillencommissie kunnen indienen. De juristen van de bond hebben na onderzoek aangegeven dat een collectieve actie geen zin heeft, aangezien de rechter de gevallen als te verschillend zal bestempelen.

Referentie: (Consumentenbond, 2007)

Bijlage 24: 'Mij afsluiten, dan sluit ik jullie af'

Woensdag 14 maart 2007 - DEN BOSCH - "Jullie sluiten mij af, dan sluit ik jullie af." Het klinkt grappig, maar het is bittere ernst voor Hans Spijkers. Sinds hij vijf weken geleden verhuisde van Vught naar Den Bosch heeft hij geen telefoon meer.



Even voor half negen gistermorgen zette een boze Hans Spijkers zijn auto dwars op de oprit van de KPN in Den Bosch. Foto Maikel Samuels

Vorige week lag ook ineens zijn internetverbinding eruit. Omdat talloze telefoontjes niet mochten baten, ging hij gisterochtend zijn gram halen bij het KPN-kantoor aan de Hervensebaan in Den Bosch.

Even voor half negen heeft hij zijn auto dwars op de oprit van de KPN gezet. Geen werknemer kan er meer door. Het is de tweede dag op rij dat hij zo'n actie voert. Gisteren werd de 69-jarige Bosschenaar beloofd dat het euvel die dag nog verholpen zou zijn. "Toen zei ik nog: zo niet, dan zien jullie me morgenvroeg weer", vertelt Spijkers.

Terwijl de auto's de oprit al hebben volgezet en één baan van de Hervensebaan blokkeren, zijn de meeste reacties van KPN-medewerkers best aardig. Een mevrouw van de afdeling marketing schudt de actievoerder de hand en vraagt wat het probleem is. Spijkers doet zijn verhaal: de gepensioneerde muziekdocent werkt nog steeds her en der, maar krijgt geen klussen meer. "Ik kan niemand meer bereiken." En met een mobiel is hij niet zo handig. De marketing-mevrouw snapt de problemen van Spijkers en belt met een andere afdeling, die wel al binnen is. Ondertussen komt een geïrriteerde collega verhaal halen: "Hallo, kan die auto weg? Ik moet naar binnen!" "Er gaat niemand naar binnen, voordat ik geholpen ben", pareert de actievoerder.

Spijkers blijft vriendelijk. Bang dat KPN de politie belt is hij niet. "Laat het maar voorkomen. Ze zullen het weten. Ik heb toch al narigheid genoeg gehad. Ik voel me zo getreiterd door die lui, die van alles beloven en niks doen. Ik voel me een beetje Don Quichotte tegen de windmolens."

De marketingmedewerkster meldt dat er 'allemaal mensen in de meewerkstand zijn'. "Mag ik u binnen een kopje koffie aanbieden?" "Nee", is de afwijzing. "Die heb ik gisteren ook al gehad."

Na een half uur, als de auto's al in de berm langs de Hervensebaan geparkeerd staan, wordt de poort van het naastgelegen Marechausseegebouw geopend, waardoor de KPN-auto's toch naar binnen kunnen. De beheerder van het gebouw meldt dat de politie gewaarschuwd is. Ook hij

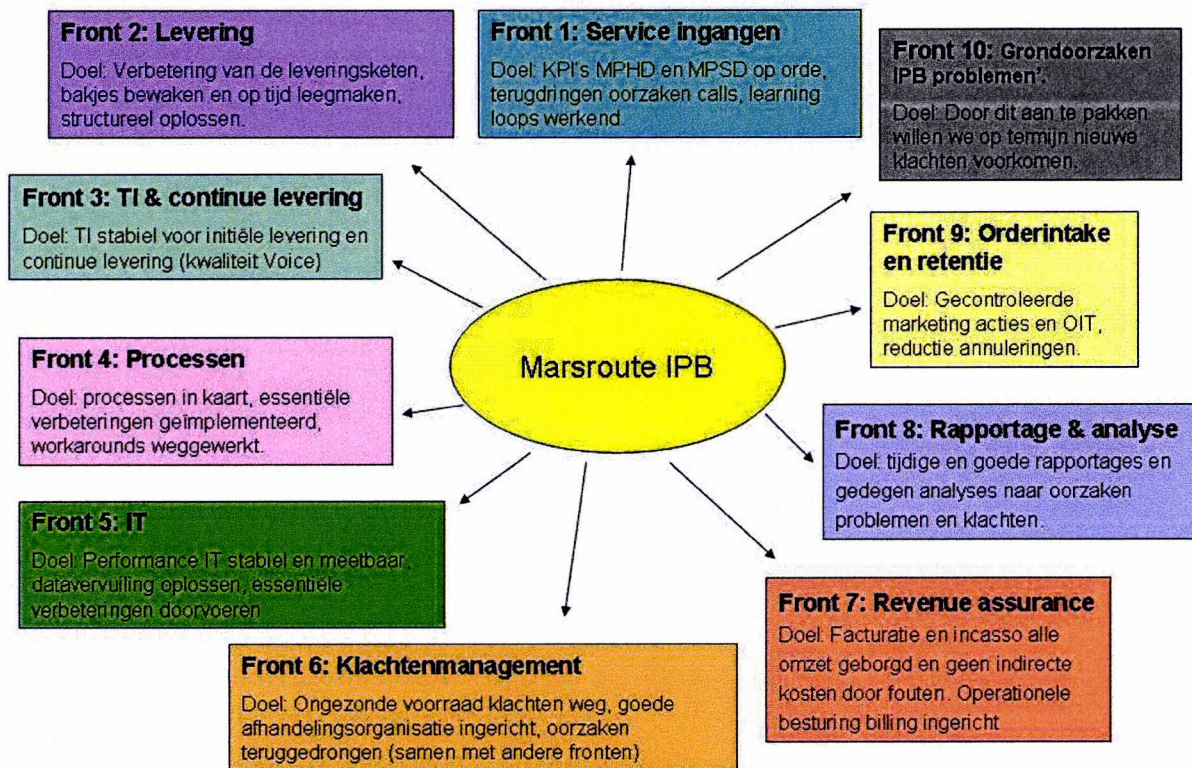
blijft aardig. "Jullie zijn stuk voor stuk aardige mensen", vindt de Bosschenaar. "Maar jullie systeem deugt niet."

Hij heeft zich al laten overhalen om toch met een KPN-medewerker naar binnen te gaan ('aan zijn dure auto te zien heeft hij wel iets te zeggen') als twee politieagentes de zaak komen oplossen. Opnieuw doet hij zijn verhaal. "Heeft u al een contactpersoon bij KPN?", vraagt de agente. "Mevrouw, ik heb al zó vaak gebeld. Dan hang je drie kwartier aan de lijn en dan hoor je ineens tuut-tuut-tuut." "Maar hier lost u in elk geval niets mee op." "Nou, ik ben al verder dan ik was."

Na een belofte van de man in de dure auto eindigt de blokkade na een krappe drie kwartier. Even voor het middaguur heeft Spijkers weer telefoon. Nu de internetverbinding nog.

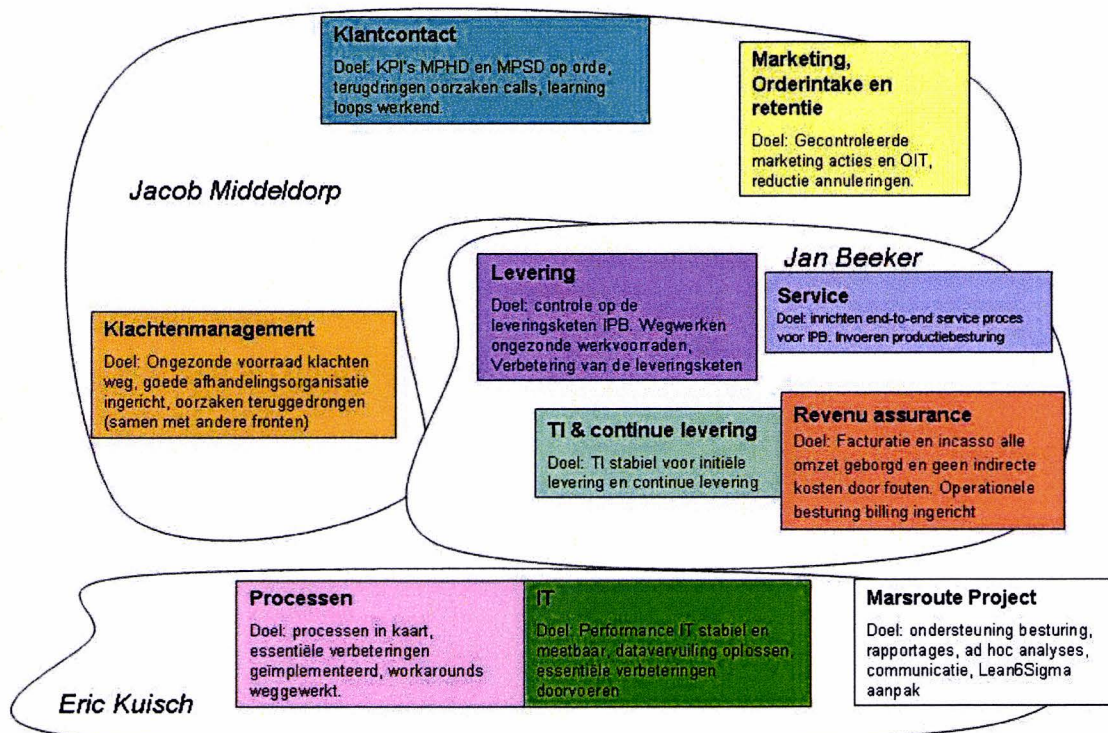
Referentie: (Janssen, 2007)

Bijlage 25: IPB marsroute



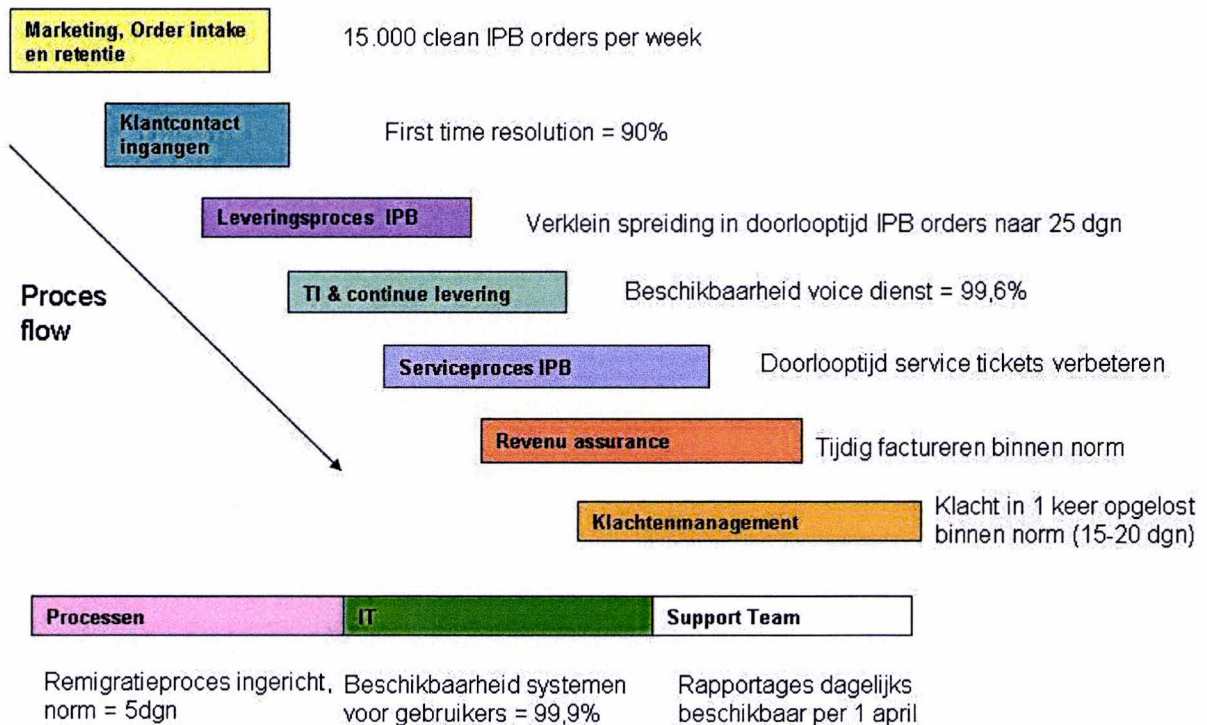
Referentie: (Lierop, 2007)

Bijlage 26: De teams van de Marsroute



Referentie: (Middeldorp, Kuisch, and Beeker, 2007)

Bijlage 27: KPI's van de Marsroute IPB



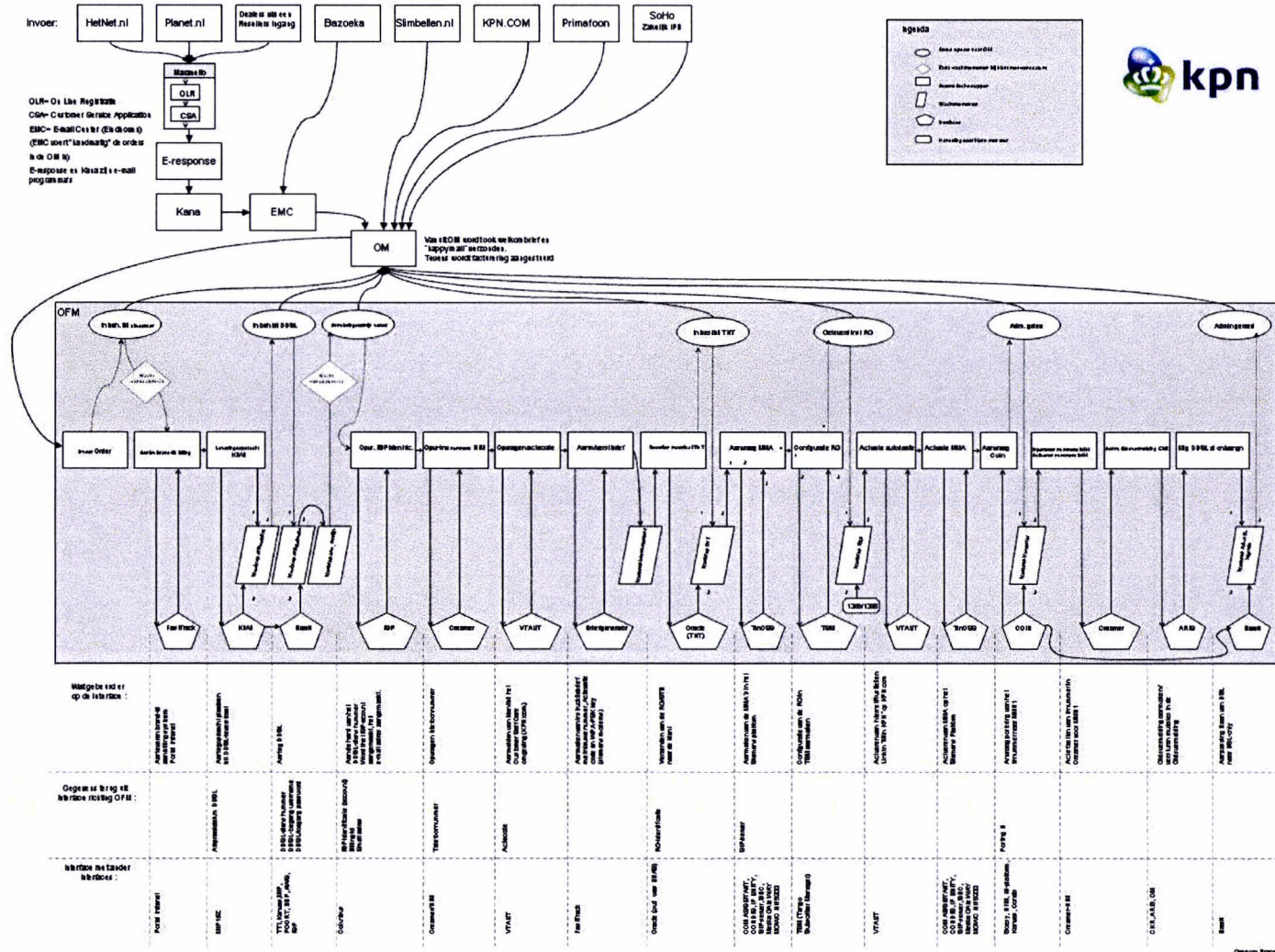
Referentie: (Middeldorp et al., 2007)

Bijlage 28: De resultaten lijst van TNS NIPO voor IPB


Interview nummer	
Produkt bestand:	InternetPlusBellen
Produkt:	InternetPlusBellen
Vr110: Totaal oordeel over de opdracht die u heeft geplaatst?	
Vr115: Waarom bent u ontevreden over deze opdracht?	Antwoord+>
Vr116: Hoe tevreden bent u over de informatievoorziening en het advies?	Ontevreden
Vr117: Kunt u dit toelichten?	Antwoord, namelijk+>
Vr120: Hoe waarschijnlijk is het dat u opnieuw kiest voor deze leverancier?	Misschien wel
Vr125: Kunt u dit toelichten?	Antwoord+>
Naam-2:	
Telefoon-nummer:	
CKR_NR	
PRODUCT_CODE	INTERNETPLUSBELLEN
PRODUCT_OMSCHRIJVING	Planet InternetPlusB
GELEVERD_DATUM	
MUTATIE_OMSCHRIJVING	AANLEG
TERUGMELD_CODE	PSTN
MARKTGROEP_CODE	CM
OUTLET_CODE	KLANT VIA INTERNET
UITVOERENDE_REGIO_CODE	NW
POSTCODE	
MONTEUR_IND	N
COMBI_TST_LBL_IND	
NAZORG_IND	
COMBI_ADSL_IND	N
BRON_CODE	BAAN
ORDER_NR	
KLANTORDER-NR	
VAKGROEP_CODE	KPNMultiPlay
INVOERDER_NAAM	
VERKOPER_NAAM	
KLANTCONTACT_DATUM	
VASTLEGGING_DATUM	
ORDER_DATUM	
WENS_DATUM	
AFSPRAAK_DATUM	
ORDERTYPE	Aanvragen Planet InternetPlusBellen
Uitvoerende regio:	
Event:	AANLEG
Outlet:	

Referentie: TSN NIPO

Bijlage 29: De Orderflow IPB



Bijlage 30: Uitvalbakken



InternetPlusBellen
Bellen over IP

[home](#) | [account](#) | [afm](#)

hint



Selecteer een menuoptie

Menu






























Zoeken

Werkbakken

Handmatig

 Orderlev. ADMIN order (0)	 Terugdraaien order (10989)
---	--












Uitval

 Orderinleg ADSL-straat (71)	 Terugmelding ADSL-straat (312)	 Orderinleg sloop VH ADSL (0)	 Opvr. ISP Identificatie (153)
 Verw. ISP Identificatie (36)	 Bestellen materiaal TNT (1)	 Levering materiaal TNT (0)	 Instr.brief naar klant (0)
 Uitgifte nummers (31)	 Activeren nummers (13)	 Deactiveren nummers (923)	 Aanvraag MMA Account (10)
 Configuratie RG (239)	 Testcall uit VRS (22)	 Activatie MMA account (702)	 Ophef MMA account (115)
 Deconfiguratie RG (55)	 Aanvraag portering (91)	 Levering portering (26)	 Aanvraag gidsvermelding (36)
 Ophef gidsvermelding (85)	 ASL-ATL migratie (2)	 Bepaal nummerbehoud (8)	 Opvraag RG configuratie (2)
 Activatie IPTV (1)	 Activatie inport.nrs (0)	 Deactivatie IPTV (2)	 Activatie autorisatie (0)
 Opvragen actiecode (0)			

Referentie: Beeldscherm afdruk Order Fulfillment Module

24

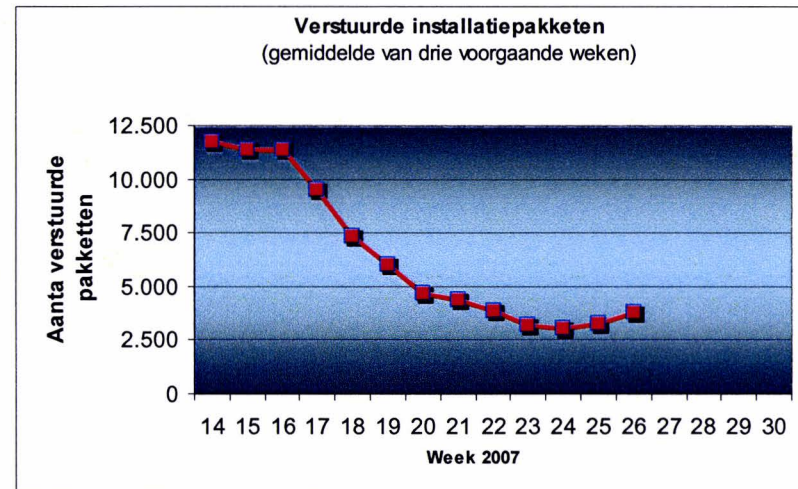
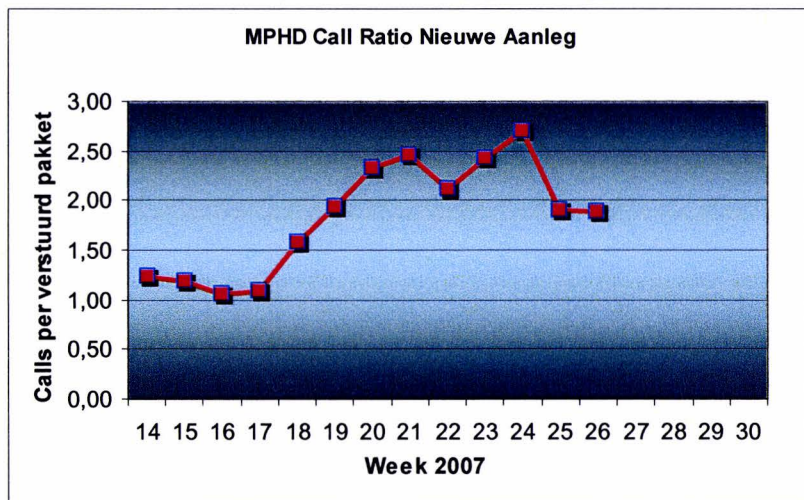
Bijlage 31: Wachtbakken

Wachtrijen			
 <u>Wacht op ISP Confirm</u> (6407)	 <u>Wacht op ISP Del/Cancel</u> (23108)	 <u>Wacht op afspraakdatum</u> (4739)	 <u>Wacht op annul. termijn</u> (12623)
 <u>Wacht op TNT levering</u> (4373)	 <u>Wacht op VRS</u> (77128)	 <u>Wacht op portering</u> (13967)	 <u>Wacht op ASL-ATL migr.</u> (24337)
 Wacht op sloop VH ADSL (0)			
Automatisch			
 Verw. ISP identificatie (0)		 <u>Deconfiguratie RG</u> (67)	

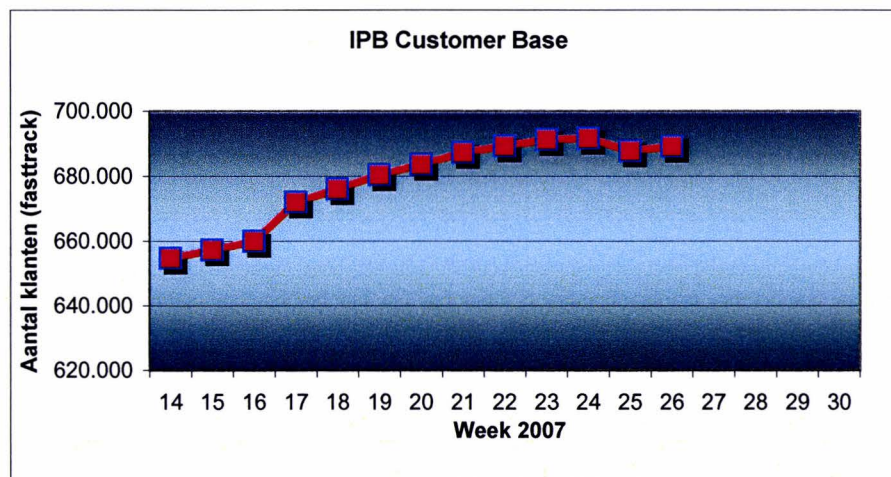
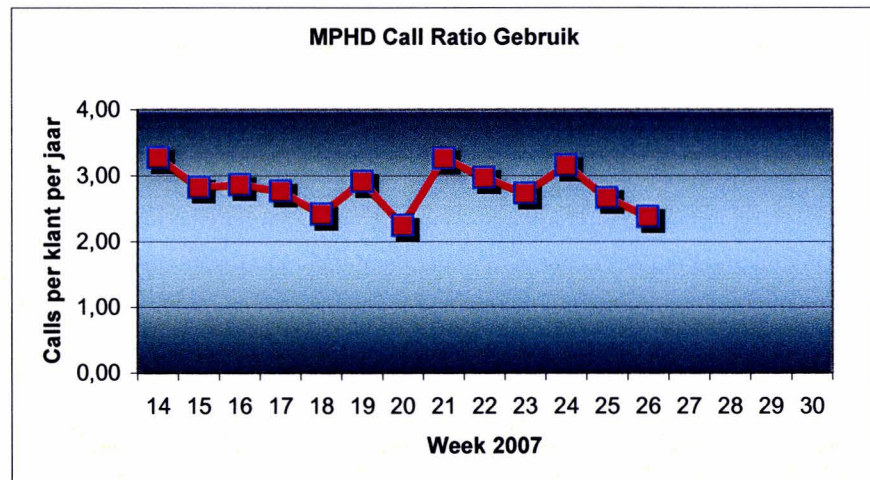
Referentie: Beeldscherm afdruk Order Fullfillment Module

Bijlage 32: Call Ratio Installatie / Gebruik

Call Ratio Installatie (voor afronding portering)



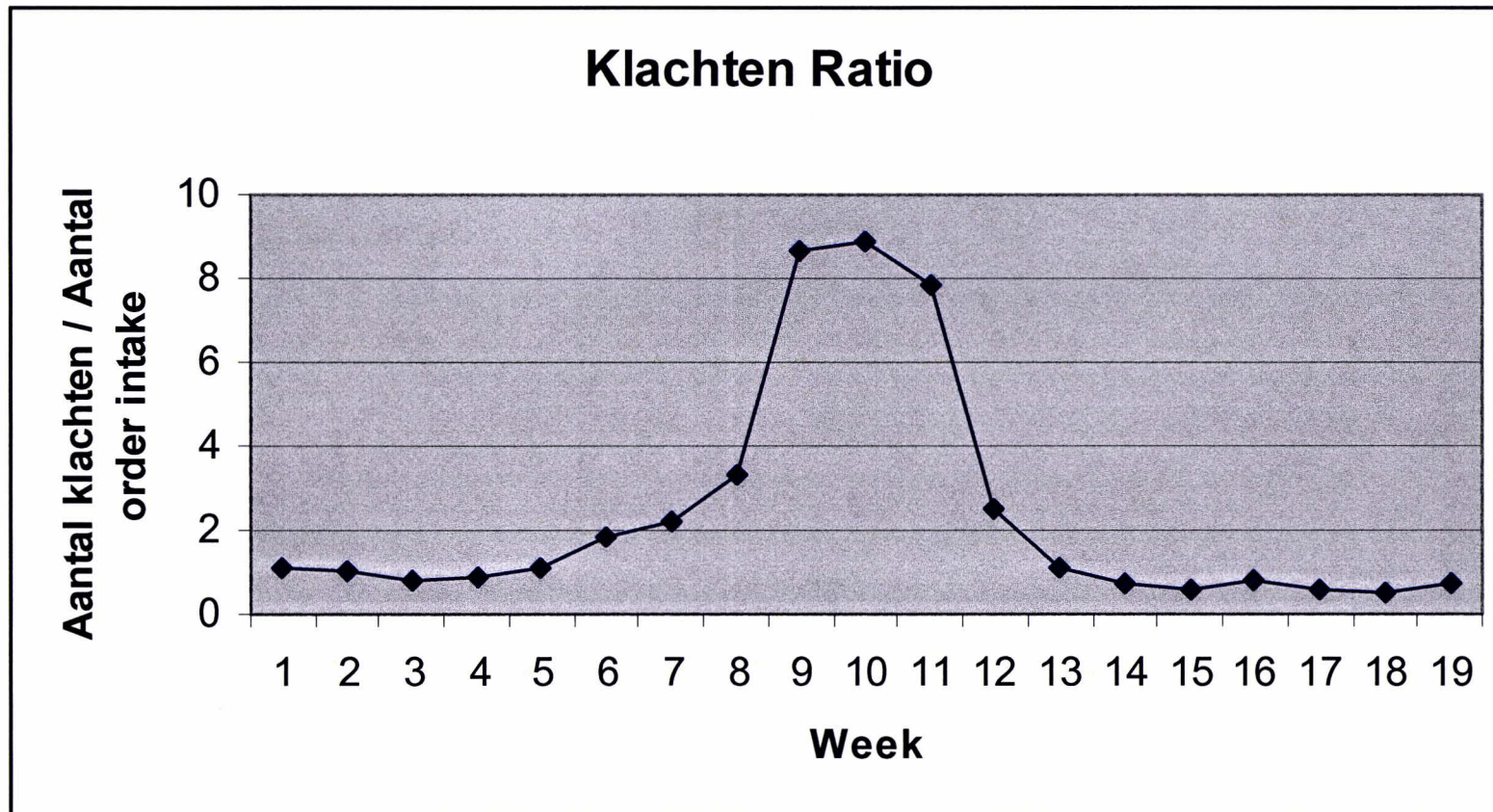
Call Ratio Gebruik (na afronding portering)



Referentie: (Crevecoeur, 2007)

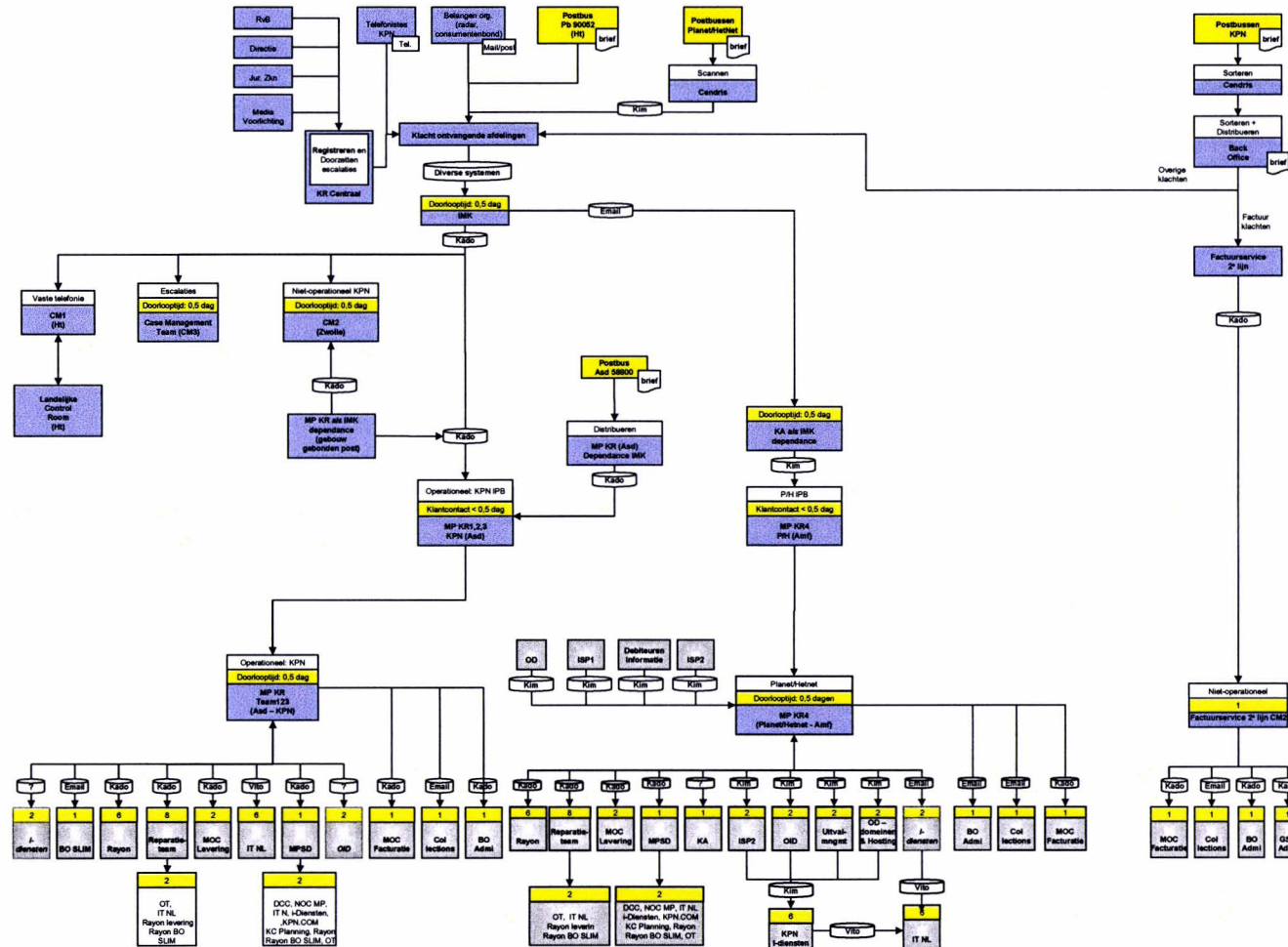
Bijlage 33: De klachtenratio

De klachtenratio is het aantal klachten gedeeld door het aantal orders call intake.



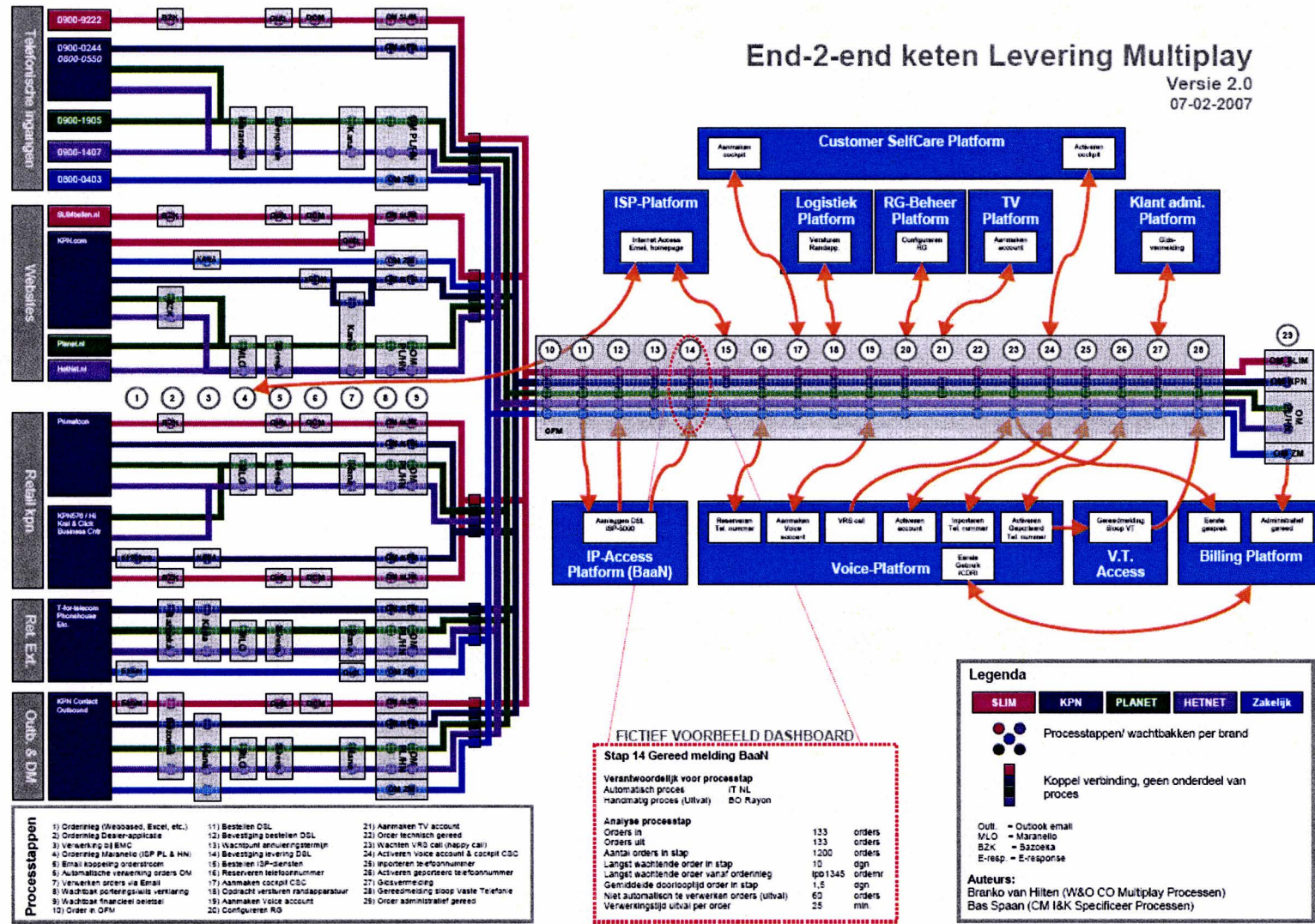
Referentie: (MarsrouteIPBMultiplay, 2007)

Bijlage 34: Het klachtenproces



Referentie: (Jansen and Misser, 2007)

Bijlage 35: End-2-end keten Levering Multiplay per verkoop kanaal per dienst.



Referentie: (KPN Corporate, 2007d)

Bijlage 36: Meld uw klacht

Meld uw klacht - KPN - Microsoft Internet Explorer

Bestand Bewerken Beeld Favorieten Extra Help

Vorige Zoeken Favorieten

Agres <http://www.kpn.com/kpn/show/id=285530> Ga naar Links

Privé Zakelijk KPN corporate International

typ zoekterm

klantenservice mobiel thuisbellen internet televisie

Contact met KPN? Gebruiksaanwijzingen Opheffen of opzeggen Winkelwagen 0 items

Home Privé > klantenservice > Vaste telefonie > Meld uw klacht

Meld uw klacht

KPN is voortdurend bezig de dienstverlening te verbeteren. Toch kan het voorkomen dat niet alles naar wens is gegaan. Heeft u een klacht dan willen de medewerkers van KPN deze graag voor u oplossen.

Heeft u geen klacht maar een vraag. Kijk dan bij de veelgestelde vragen.

Per e-mail

De snelste manier om uw klacht te melden is per e-mail.

Telefonisch

- Voor klachten over uw KPN telefoonrekening: bel het telefoonnummer dat boven de telefoonrekening staat
- Klachten over uw vermelding in de KPN telefoongids en/of bij de KPN nummerinformatiediensten:
Particulieren: **0900-0500** (€ 0,10 p/min.)
Bedrijven vermeld in het rode gedeelte: **0900-0500** (€ 0,10 p/min.)
- Klantenservice Vaste Telefonie **0900-0244** (€ 0,10 p/min.)
Dagelijks van 08.00 tot 22.00 uur. Ook op zon- en feestdagen
- Storingsdienst Vaste Net **0800-0407** 24 uur per dag, 7 dagen per week
- Klantenservice KPN Mobiel **1200** (gratis)
Op werkdagen van 7:00 - 22:00 uur en op zaterdag van 8:00 - 18:00 uur
- Klantenservice Prepaid **1200** (Kosten bellen naar mobiel, volgens het geldende KPN Prepaid tarief)
Op werkdagen van 8:00 - 22:00 uur en op zaterdag van 9:00 - 17:00 uur

Mijn KPN-diensten

inloggen

Nog geen klant?
Registreer

Login voor
Mijn KPN

Laatst bekeken

Home Privé

Contract vernieuwen?

Vul uw 06 in

Doe de check en ontdek je voordeel

Gereed

start 2 Microsoft O... Verwisselbare s... Microsoft Powe... 2 Microsoft O... Meld uw klacht ... NL 11:14

Referentie: (KPN Corporate, 2007b)

Bijlage 37: Klachten binnengekomen via

Binnengekomen via	Aantal per week	Percentage
Agora Monteurslijn	24	0,83%
Agora Overige	127	4,37%
Agora Privé	196	6,77%
Agora Retail Pmf/BC	351	12,11%
Agora Sales TV	32	1,11%
Agora OVS	2	0,07%
Agora TopScorer	1	0,02%
KPN ContactCtr. 0402 (schrift.)	954	32,90%
KPN ContactCtr. 0402 (telefon.)	56	1,92%
KPN ContactCtr. 0403 (schrift.)	68	2,33%
KPN ContactCtr. 0403 (telefon.)	7	0,25%
KPN ContactCtr. 0407 (schrift.)	21	0,73%
KPN ContactCtr. 0407 (telefon.)	1	0,04%
Briefpost	522	18,01%
KPN.COM	132	4,56%
Telefonisch	171	5,91%
MEDIA Kassa, Radar etc.	63	2,16%
Boycot.nu	1	0,04%
E-mail	55	1,89%
Retentieteam	7	0,23%
Intake MP	286	9,85%
Totaal	2899	106,13%

Referentie: (Meeren, 2007)

Bijlage 38: Telecomklachten.nl

Meldpunt Telecomklachten

Dit is het meldpunt telecomklachten. U kunt hier uw klacht kwijt over telecombedrijven in het algemeen, uw internetprovider, telefoonprovider of gsm provider.

Het meldpunt telecomklachten is onafhankelijk. Uw klacht kan indien u dit wenst anoniem op internet geplaatst worden. Daarnaast zullen wij indien het aantal klachten aanzienlijk is hier op alle mogelijke manieren proberen de aandacht op te vestigen. Zowel via de media, de politiek, alsook via de OPTA en het telecom bedrijf zelf.

Wilt u een telecom klacht indienen? Klik dan op [ik heb een klacht](#). Wilt u klachten van anderen lezen, dan ziet u hieronder de meest recente, en kunt u voor een totaal overzicht terecht door te klikken op [klachten](#). Wilt u meer weten over wie wij zijn en waarom we dit doen (en wat die advertenties hiernaast en hieronder te betekenen hebben)? Klik dan op [FAQ](#).

Wie zijn jullie?

Wij zijn zelf zogenaamde ervaringsdeskundigen. We zijn zelf al verschillende malen het slachtoffer geweest van "onoplosbare" telecomproblemen bij verhuizingen, aansluitingen, nummerbehoud en adreswijziging en weten dus maar al te goed dat daar een hoop mis gaat.

Daarnaast beschikken we over een breed netwerk van specialisten in marketing communicatie, media, juridische zaken, politiek, telecomproviders, internetproviders en mobiele telefoon bedrijven.

Waarom doen jullie dit?

Omdat we vinden dat het wel mooi geweest is, en dat er maar eens iets gedaan moet worden. We hopen ook de telecombedrijven hiermee inzicht te verschaffen in de structurele problematiek. Deze website is dus gericht op resultaat.

Wat gaan jullie met de klachten doen?

In eerste instantie bundelen om inzicht te krijgen in de hoeveelheid en aard van de klachten. Als dat inderdaad zo erg is als wij denken, dan gaan we verder. We zullen op alle mogelijkheden die binnen ons bereik liggen aandacht vragen voor de problemen rondom de telecombedrijven.

Waarom niet gewoon een klacht indienen bij de veroorzaker?

De ervaring heeft geleerd dat individuele telecom klachten door de verschillende instanties als incidenten worden gezien, en dat deze zelden of nooit behandeld worden. Indien dat wel gebeurt is een bureaucratische "kastje naar de muur tactiek" de meest gebruikte. Wij willen de telecom klachten verzamelen, bundelen, en laten zien dat het niet om incidenten gaat, maar om structurele problemen die op structurele wijze aangepakt dienen te worden.

Gaan jullie klachten behandelen?

Het is niet de bedoeling om individuele telecom klachten op te lossen of te behandelen. De ervaring heeft geleerd dat individuele telecom klachten door de verschillende instanties als incidenten worden gezien, en dat deze zelden of nooit behandeld worden. Indien dat wel gebeurt is een bureaucratische "kastje naar de muur tactiek" de meest gebruikte. Wij willen de telecom klachten verzamelen, bundelen, en laten zien dat het niet om incidenten gaat, maar om structurele problemen die op structurele wijze aangepakt dienen te worden.

Waarom staan er advertenties van telecombedrijven?

Omdat een website als deze geld kost. De advertenties brengen voor elke klik een paar cent op en kosten dus voor elke klik een paar cent voor het telecombedrijf... de vervuiler betaalt dus! We hopen op deze manier Telecomklachten.nl een lange toekomst te garanderen.

Referentie: (Telecomklachten, 2007)

Bijlage 39: Eén klachtenloket voor telecom en internet

Het is voor consumenten onduidelijk waar ze met hun klachten over telecommunicatie en internet terecht kunnen. Daarom moet er één loket komen. Dat blijkt uit onderzoek van EIM in opdracht van minister Brinkhorst.

Consumenten kloppen vaak aan bij een organisatie die bekend is zoals de Consumentenbond en de OPTA, die veel klagers moeten doorverwijzen. SGC (stichting geschillencommissie voor consumenten), Stic (stichting informatiedienstencode) en NLIP (branchevereniging Nederlandse internet providers) zijn veel minder bekend.

De instanties behandelen klachten allemaal op hun eigen wijze en voorwaarden. Ook is er weinig eenduidigheid in de wijze waarop de instanties klachten en vragen registreren en zijn er geen afspraken gemaakt over wat precies een klacht is. De instanties hebben geen inzicht in het totale aantal klachten dat leeft bij de consument voor wat betreft elektronische communicatie. Wel staat vast dat de telecomsector in vergelijking met andere sectoren veel klachten heeft, vooral afgelopen jaar.

Aanbevolen wordt daarom een betere en uitgebreidere voorlichting over het klachtenregime en één meldpunt voor consumenten met klachten om ze naar de juiste instantie door te verwijzen als ze er met de leverancier niet uitkomen. Dit meldpunt kan tevens zicht houden op het aantal en soort klachten van consumenten die jaarlijks binnenkomen.

De instanties kunnen veel klachten oplossen, maar er zijn klachten waarvoor (nog) geen instantie is of de juiste instrumenten ontbreken om ze op te lossen. Er is bijvoorbeeld geen onafhankelijke geschillencommissie voor klachten over internet. Daarin brengt de nieuwe telecommunicatiewet, die 20 april door de Eerste Kamer is aangenomen, verandering. Alle aanbieders moeten dan namelijk aangesloten zijn bij een geschillencommissie. Voor klachten op het gebied van ongewenste elektronische e-mail en misbruik van plug-ins zijn inmiddels wetsvoorstellen gedaan.

Verder wordt aanbevolen om de algemene leveringsvoorwaarden van de telecommunicatie- en internetbranche te standaardiseren. Service en klachtenafhandeling zouden deel uit moeten maken van de standaard algemene voorwaarden. Vooral de klachtenorganisaties dringen hierop aan. Ook moeten geschillen sneller opgelost worden. Het onderzoek is mede aanleiding voor de Stichting Geschillencommissies voor Consumenten om de mogelijkheden na te gaan om de doorlooptijd van geschillen terug te brengen naar ongeveer drie maanden. Door de aansluitplicht van aanbieders van communicatiediensten bij een geschillencommissie ligt hier een kans voor deze sector om voorop te lopen.

Het ministerie zal zich de komende weken buigen over de aanbevelingen en deze met de betrokken partijen bespreken.

Het onderzoek is te vinden op de website van Economische Zaken:
www.onderzoeksdatabank.minez.nl/

Referentie: (Internetten.nl, 2007)

Bijlage 40: Aanvullende voorwaarden InternetPlusBellen

Artikel 11/ Klachten en Geschillen

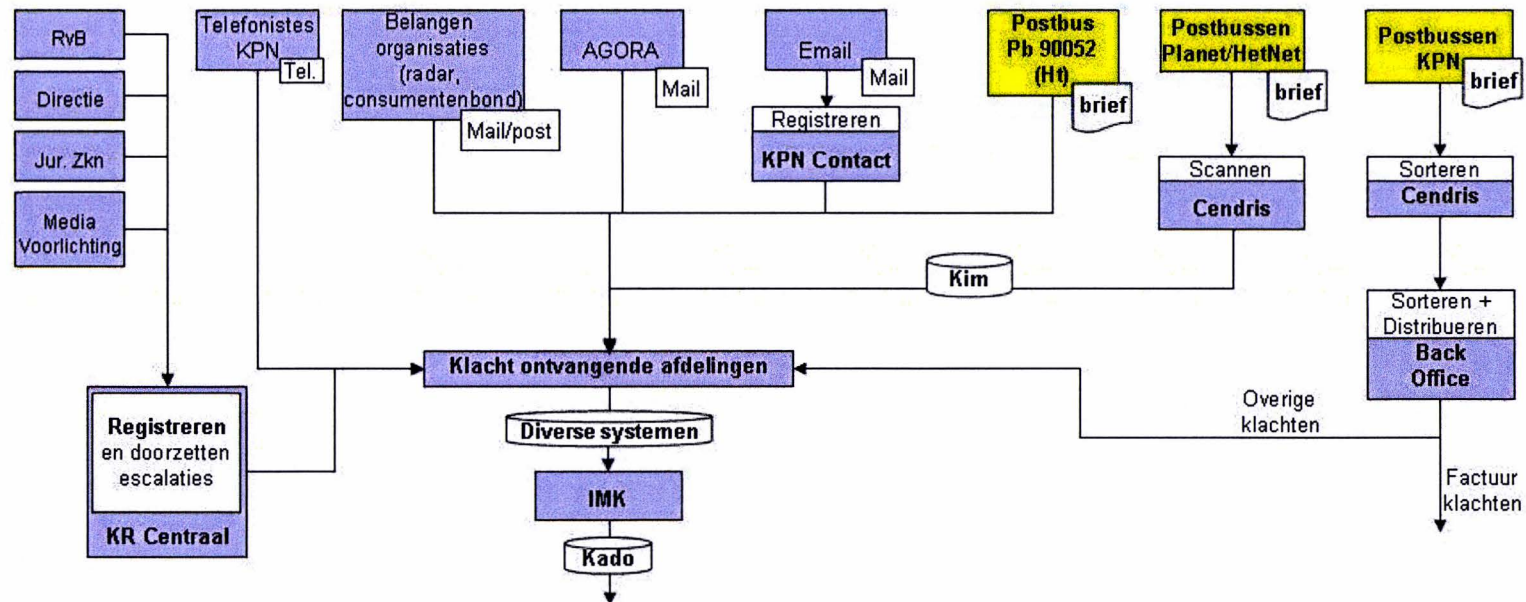
De Contractant dient zich in geval van klachten of geschillen met betrekking tot een overeenkomst in eerste instantie te wenden tot de Servicelijn van Planet Internet. Planet Internet zal hierop binnen 30 dagen na ontvangst van de klacht inhoudelijk reageren, tenzij een onderzoek nodig is dat niet binnen deze termijn kan worden afgerond of dit anderszins redelijkerwijs niet mogelijk is. In dat geval maakt Planet Internet met vermelding van de redenen binnen die termijn aan de Contractant kenbaar wanneer de inhoudelijke reactie uiterlijk aan hem zal worden meegedeeld.

Uiterlijk binnen 30 dagen na ontvangst van een schriftelijke afwijzende reactie van Planet Internet dan wel binnen 30 dagen na het verstrijken van de datum waarop volgens het vorige lid had moeten worden gereageerd, kan de Contractant het geschil voorleggen aan de Geschillencommissie Telecommunicatie, mits het geschil betrekking heeft op de Overeenkomst, (of de aanvraag daarvan) waarvan uitsluitend of in hoofdzaak gebruik wordt gemaakt als Consument en de commissie ook overigens op grond van haar reglement bevoegd is kennis te nemen van het geschil. De wijze van indiening en behandeling van het geschil is geregeld in genoemd reglement. De beslissing van de commissie is voor de partijen een bindend advies. Deze Commissie ressorteert onder de Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken. Het adres van de stichting is: Borderwijklaan 46, 2591XR Den Haag, telefoonnummer 070 - 310 5310.

Stemt de Contractant niet in met de behandeling van een geschil door de geschillencommissie of is deze op grond van haar reglement niet bevoegd kennis te nemen van het geschil, dan kunnen partijen het geschil aan de ter zake bevoegde burgerlijke rechter voorleggen. Op de overeenkomst is Nederlands recht van toepassing.

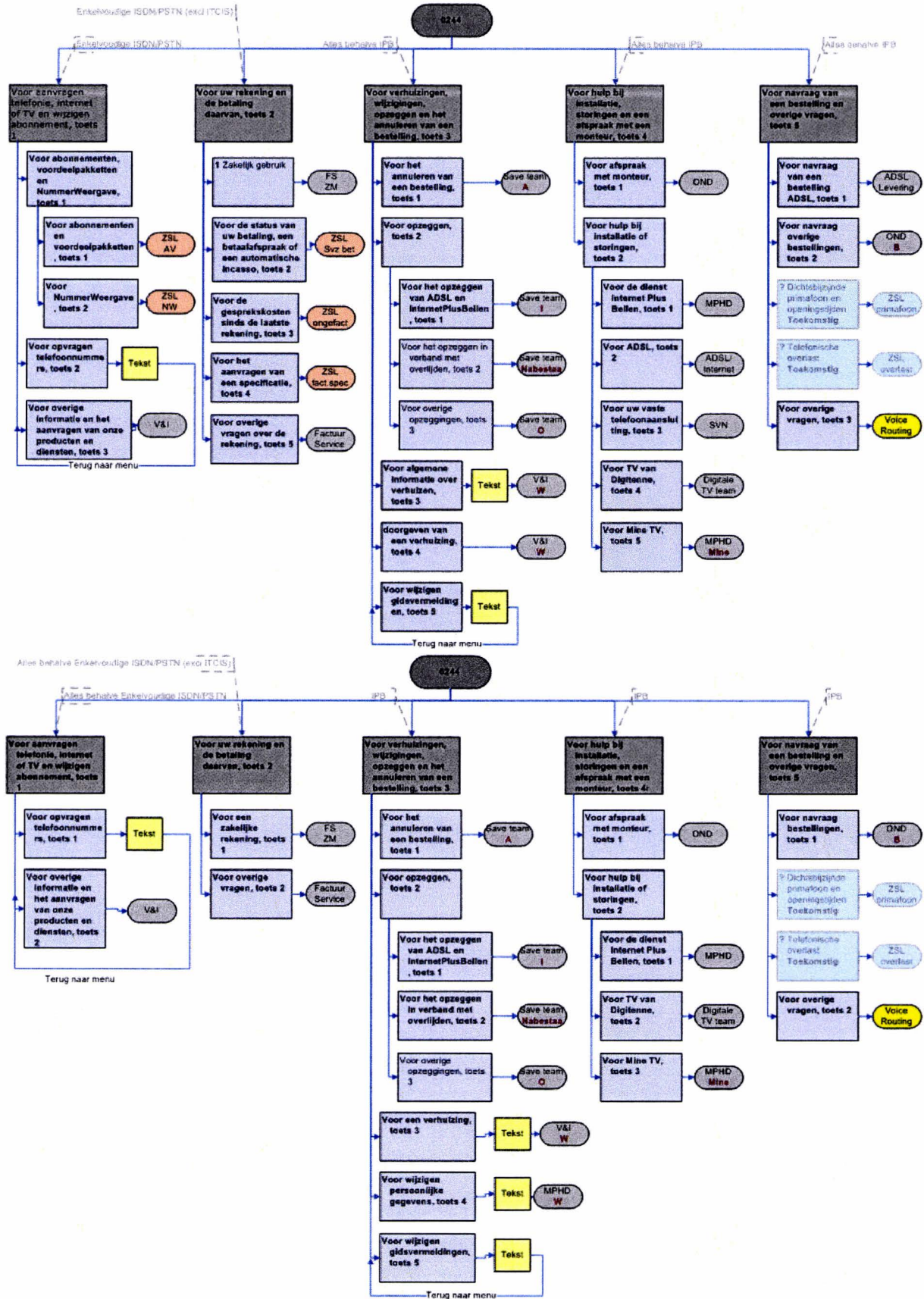
Referentie: (KPN, 2007)

Bijlage 41: De klachtingangen van KPN



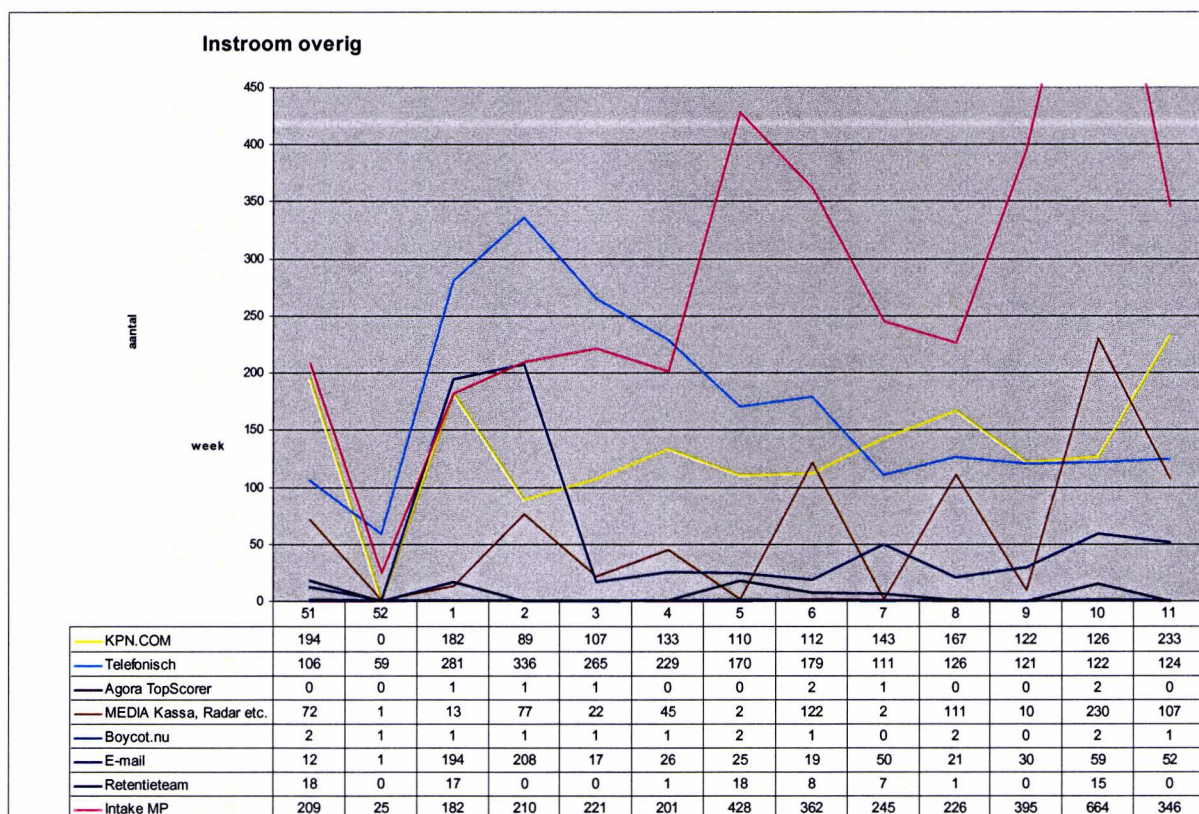
Referentie: (Jansen et al., 2007)

Bijlage 42: VRS 0900 0244

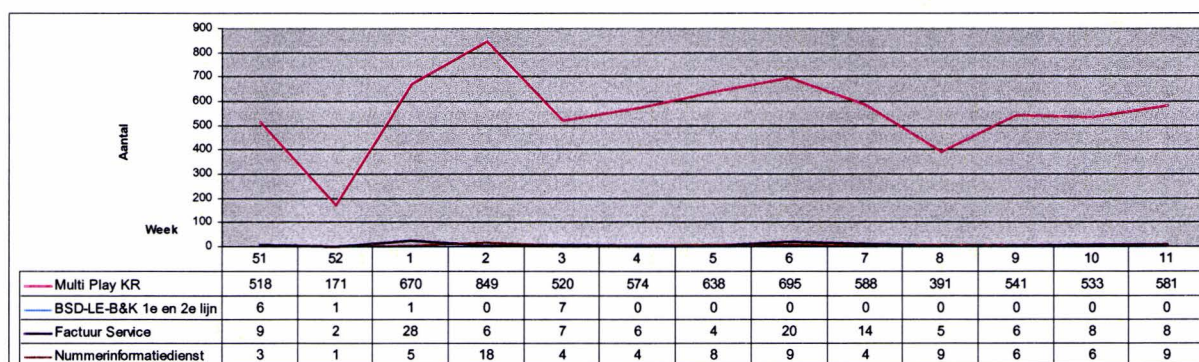


Referentie: (KPN Corporate, 2007d)

Bijlage 43: *Wekelijkse IMK rapportage*



In de bovenstaande tabel staan het aantal klachten wat binnen is gekomen per week verdeelt over de ingang waar de klacht binnen is gekomen.



In de bovenstaande tabel staan het aantal klachten dat doorgezet is naar een afhandelende afdeling verdeelt per week.

Referentie: (Meeren, 2007)

Bijlage 44: Trefwoord KIM

Trefwoord KIM
?
Acties
Administratief
Financieel
IPB Factuur
IPB Klantvriendelijkheid
IPB kwaliteitscontrole
IPB Leverig
IPB Levering
IPB Opzegging
IPB Product
IPB Storing
MINE
nog niet bekend
nvt
nvt (IPB Factuur)
nvt (IPB Levering)
nvt (IPB Storing)
nvt. (Technisch)
oplosgroep Planet Het Net
Service
Technisch

Referentie: Systeem KIM

Bijlage 45: Trefwoord KADO

Trefwoord KADO		
Actie Couulance IPB 20 EUR	CM:SLIM Herinneringskosten IPB	MP: Mijn kpn.com IPB
BSD-LE-B&K 1e lijn	CM:SLIM Installatie IPB	MP: opzeg buiten termijn IPB
CM:IPB Aanleg	CM:SLIM Monteurs actie IPB	MP: opzeg niet verwerkt IPB
CM:IPB Abonnement	CM:SLIM Niet aangevraagd IPB	MP: opzeg Overige IPB
CM:IPB Actie	CM:SLIM Opzegging IPB	MP: stor Kwaliteit oplos IPB
CM:IPB Annulering	CM:SLIM Proces ontbreekt IPB	MP: stor Niet oplosbaar IPB
CM:IPB Apparatuur	CM:SLIM Storing IPB	MP: stor Overige IPB
CM:IPB Contractovername	CM:SLIM Up-/Downgrade IPB	MP: stor Tijdsduur IPB
CM:IPB Coulancregeling	CM:SLIM Verhuizing IPB	MP: Telefonie IPB
CM:IPB Gesprekskosten	ESCT:IPB	MPHD:IPB administratief
CM:IPB Heraansluitkosten	Gestopt	MPHD:IPB technisch
CM:IPB Herhaalklacht	IMK:doorgezet aan MP KR IPB	Serv.Desk TV van KPN
CM:IPB Herinneringskosten	IMK:doorgezet aan MP KR(Z-IPB)	SLIM:fac Creditering IPB
CM:IPB Installatie	IPB: Verzendkosten	SLIM:fac Dubbele nota's IPB
CM:IPB Monteurs actie	KR:INFRA VOICE/IPB(1)	SLIM:fac overige IPB
CM:IPB Niet aangevraagd	KR:IPB (SLIM) (2)	SLIM:fac Uitleg IPB
CM:IPB Opzegging	KR:IPB (ZIPB XL) (2)	SLIM:Internet IPB
CM:IPB Proces ontbreekt	KR:IPB (ZIPB) (2)	SLIM:Lev andr prod danSLIM IPB
CM:IPB Service Thuis	KR:IPB Aanleg (2)	SLIM:Lev Beschikbaarheid IPB
CM:IPB Storing	KR:IPB Contractovername (2)	SLIM:lev gelev niet best. IPB
CM:IPB Up-/Downgrade	KR:IPB Incentives (2)	SLIM:Lev Installatie IPB
CM:IPB Verhuizing	KR:IPB Opzegging (2)	SLIM:lev Klantge onjuist IPB
CM:PL IPB Aanleg	KR:IPB Overig (2)	SLIM:Lev Leveringsduur IPB
CM:PL IPB Abonnement	KR:IPB Portering (2)	SLIM:lev onjuiste voorl IPB
CM:PL IPB Actie	KR:IPB Storing (2)	SLIM:lev onterechte sloop IPB
CM:PL IPB Annulering	KR:IPB Verhuizing (2)	SLIM:lev Overig IPB
CM:PL IPB Apparatuur	KR:OPLGR Planet/Het Net IPB	SLIM:Mijn kpn.com IPB
CM:PL IPB Gesprekskosten	KR:RANDAPP IPB (2)	SLIM:opzeg buiten termijn IPB
CM:PL IPB Heraansluitkosten	MP ZM:Factuur IPB	SLIM:opzeg niet verwerkt IPB
CM:PL IPB Herhaalklacht	MP ZM:Herhaalklacht IPB	SLIM:opzeg Overige IPB
CM:PL IPB Herinneringskosten	MP ZM:Levering IPB	SLIM:stor Kwaliteit oplos IPB
CM:PL IPB Installatie	MP ZM:Monteur IPB	SLIM:stor Overige IPB
CM:PL IPB Monteurs actie	MP ZM:Storing IPB	SLIM:stor Tijdsduur IPB
CM:PL IPB Niet aangevraagd	MP: Email IPB	SLIM:Telefonie IPB
CM:PL IPB Opzegging	MP: fac Creditering IPB	ZM:IPB Actie
CM:PL IPB Proces ontbreekt	MP: fac Dubbele nota's IPB	ZM:IPB Annulering
CM:PL IPB Storing	MP: fac overige IPB	ZM:IPB Apparatuur
CM:PL IPB Up-/Downgrade	MP: fac Uitleg IPB	ZM:IPB Contractovername
CM:PL IPB Verhuizing	MP: Internet IPB	ZM:IPB Geprekskosten
CM:SLIM Aanleg IPB	MP: lev ander product dan IPB	ZM:IPB Herhaalklacht
CM:SLIM Abonnement IPB	MP: lev Beschikbaarheid IPB	ZM:IPB Installatie
CM:SLIM Actie IPB	MP: lev gelev niet besteld IPB	ZM:IPB Niet aangevraagd
CM:SLIM Annulering IPB	MP: lev Installatie IPB	ZM:IPB Opzegging
CM:SLIM Apparatuur IPB	MP: lev Klantge onjuist IPB	ZM:IPB Proces ontbreekt
CM:SLIM Contractovername IPB	MP: lev Leveringsduur IPB	ZM:IPB Storing

CM:SLIM Gesprekskosten IPB	MP: lev onjuiste voorlicht IPB	ZM:IPB Up-/Downgrade
CM:SLIM Heraansluitkosten IPB	MP: lev onterechte sloop IPB	ZM:IPB Verhuizing
CM:SLIM Herhaalklacht IPB	MP: lev Overig IPB	

Referentie: Systeem KADO

Bijlage 46: Wanneer is een klacht een klacht en hoe wordt coulance toegepast

1. De klant meldt een **probleem**...

Geen klacht.

Fouten maken is menselijk en kunnen worden hersteld.

Oplossing: de medewerker lost het probleem in één keer goed op voor de klant.

Check: de medewerker informeert naar de tevredenheid van de klant over de geboden oplossing. Als de klant niet tevreden is, zorgt de medewerker er alsnog voor dat de klant tevreden wordt. Hetzij door hemzelf, hetzij door een 2de lijn medewerker.

2. Dezelfde klant meldt een **nieuw probleem**...

Geen klacht.

Fouten maken is menselijk en kunnen worden hersteld.

Oplossing en check als bij 1.

De klant zal mogelijk zijn ontevredenheid uiten over de kwaliteit van het product of de dienst. De medewerker kan coulance toepassen in de vorm van een boeket bloemen of een financiële tegemoetkoming (bijv. belkosten of enkele weken abonnement).

3. De klant meldt **opnieuw hetzelfde probleem** ...

Klacht.

De medewerker heeft het probleem niet in één keer naar tevredenheid van de klant opgelost óf hetzelfde probleem is opnieuw ontstaan.

Oplossing: de medewerker maakt aan de hand van de ernst van het probleem de inschatting of hijzelf of een collega van de 2de lijn de klacht in behandeling moet nemen. De 1ste of 2de lijn medewerker lost de klacht in één keer goed op voor de klant.

Check: de medewerker informeert naar de tevredenheid van de klant over de geboden oplossing. Als de klant niet tevreden is, zorgt de medewerker ervoor dat de klant alsnog tevreden wordt, bijvoorbeeld door het toepassen van coulance, in de vorm van het aanbieden van een boeket bloemen of een financiële tegemoetkoming (bijv. belkosten of enkele weken abonnement). Gaat de klant hiermee niet akkoord, dan wordt de klacht doorgezet naar het IMK (Intern Meldpunt Klachten).

4. De klant meldt **meerdere keren hetzelfde probleem**...

Escalatie.

De medewerker heeft de klacht niet herkend en erkend óf de eerdere klacht is niet naar tevredenheid van de klant opgelost óf hetzelfde probleem is opnieuw ontstaan.

Oplossing: de klacht moet worden doorgezet naar het IMK.

Referentie: (Wijnen, 2007)

Bijlage 47: De definitie van een klacht Zakelijke Markt

De definitie van een klacht:

'Een klacht is iedere uiting van ontevredenheid van een klant over onze dienstverlening, al dan niet gerechtvaardigd'.

Een klacht kan geuit worden in de verschillende vormen:

1. vraag
2. klacht (ontevredenheid)
3. tip / opmerking

Door één van onze klanten gedefinieerd als: 'Alles wat een probleem is'

De definitie van een klantenreactie:

'Een klantenreactie is een uiting van een klacht, meestal in de vorm van een vraag of een klacht'.

De definitie van een vraag:

'Een vraag van een klant, gericht op het verkrijgen van informatie of het overbrengen van een koopwens, een verbetersuggestie of een probleem.'

De definitie van een ongewenste vraag in het kader van de KPN Klachtenformule:

'Een vraag van een klant over een aspect van onze dienstverlening met als kenmerk dat wij deze vraag hadden kunnen voorkomen als wij onze informatievoorziening en onze dienstverlening aan de klant optimaal hadden uitgevoerd'.

Scope

In onderstaand schema worden de interactiesoorten tussen KPN en haar klanten benoemd. Omlijnd is zichtbaar op welke klantinteracties deze formule zich richt.

Wij onderscheiden 2 soorten klachten: urgent en overig (zie bovenstaand schema). Deze klachtenformule betreft beide types klachten.

Het soort klacht wordt bepaald door de urgentie mbt snelheid van de oplossing die de klant wenst voor de behandeling van zijn klacht. Indien de klant aangeeft dat hij het probleem 'nu' opgelost wil hebben, geldt automatisch de hoogste prioriteit (type I). Als de klant het goed vindt dat de klacht niet direct maar snel cq binnenkort wordt opgelost geldt de urgentie behorend bij de categorie overige klachten (type II).

Urgente klachten

De klant vindt het belangrijk dat zijn klacht zo snel mogelijk cq direct wordt opgelost. Veelal operationele klachten (niet kunnen bellen) of overige klachten die geëscaleerd zijn. ('Ik ben het nu zat, jullie lossen het nu op')

Overige klachten

Alle overige klachten waarvan de klant vindt dat ze snel moeten worden opgelost maar waarvan het niet uitmaakt of de behandeling een week duurt. Bijv. correctie van een factuur.

Referentie: (Schmeling, 2006)

Bijlage 48: Multiplay Operations Center

Multiplay Operations Center

Het Multiplay Operations Center is verantwoordelijk voor de levering en service van de multiplay producten, zoals; IPB, IP TV, Planet, Het Net en ADSL. De voorwaarden die voor levering nodig zijn dienen door het MOC te worden vastgesteld en bewaakt. Het MOC is verantwoordelijk voor de communicatie richting klant en Internet Service Provider, anders dan Planet en Het Net m.b.t. de status van de order, de leveringstermijn, bijstelling van de leveringsdatum, afhandeling van klachten e.d.

Backoffice

Backoffice draagt zorg voor administratieve verwerking van klantgegevens voor de service providers van DDSL, Planet en Het Net klanten. Tevens wordt door de Backoffice de facturatie en debiteuren informatie 2e lijn verzorgd van de service providers.

Klantreacties

De afdelingen Klantreacties zetten zich in voor behoud dan wel terugwinnen van klanten die Multiplay- en ADSL diensten afnemen bij KPN. MOC Klantenreacties behandelt klachten (reacties) van deze klanten op een klantvriendelijke, verantwoorde en professionele wijze, waarbij de belangen van zowel de klant als KPN zorgvuldig worden afgewogen. De hoge kwaliteit van serviceverlening staat garant voor continuïteit in klantrelaties. Klantreacties zorgt voor registratie, rapportage en analyse van de behandelde klachten ten behoeve van een snelle en adequate 'Customer Feedback' aan het management van het MOC, haar interne en externe partners en de Raad van Bestuur. In overleg met diverse partijen initiëren van verbetertrajecten, die moeten leiden tot een hogere klanttevredenheid en klantloyaliteit tegen de laagste kosten voor IP gerelateerde diensten. Tevens stuurt MOC Klantreacties op het voorkomen van klachten.

MOC Klantadministratie Planet en HetNet

Als pure administratieve backoffice afdeling handelen klantadministratie allerlei pakketgerelateerde mutaties af die betrekking hebben op de brands Planet en Het Net. Zowel voor het ADSL/Inbel gedeelte als het IPB/Mine pakket. We proberen op een vlotte en correcte wijze de verzoeken van eerstelijns afdelingen te verwerken. Omdat er vele ingangen zijn vanuit de organisatie stelt de klantenadministratie zich altijd flexibel op en probeert de klantenadministratie voortdurend de samenwerking te optimaliseren. Hierbij spelen communicatie en samenwerking een belangrijke rol. Door het voortdurend verbeteren van de interfaces en het vroeg signaleren van trends in klantwensen, probeert de klantenadministratie proactief te handelen.

MOC BO Multiplay Klantenreacties

Als 3e lijnsorganisatie heeft MOC Multiplay Klantenreacties de functie om klachten te behandelen en af te handelen die betrekking hebben op de Multiplay producten van KPN, Planet en Het Net: ADSL, InternetPlusBellen, Slim en Mine TV voor zowel de consumentenmarkt als de (klein) zakelijke markt.

Het doel van multiplay klantenreacties organisatie is te streven naar een zo hoog mogelijke klanttevredenheid, zich sterk te maken voor klantbehoud (loyaliteit) en het terugwinnen van klanten. Om dit bewerkstelligen probeert de multiplay klantenreacties zo efficiënt mogelijk om te gaan met de middelen die er tot beschikking zijn.

Multiplay klantenreacties is zodanig georganiseerd dat zij effectief kan samenwerken met de distributiekanaalen van KPN en alle overige organisatieonderdelen die betrokken zijn bij de

behandeling en afhandeling van klachten. Tevens signaleert MOC Multiplay Klantenreacties structurele knelpunten en levert daarmee een bijdrage tot verbeteracties ter voorkoming van klachten in de toekomst.

MOC Levering

MOC Levering heeft als doel klanten binnen de gestelde doorlooptijd van een ADSL aansluiting te voorzien. De orderdesk ontvangt de orders van de Interne Service Providers (ISP's) of Direct ADSL en zorgt dat de ADSL aansluiting via alle in- en externe interfaces en/of businesspartners opgeleverd wordt.

De ADSL leverstraat verwerkt alle ADSL orders van zowel KPN internet providers als niet KPN internet providers. Deze straat is ketenbreed verantwoordelijk voor de levering van ADSL aanvragen.

De SLIM leverstraat verwerkt alle SLIM orders voor zowel interne als externe verkoopkanalen. De ADSL en SLIM leverstraten verwerken tevens alle IPB uitval voor alle rayons.

De infodesk is het informatie centrum als het gaat om de ordernavraag status. Deze desk wordt gebeld vanuit alle ingangen aan de voorkant. Ook de Primafoon en externe winkels als Dixons, BCC e.d. Daarom is deze desk elke dag geopend van 08.00 tot 21.30 uur en in het weekend (zaterdag én zondag) van 09.00 tot 17.00 uur.

De Order Inleg Desk is in Amersfoort gevestigd. Deze afdeling behandelt alle uitval van de ingelegde Planet en HetNet orders. Tevens worden alle orders ingelegd die door externe call centers zijn verkocht.

De centrale MOC leverstraten zijn landelijk. Hun opdracht is simpel: Elke order die uitvalt (25% van alle orders) moet binnen 8 kantooruren behandeld worden en alle orders moeten binnen 16 kalenderdagen opgeleverd worden.

Het MOC levering ontvangt de orders van de Internet Providers zoals b.v. Planet / HetNet, Xs4All, Fiberwold, Tiscali en KPN.com en maken de order clean. Dat wil zeggen; MOC Levering checkt of de klantdata overeenkomt met de KPN bron systemen (aansluitgegevens en giro/bank nummers). Vervolgens voert het MOC levering de regie zodat de order technisch wordt uitgevoerd. De telefooncentrale wordt aangepast (het ADSL modem wordt gekoppeld en ingesteld), het juiste modem wordt naar de klant gestuurd en het juiste billing systeem wordt geactiveerd. Het MOC Levering stuurt dus vanuit de centrale leverstraat Operator Toegang, de Rayons, KPN Contact logistiek en de juiste billing systemen aan.

De orders worden gemanaged middels een geautomatiseerd systeem (o.a. BaaN, OM-OFM, Marenello). Dit systeem geeft in een dagelijkse rapportage (gemaakt door MOC Support) exact aan waar de orders zich op individueel niveau bevinden. Zo bewaakt het MOC Levering op dagniveau de voortgang en stuurt het MOC Levering de interface partners aan op doorlooptijden.

Alle medewerkers binnen de teams van het MOC Levering weten wat de dagelijkse werkvoorraad is en zorgen ervoor dat het dagproces wordt gehaald. Met gemiddeld 35 á 45.000 ADSL/IPB, 5000 SLIM en 6000 Planet en HetNet orders per week blijft dat een uitdaging binnen KPN.

Track en Trace

Track en Trace behandelt speciale ordersoorten, hier worden ze ingelegd en gemonitored. Het Track en Trace team bestaat uit vier onderdelen:

Het Moveteam.

Het Moveteam behandelt mail van de Infodesk, verhuisservice en KR. Verder is het moveteam belast met het uitzoeken en eventueel nieuwe verhuizingen aan te maken of andere afdelingen aan te sturen om dergelijke problemen op te lossen.

De Baanwerkljstmanager; hier worden NAW gegevens nagekeken en onbekende berichten teruggezet naar XR berichten.

Ook de Poortlijst wordt hier nagekeken en mochten hier zich problemen voordoen dan worden deze geanalyseerd en indien mogelijk opgelost.

Verhuisservice.

De Verhuisservice voert de regie op gecombineerde verhuisorders ADSL en telefonie. Doel is om het percentage gecombineerde geleverde orders te optimaliseren en zo bij te dragen aan de klanttevredenheid. Leverprocessen voor telefonie en ADSL zijn gescheiden. De verhuisservice monitort uitval en neemt waar nodig actie. Hiervoor wordt het LBS (Leveringsorder Besturing Systeem) voor gebruikt.

Special desk.

De specialdesk neemt en verwerkt van Multiddsl gerelateerde opdrachten. Operationele vragen die gesteld worden over multiddsl worden hier beantwoord. Alle adsl zaken van KPN Event worden behandeld en de modems worden naverzonden die niet of onjuist zijn geleverd.

Regieteam.

Het Regieteam doet pakketkorting, bv een klant neemt minimaal 2 producten af bij KPN. Dit team controleert in verschillende systemen wat de status is van de aangeschafte producten en diensten. Als deze diensten zijn geleverd en geactiveerd zijn krijgt de klant €50,00 retour op zijn bank of girorekening.

Team Spot en Schoning

Team Spot en Schoning bestaat nu nog met de hieronder beschreven onderdelen:

Team Billing:

Team Billing houdt zich bezig met het behandelen van uitval die in de Baan leverstraat ontstaat op de Billing interface en het verwerken van crediteringen en debiteringen in de billing systemen.

Hieronder wordt onder andere verstaan:

- Slotnota's;
- KADO reacties n.a.v. klachten;
- Servicebonnen;
- Modemruil;
- Pilots en eenmalige acties.

Team Schoning:

Team Schoning houdt zich bezig met het schonen van de KPN systemen.

Maandelijks ontvangen ze lijsten waarop orders staan die niet in alle systemen hetzelfde staan, bv een BaaN-Billing of Baan-AWS verschil.

Het team zoekt uit waar het verkeerd staat en lost dit op.

Team SPOT:

Team SPOT behandelt ongedefinieerde uitval (komt niet in de WFM bij andere teams) uit de Baan leverstraat.

Dit zijn vaak lastige orders waarvoor veel kennis en uitgebreide autorisaties nodig zijn. Het team behandelt mailvragen over vastgelopen orders die niet bij een ander team in de WFM staan over de gehele Baan leverstraat.

Infodesk

MOC Infodesk is een 2e lijn Helpdesk voor KPN-outlets (1e lijn). De infodesk zorgt voor antwoorden op vragen waar de 1e lijn geen antwoord op heeft. Daarnaast kan de Infodesk via een mailinterface de orderdesk raadplegen bij complexe leveringsvragen en problemen.

Infodesk 2e lijn helpdesk voor verschillende KPN-outlets:

- via mail beantwoorden van statusnavraag van een lopende order waar de 1e lijn geen antwoord op heeft;
- het aansturen of raadplegen van TNT Plaza voor het leveren van de experiabox;
- telefonisch ingang voor de Primafoon en de Externe kanalen voor het beantwoorden van vragen m.b.t. de statusnavraag van een lopende order;
- het OID aansturen mbt navraag omtrent Planet/HetNet aanvragen;
- aansturen cq raadplegen van de leveringsteams mbt uitval;
- het rayon raadplegen c.q aansturen bij complexe leveringsvragen en problemen;
- tevens is er (outbound) contact met de klant om de terugkoppeling te geven.

Afdeling Orderinleg Desk MOC ISP Planet en HetNet

De afdeling verwerkt de uitval van orders van IPB/ Mine en Tripleplay voor Planet en HetNet. De orders worden alsnog in de Ordermanager ingevoerd of definitief afgewezen. De afdeling verwerkt klantvragen over de orders die wel in Maranello (Het klantsysteem van Planet en HetNet) bekend zijn maar (nog) in de Ordermanager bekend zijn.

Afdeling Outbound ISP PlanetenHetNet

De afdeling verwerkt orders in Maranello (Het klantsysteem van Planet en Het Net) n.a.v. de uitval van outbound-acties. Deze acties worden uitgezet door Marketing, klanten worden gebeld door callcenter en aangeleverd aan de afdeling Outbound.

Slim backoffice

Het Slimbackoffice bestaat uit drie verschillende teams met als grootste onderdeel het 'Slimbackoffice'.

Hieronder is een verdeling gemaakt per onderdeel.

SLIM

Team SLIM backoffice is in het leven geroepen om alle Slim aanvragen in te voeren in de OM, en de orders door de gehele keten te volgen en bij uitval weer op de rit te zetten. Er is bewust gekozen om een order een zogenaamde cleanordercheck te laten ondergaan zodat de uitval minimaal is.

Anders dan bij IPB wordt hier het gehele proces centraal georganiseerd, dus vanaf de eerste inleg tot de uiteindelijke administratieve gereedmelding wordt hier behandeld. Het is een productie afdeling die in principe geen vraagbaak is voor andere afdelingen. Ze zijn echter natuurlijk wel te bereiken via de adsl-infodesk die via de e-mail bereikbaar is.

IPB UITVAL.

Naar aanleiding van het grootte succes van IPB is het natuurlijk vanzelfsprekend dat er een uitvalteam in het leven werd geroepen die zich ten doel stelt alle IPB orders die in de adsl-leverstraat uitvallen weer op de rit te zetten en er zorg voor te dragen dat hier niet veel tijd voor nodig is om de klant van een IPB aansluiting te voorzien. Het team is 4 fte sterk en bestaat sinds juni 2006 als centraal georganiseerd team.

OKC. (Orders KPN.COM)

Het OKC bestaat uit vier fte en is in het leven geroepen om orders in te voeren die vanuit KPN.com gemaaild worden naar een speciaal daarvoor gemaakte E-mail box. Inmiddels is het OKC wat uitgebreid en voert onder meer de voetbalkanalen orders in die ondersteund worden door MINE en is verantwoordelijk voor de herinleg van uitgevallen orders van de baan leverstraat.

Team Intake

In het team Intake is een onderverdeling gemaakt van uitval betreffende: Webimport, MIP, Poort en ADSL. De uitval die plaats vindt van de diverse ISP's zijn de aansluitingen: DDSL, DDSLO; ADSL, ADSLO, IPB (te onderscheiden in met en zonder telefonie)

Team Webimport:

verwerkt de uitval die voortkomt uit aanvragen van klanten, waarbij iets niet goed is met de NAW-gegevens, telefoonnummer, dubbele debiteuren (dubbele orders)

Team MIP:

verwerkt de uitval die plaatsvindt met de interface MIP15A en MIP15Z. MIP15 zijn orders die uitvallen, waarvan de aanvraag met telefonie (ook van IPB) is.

MIP15Z zijn orders die uitvallen waarvan de aanvraag Only is.

Team Poort:

verwerkt de uitval die is afgewezen door Operator Toegang Leeuwarden (OT LW). Dit kan diverse oorzaken hebben. OT LW geeft aan de hand van een code aan het team aan wat het probleem is.

Team ADSL:

verwerkt de uitval, waarvan er een configuratieprobleem op de centrale is ontstaan.

Alle teams kijken aan de hand van diverse KPN systemen of zij de order van de klant kunnen repareren, zodat de klant zijn ADSLverbinding kan krijgen. Als de order echt niet meer te repareren valt, wordt deze afgewezen met de daarvoor bestemde afwijscodes met uitzondering van het team ADSL. Hier kan alles gerepareerd worden.

Van alle IPBorders die worden afgewezen wordt in het kladblok van de OFM vermeld met welke code is afgewezen en of deze klant heringelegd moet gaan worden.

Als dit het geval is wordt door een ander team binnen MOC Levering (t.w. OKC) de order opnieuw ingelegd.

Als alle teams zien dat de klant wel geholpen kan worden maar niet direct worden de orders bij de teams in de wacht gezet. Op de juiste datum worden ze weer geherpubliceerd. De order lopen dan weer verder in het Leverproces

Ook hebben alle teams een eigen mailbox t.w.: MOCL_Webimport, MOCL_MIP, MOCL_POORT, MOCL_ADSL. Omtrent status-navraag of als er een order geherpubliceerd moet worden kunnen de desbetreffende medewerkers via de mailboxen worden aangestuurd. Binnen 4 uur na ontvangst is de mail teruggekoppeld aan de aanvrager.

MOC Service ADSL & ISP

Het MOC Service ADSL is verantwoordelijk voor de telefonische afhandeling van ADSL storingen in het KPN domein, die vanuit de 1e lijn (KPN Contact en de verschillende telefonische ingangen van de ISP's) worden doorgezet in de vorm van een ticket. MOC Service belt de klanten terug en analyseert de storing met de klant. In een aantal gevallen lukt het niet de storing direct met de klant op te lossen en wordt een monteur aangestuurd. Tevens valt afdeling Logistiek onder het MOC Service. Alle logistieke problemen met betrekking tot ADSL producten worden door het MOC Service opgelost (omruilingen, defecten e.a.). Binnenkort wordt een gedeelte van deze logistieke werkzaamheden op de eerste lijn belegd.

Het MOC Service ISP is verantwoordelijk voor technische klantvragen mbt de ISP diensten van Planet en HetNet. Het betreft een 2e lijns afdeling, die vragen beantwoordt van klanten die de 1e lijn bij KPN Contact niet kan beantwoorden. Deze klanten worden telefonisch doorverbonden. Het gaat vooral om vragen met betrekking tot VAS-diensten (bv hosting, e-

mail, firewall, spam/virus filters, modem instellingen) en mediadiensten (bv music stream, movie stream, gamen). Het gaat zowel om klanten met een adsl- als een inbelverbinding.

MOC/ISP

Afdeling houdt zich bezig met:

- Technische ondersteuning ADSL (2e lijns);
- Technische ondersteuning Inbelklanten (2e lijns);
- Technische ondersteuning mailproducten (2e lijns);
- Technische ondersteuning Mediadiensten; Musicstream, Moviestream;
- Cursussen, Spelend Leren, Winkler Prins. (1e en 2e lijns);
- Technische ondersteuning beveiligingsproducten (2e lijns);
- Technische ondersteuning hosting- en domeinproducten (1e en 2e lijns);
- Ondersteuning dealers bij ADSL-orders en acties;
- Orderproblematiek IPB waaraan problemen in de systemen en applicaties ten grondslag liggen.

Interfaces met:

- 1e lijn ISP KCC Enschede;
- I-diensten;
- MOC/ADSL;
- diverse leveranciers Mediadiensten;
- Uitvalmanagement;
- Back Office;
- Ondersteuning per telefoon, mail of brief, zowel inbound als outbound.

Multiplay Service

Multiplay is een nieuw opgezette 2e lijns partij die verantwoordelijk is voor de afhandeling van enerzijds serviceopdrachten en anderzijds klantreacties.

De storingen worden via een eerstelijns helpdesk, bij KPN Contact, aangenomen of via de ISP. Nadat zij de uitvraag met de klant hebben behandeld, wordt deze 'warm' of 'koud' naar de Servicedesk doorgezet. Behandeling service of klantreacties is in principe gelijk aan Adsl, alleen heeft dit specifiek betrekking op Internetplusbellen of IPTV.

Openingstijden 24 uur alle dagen van de week.

Support

MOC Support ondersteunt de operationele afdelingen met haar dienstverlening. Het gaat hierbij om het verkrijgen van inzicht in het proces en de productie door middel van rapportages en analyses. Producten zijn de verschillende dag- en wekrapporthages, maar bijvoorbeeld ook de managementletter van het MOC. Tevens verzorgt support administratieve ondersteuning voor de inhuur van uitzendkrachten en de dienstverlening van het secretariaat.

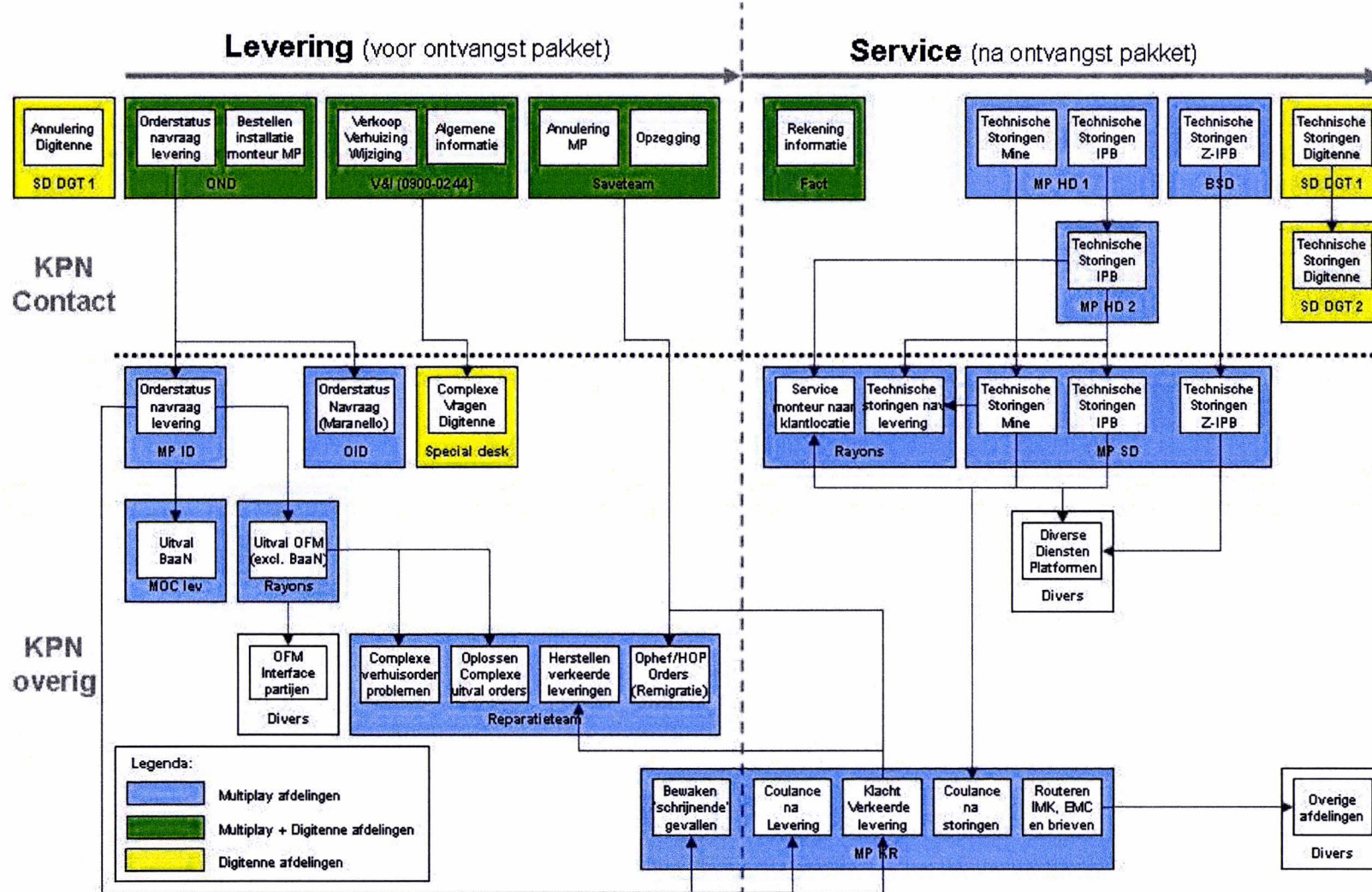
Een belangrijke activiteit van support is het maken van de forecast voor de eerste lijn van KPN Contact, het MOC en andere partijen.

Tevens beheert support de lokale systemen waar de afdelingen mee werken, of zijn de interface naar de beheerders die buiten het MOC zijn georganiseerd.

Support verzorgt voor het MOC de implementatie van vernieuwingen en het aansturen van continue verbeteren. Dit wordt onder andere ondersteund door het meten van klanttevredenheid.

Referentie: (KPN Corporate, 2007c)

Bijlage 49: Relatiediagram MultiPlay + Digtenne, versie 5.0



Referentie: (Spaan, 2007)

Bijlage 50: Pareto analyse telefonische ingangen op brand

Product	Percentage
SLIM	39,8%
IPB Planet	3,6%
IPB Het Net	7,9%
IPB KPN	0,6%
IPB Onbekend	48,0%
Totaal	100,0%

Referentie: (Crevecoeur, 2007)

Bijlage 51: Pareto analyse telefonische ingangen op leveringsproblemen

Onderwerp	Percentage
Verhuizing	8,3%
Storing/Technisch probl	39,8%
Navraag status	16,4%
Product info	16,0%
Nota	6,7%
Overig	12,8%
Totaal	100,0%

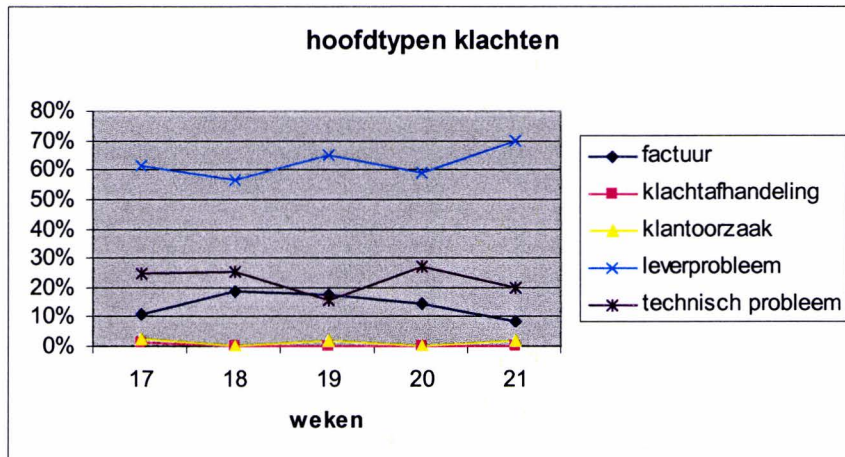
Referentie: (Crevecoeur, 2007)

Bijlage 52: Pareto analyse telefonische ingang op leveringsproblemen

Top klacht	Analyse	Actie
Annuleringen 21%	Met het clean order proces worden nieuwe annuleringen bij levering voor een groot deel voorkomen. Echter 66% van de orderintake MP loopt niet langs het clean order proces (verhuizingen, annuleringen, uitporteringen, wanbetalers)	Diepteanalyse op deze cases.
Storingen 10%	Verzameling van alle technische problemen als ruis / echo etc.	Wordt aangepakt in het team grondoorzaken (zie marsroute).
Verhuizingen 8%	Hiervoor is een verhuisdesk ingericht.	Analyseren of klachten ook recente oorzaken hebben en zo nodig aanvullende actie ondernemen.
Invoerfouten 7%	Veel fouten m.b.t. meenemen analoge klantnummer	Instructie nogmaals onder de aandacht brengen bij de invoerende partijen.
Agressieve verkoop 7%	Komt na 26 maart nauwelijks meer voor	De outbound verkoop is gestopt.
Niet ontvangen attenties 6%	Veel klachten rond niet ontvangen toestellen, vouchers etc	Proces is gestopt.

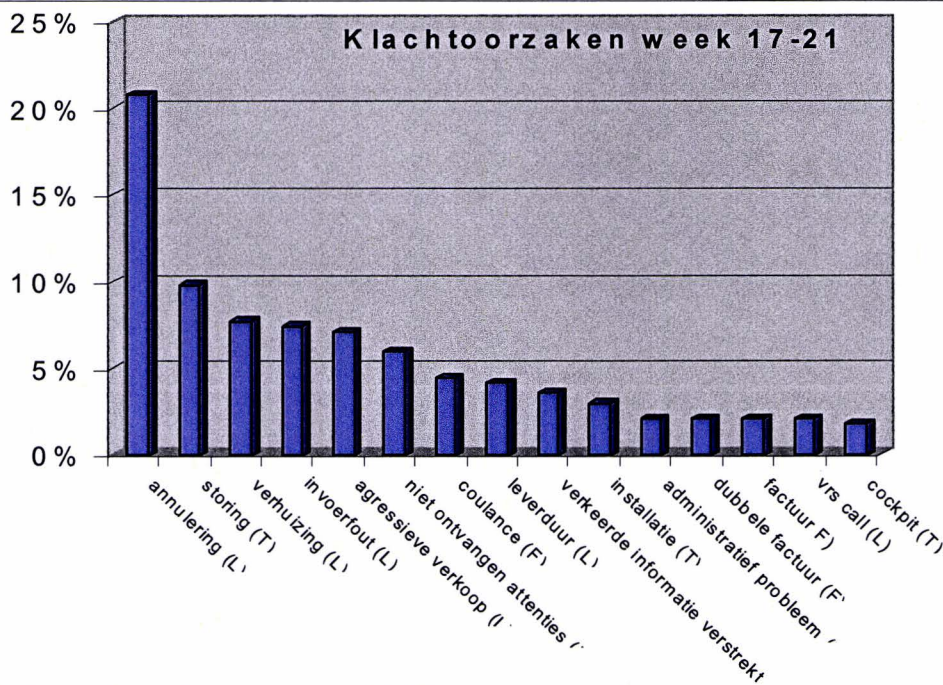
Referentie: (Crevecoeur, 2007)

Bijlage 53: Instroom klachten naar hoofdoorzaak



Referentie: (Crevecoeur, 2007)

Bijlage 54: Top 5 leveringsklachten






Referentie: (Crevecoeur, 2007)

Bijlage 55: Randvoorwaarden marsroute IPB

Marsroute IPB: Randvoorwaarden

Week:

Team	Randvoorwaarden	Grenswaarden			Op norm (groen) in wk	Actual week	Status	Extra kosten (per 1000)	Imago-schade kans 5=hoog
									
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Orderintake	Clean order % bij IPB orderstromen	> 90%	85-90%	< 85%			<input type="checkbox"/>		4
Orderintake	Doorlooptijd nieuwe orders (tot OM)	< 2dgn	2-3 dgn	> 3dgn			<input type="checkbox"/>		3
Orderintake (A)	Service levels orderingang V&I	> 80%	60- 80%	< 60%			<input type="checkbox"/>		
Orderintake (B)	Service levels orderingang Retentiedesk	> 80%	60- 80%	< 60%			<input type="checkbox"/>		5
Klantcontact	Service level MPHD 1	> 70%	60-70%	< 60%			<input type="checkbox"/>		4
Klachten	Instream IPB klachten per week	< 2500	2500-2700	> 2700			<input type="checkbox"/>		5
Levering (6)	99,5% van de klanten binnen 35 dagen een TNT-pakket ontvangen	> 99,5%	96-99,5%	< 96%			<input type="checkbox"/>		5
Ti & Continue Levering	Beschikbaarheid Voicedienst	> 99,7%	99,3-99,7%	< 99,3%			<input type="checkbox"/>		5
Service	Doorlooptijd: % opgeloste tickets binnen 24 uur	> 90%	90-80%	< 80%			<input type="checkbox"/>		4
Processen	Instream van ABAT orders + remigraties <1500 pw	< 1.500	1.500-3.000	> 3.000			<input type="checkbox"/>		2
IT	Beschikbaarheid IT-systemen voor gebruikers (opgeteld: ATS, OM, OFM, Maranello, Fasttrack, Cockpit)	> 99%	97-99%	< 97%			<input type="checkbox"/>		nvt

Referentie: (MarsrouteIPBMultiplay, 2007)

Bijlage 56: Gouden Oor

KPN is één van de beste klachtenmanagement organisaties

KPN heeft gisteren de gedeelde 2e plaats gehaald in de wedstrijd om 'Het Gouden Oor' te winnen, samen met ING. Winnaar werd MCB Nederland.

Gisteren vond de finaleronde plaats, waarbij KPN met ING en MCB Nederland streed om het bedrijf met het meest effectieve klachtenmanagement in Nederland. De finale bestond uit presentaties van de drie finalisten. Daarbij gingen zij ieder in op het strategische belang van goed klachtenmanagement voor hun bedrijf en hun best practices.

Eelco Blok leidde de KPN presentatie in en benadrukte hoe de klant centraal staat binnen ons denken en doen. Klachtenmanagement is daarbij een aspect waaruit voor onze klanten de waarde van de relatie met KPN blijkt. Er zijn, als een klant ons nodig heeft, is wat klanten willen. Het belang van goede klachtenbehandeling vereist dat klachtenmanagement dagelijks onderwerp van gesprek en verbetering is van zowel medewerkers tot aan de Raad van Bestuur. Een voorbeeld van het belang bij KPN is dat KPN één KPN brede Klachtenformule heeft ontwikkeld, waarin wij aangeven hoe wij met klachten om willen gaan. Daarnaast benoemde Eelco de actuele uitdaging rondom InternetPlusBellen (IPB).

Daarna volgde een introductiefilm over klachtenmanagement bij KPN in vogelvlucht.

Arthur Musters, manager Customer Care Zakelijke Markt, ging daarna in op een aantal bijzondere aspecten van ons klachtenmanagement. Hij belichtte het Lean6Sigma Baseline Onderzoek waarin wij hebben kunnen aantonen welke aspecten de klanttevredenheid het meeste beïnvloeden en waarop wij gericht en met prioriteit moeten verbeteren. Zo staat het aspect 'probleem overnemen' met stip op één, doordat een goede klantervaring daarmee gelijkstaat aan (zeer) tevredenheid over KPN als leverancier. Het baseline onderzoek leidt tot diverse verbeteracties met focus op die aspecten die onze klanten het belangrijkste vinden. Arthur belichtte hoe bij IPB gewerkt wordt met een Klachtencommando, met Caseteams en met een Control Room die tot doel hebben om klachtenoorzaken te achterhalen en structureel op te lossen.

De uitverkiezing is gebaseerd op een toetsingskader dat de jury heeft gebaseerd op de internationale richtlijn ISO 10002 voor klachtenbehandeling, best practices uit de VS, Engeland, Duitsland en Nederland en het keurmerk voor klantgericht klachtenmanagement: IKM3000.

De jury bestond uit Prof. dr. ir. Kees Ahaus (hoogleraar kwaliteitsmanagement aan de Rijksuniversiteit Groningen), Prof. dr. José Bloemer (hoogleraar bedrijfskunde en relatiemanagement aan de Radboud Universiteit Nijmegen), Eric de Haan (directeur Seven Nederland - klachtenmanagement adviesbureau en bestuurder Platvorm voor Klachtenmanagement) en Dr. Fred Langerak (universitair hoofddocent Marketingstrategie en innovatie aan de Rotterdam School of Management). In totaal werden 12 deelnemers beoordeeld, waarbij de drie finalisten werden geselecteerd op basis van uitvoerige vragenlijsten en site visits. Highlights uit het juryrapport waren:

- Ondersteuning van de RvB voor dit onderwerp
- Belang van klachtenmanagement aan de interne organisatie kunnen uitleggen
- Structureel verbeteren d.m.v. Lean6Sigma

Referentie: (KPN Corporate, 2007a)

Bijlage 57: Informatiebronnen oriëntatiefase

Interviews

Om informatie te verzamelen, die niet schriftelijk beschikbaar is, zijn er diverse interviews gehouden met medewerkers. Het doel van deze interviews is om de huidige situatie in beeld te krijgen. Eisen, wensen en ideeën van zowel de klanten als de medewerkers in kaart brengen.

Namen	Functies
1. Paul Corvers	Manager IMK
2. Cor van der Meeren	Rapportage en Kwaliteit
3. Peter van Huygevoort	Manager Klantreacties Telefonie
4. Henrie Bieleman	Manager Klantreacties Planter/HetNet
5. Margriet Tilstra	Ketenmanager klachten
6. Nils Schmeling	Formulemanager Klachtafhandeling
7. Edwin Jansen	Black Belt traject Klachtafhandeling
8. Sjef Loderus	Manager Multiplay uitvoering bovengrond HT
9. Cornel van Rooij	Medewerker Planning en Regie Multiplay HT
10. Henk Liebeton	Manager Planning HT
11. Kees Ouwerkerk	Projectmanager
12. Cees van Ouwerkerk	Senior projectmanager.
13. Pieter van Hest	Manager Consumer Operations Manager
14. Umro Slager	Super Ketenmanager Klachtafhandeling
15. Tina Angel	Manager BackOffice MOC Klantreacties
16. Huug van den Akker	Rayon manager Zuid Oost

Praktijkbezoeken

Diverse organisatie(onderdelen) maken gebruik van klachten management. Om het wiel niet opnieuw uit te vinden en om een breed beeld te krijgen van hoe andere organisatie(onderdelen) hun processen hebben ingericht en welke middelen zij gebruiken zijn er bezoeken gebracht aan deze organisatie(onderdelen).

Organisatie onderdeel

1. Planning Multiplay ZO
2. Uitvoering Multiplay ZO
3. Intern Meldpunt Klachten (IMK)
4. Klantenreacties Telefonie
5. Klantreacties Multiplay
6. MOC Klantadministratie Planet en Het Net
7. MOC Backoffice Multiplay Klantenreacties
8. MOC Levering
9. MOC Service ADSL & ISP
10. Multiplay Service
11. Support

Referentie lijst

1. 12Manage, 5-8-2007a, KANO, http://www.12manage.com/methods_kano_customer_satisfaction_model_nl.html
2. 12Manage, 5-8-2007b, Porter, http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_nl.html
3. Aalbers, J. P., 2005, Operations KPN, KPN
4. Bij, v.d.J.D., Broekhuis, H., Gieskes, J.F.B., 2001. Kwaliteitsmanagement in beweging. Kluwer, Deventer.
5. Cluyse, I., 2006. Diffusie van het internetgebruik in Europa: Analyse door middel van het Bass model.
6. Consumentenbond, 5-8-2007, Consumentenbond staakt bemiddelingsactie KPN InternetPlusBellen, <http://www.consumentenbond.nl/actueel/nieuws/nieuws2007/111120>
7. Crevecoeur, R., 2007. Overdrachtsdocument Front Grondorzaken. KPN.
8. De Ombudsman, 17-7-2007, De Ombudsman, <http://www.deombudsman.nl/site/content/Rubrieken.asp?SbRubrkID=10&ContentID=463>
9. Floor Management Netwerk, 5-8-2007, BCG, <http://www.floor.nl/management/bcg.html>
10. Intel, 25-5-2007, Moore's Law, www.intel.com/technology/mooreslaw/
11. Internetten.nl, 15-7-2007, Eén klachtenloket voor telecom en internet, <http://www.internetten.nl/nieuws.asp?id=13280&taal=nl&title=E%C3%A9n-klachtenloket-voor-telecom-en-internet>
12. Jansen, E. and Misser, H., 2-4-2007, Ketenontwerp klachtafhandeling, KPN
13. Janssen, F., 2007. 'Mij afsluiten? Dan sluit ik jullie af'. Brabants Bagblad.
14. Kassa (VARA), 20-5-2006, Special: heel veel klachten over digitale telefonie, http://kassa.vara.nl/portal?scr=kassa_artikel&number=2479800
15. Kassa (VARA), 3-3-2007, Enorme stroom klachten over InternetPlusBellen, http://kassa.vara.nl/portal?scr=kassa_artikel&number=3189869
16. Kotler, P., Saunders, J., Armstrong, G., 2004. Principles Of Marketing. Pearson Higher Education.
17. KPN, 5-8-2007, Aanvullende voorwaarden InternetPlusBellen, http://pmg.custhelp.com/cgi-bin/pmg.cfg/php/enduser/std_adp.php?p_faaid=4283&p_created=1154002362
18. KPN Corporate, 3-7-2007a, Agora, <http://websites.agora.kpn.org/startpagina>
19. KPN Corporate, 5-7-2007b, KPN.com, www.kpn.com
20. KPN Corporate, 1-7-2007c, Multiplay Operation Center, <http://websites.agora.kpn.org/WO-ConsumerOperations/Organisatie/MOC/Backoffice/>
21. KPN Corporate, 6-7-2007d, SOS, <http://sos.id.kpn.org/>

22. Lierop, J., 14-2-2007, Marsroute IPB, KPN
23. MarsrouteIPBMultiplay, 2007, Weekrapportage Marsroute IPB,
24. Meeren, C., 2007. Rapportage IMK.
25. Middeldorp, J., Kuisch, E., and Beeker, J., 15-3-2007, IPB kick off, KPN
26. Plat, F., 3-10-2006a, Klachtenmanagement bij KPN - Op weg naar de best mogelijke service, <http://www.klantenservicekenniscentrum.nl/script/articles/218/1/Klachtenmanagement-bij-KPN---Op-weg-naar-de-best-mogelijke-service>
27. Plat, F., 3-10-2006b, Klachtenmanagement is winstgevend en verdient meer aandacht, <http://www.klantenservicekenniscentrum.nl/script/articles/220/1/Klachtenmanagement-is-winstgevend-en-verdient-meer-aandacht>
28. Plat, F., 2-3-2006c, Klant wordt niet tevreden door opgeloste klacht, <http://www.klantenservicekenniscentrum.nl/script/articles/163/1/Klant-wordt-niet-tevreden-door-opgeloste-klacht>
29. Pol, H., 1999. Effectief klachtenmanagement. Samson, Alphen aan den Rijn.
30. Rader (Tros), 5-8-2007, InternetPlusBellen van KPN, <http://www.trosradar.nl/>
31. Sander, P.C., Brombacher, A.C., 2000. Analysis of quality information flows in the product creation process of high-volume consumer products. International Journal of Production Economics 67, 37-52.
32. Schmeling, N., 2006. KPN Klachtenformule. KPN.
33. Spaan, B., 1-3-2007, MP relatiediagram versie 5.0, KPN
34. Telecomklachten, 15-7-2007, Meldpunt Telecomklachten, <http://www.telecomklachten.nl/>
35. Wijnen, L., 12-7-2007, Wanneer is een klacht een klacht en hoe wordt coulance toegepast, KPN
36. Wikipedia, 5-8-2007a, Deming Wheel, <http://en.wikipedia.org/wiki/PDCA>
37. Wikipedia, 2007b, SERVQUAL-model, http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/00/Servqual_NL.gif