

**Sponsor voor  
www.SmartCardCentral.com**

Internet-portal [www.SmartCardCentral.com](http://www.SmartCardCentral.com) heeft bekendgemaakt dat de leverancier van hardware en software Sun



Microsystems de Smartcard-site gaat sponsoren. Tevens gaat Sun, zelf met haar op Java-gebaseerde technologie actief in de Smartcard-wereld, adverteren op de site met diverse producten en diensten, alsmede nieuws bieden om nog meer bekendheid te geven aan het Java Card Platform als één van de drijfveren van de industrie.

**Prestigieuze callcenter-onderscheiding**

Onlangs is Micheal Tamer, President en CEO van Teknekron Infoswitch Corporation, onderscheiden met de prestigieuze 'Pionier Award' voor de belangrijke contributie die hij geleverd heeft aan de verbetering van customer service in de callcenter-industrie. 'Teknekron heeft constant gestreefd naar de juiste technologieën om callcenters te helpen bij het leveren van kwaliteit,' aldus het Amerikaanse 'Callcenter-Magazine'. Tamer ontving



de prijs die jaarlijks wordt uitgereikt vanwege een aantal zaken. Om de belangrijkste te noemen: Tamer was initiatiefnemer van het softwareprogramma voor kwaliteitsmonitoring dat gezorgd heeft voor performance-verbetering bij diverse callcenters.

**Callcenter-managers terug naar de schoolbanken**

**Callcenter-Campus aan Purdue University**

Deze zomer werd door Purdue University's Center for Customer Driven Quality voor de vierde keer 'Callcenter-Campus' georganiseerd, een congres ván callcenter-managers vóór callcenter-managers.

Callcenter-Campus betekent voor veel mensen uit de branche een paar dagen op de hei (in dit geval het Mid-Westen van de VS) waarbij callcenter-managers kennis kunnen nemen van de laatste ontwikkelingen op het vakgebied, terwijl men de oude, bekende geur van de collegebanken opsnuift en zich weer even student waant.

Naast een aantal plenaire bijeenkomsten met visionaire sprekers van onder andere Ameritech, South-West Airlines, General Electric, Charles Schwab en Technokron zat het programma dit jaar boordevol met parallelsessies op het gebied van HRM, technologie, performance-meting en strategische issues binnen callcenters. Opvallend was het accent dat werd gelegd op de rol van technologie in callcenters. Het was duidelijk dat als gevolg van de explosieve groei in de branche en de groeiende behoefte aan self-service, technologie een onmisbaar element is geworden. Bijvoorbeeld bij het werven en opleiden van agents door middel van 'personnel assessment software' of het meten van de tevredenheid van de klant over de call door middel van 'completely automated telephone surveys' (CATS). Ook bij het integreren van de verschillende wijzen waarop klant en bedrijf met elkaar in contact zijn (face-to-face, voice-to-voice and bit-to-bit) en om de stap van call- naar contact center te kunnen maken, is er spectaculaire vooruitgang geboekt, zoals bleek uit de verschillende presentaties.

Naast de meer dan voortreffelijke inhoud van de lezingen en workshops bood Callcenter-Campus de deelnemers voldoende gelegenheid om te netwerken met collega callcenter-managers, maar ook met leveranciers van hard- en software, managementadvies en informatie en opleiding en training. In de 'exhibitors room' stond zelfs ook een stand van een leverancier van callcenter-stoelen. Iedere deelnemer kon plaatsnemen in het topmodel uit de collectie en deze stoel van \$1.000 werd aan het eind onder de deelnemers verloot. Ook wat het meubilair betreft, heeft de technologie blijkbaar niet stilgestaan.

Een tegenhanger van het callcenter-van-de-21ste-eeuw thema van het congres was de lezing van de marketingdirecteur van Harley Davidson, Clyde Fessler. In een gloedvolle after-dinner speech vertelde deze spreker hoe dit volbloed Amerikaanse bedrijf er na het faillissement van eind jaren '80 weer bovenop is gekomen door zich te positioneren als een handen uit de mouwen stekend klein duimpje tegenover Japanse motorreuzen als Honda en Yamaha. De spreker zelf die met z'n doorrookte stem typisch leek voor de nieuwe doelgroep van gezette, naar vrijheid op zoek zijnde veertigers en vijftigers vertoonde meerdere malen de Amerikaanse vlag en liet het volkslied door de zaal schallen. Dit leidde bij de Europeanen die in de zaal zaten soms tot kromme tenen, maar sommige Amerikanen moesten daadwerkelijk een traantje weg pinken. De presentatie over de turn-around van Harley Davidson werd afgesloten met de uitspraak: 'This can only happen in America'.

**Prof. Dr. Ko de Ruyter,**  
*Universiteit Maastricht*

