



Stichting KIRC Coronacrisis-index

Eerste rapport

Cris Donze

21 april 2020





Stichting Klantinteractie Research Centrum

Stichting KIRC

De Stichting Klantinteractie Research Centrum (afgekort KIRC) is de enige not-for-profit onderzoeksinstelling in Nederland voor klantcontact, klantinteractie en contactcenters. KIRC verzamelt kennis over en doet zelfstandig onderzoek naar klantinteractie, met als doel het vergroten van inzichten binnen de sector en het inspireren van de ontwikkeling van klantinteractie en klantenservice.

Toonaangevend onderzoek in klantinteractie

KIRC genereert kennis en inzichten middels onafhankelijk wetenschappelijk verantwoord en praktijkgericht onderzoek. De door KIRC verzamelde en onderzochte informatie wordt gebruikt door professionals in klantinteractie, customer experience en customer service, zoals contactcenter managers, marketing professionals, studenten of leveranciers van oplossingen in klantinteractie- en customer service.

Klantinteractiepanel

KIRC onderzoek elke maand een relevant thema in klantinteractie. Dit thema wordt bepaald in overleg met sponsors en donateurs van KIRC. De vragenlijst wordt via een korte online survey voorgelegd aan het klantinteractiepanel, bestaande uit 500 klantinteractieprofessionals. Deelnemers aan het onderzoek ontvangen de rapportage in hun mailbox; daarnaast wordt dit onderzoeksrapport gepubliceerd op de website van KIRC.

Sponsors en donateurs

Om onderzoeken en evenementen te kunnen organiseren, promoten, het voor belangstellenden betaalbaar te houden en/of extra activiteiten te ontplooiën, maakt KIRC gebruik van de bijdragen van sponsors en donateurs, die de doelstelling van KIRC actief ondersteunen. Zij hebben geen invloed op de onderzoeksresultaten.

Deze sponsors maken dit onderzoek mede mogelijk:



Dit onderzoek

De vragenlijst is opgesteld door KIRC. Leden van het klantinteractiepanel zijn via e-mail uitgenodigd om aan de online survey mee te doen. Daarnaast konden relaties van onze sponsors en andere belangstellenden de vragenlijst via een algemene link benaderen.

Het onderzoek is gestart op 1 april 2020. In deze rapportage zijn de resultaten van 76 respondenten opgenomen. In de bijlage van dit rapport is een beschrijving van de steekproef opgenomen.

Het onderzoek staat nog open voor deelname. Meedoen?

[Klik hier om aan het onderzoek mee te doen](#)



De KIRC Coronacrisis-index

Klantinteractie op afstand

De intelligente lockdown als gevolg van het Coronavirus heeft grote gevolgen voor werkend Nederland. De anderhalve meter economie zorgt ervoor dat relaties elkaar niet meer live kunnen spreken en naar andere manieren om te communiceren moeten zoeken. Klantinteractie op afstand dus.

Hoe langer de lockdown duurt, des te groter de economische gevolgen. Een diepe recessie ligt op de loer. Stichting KIRC deed onderzoek naar de gevolgen van de Coronacrisis voor organisaties, hun medewerkers en hun relaties. Hoe groot zijn die gevolgen? Neemt de hoeveelheid werk af, of juist toe? In hoeverre waren organisaties voorbereid? Welke maatregelen hebben organisaties genomen om met de Coronacrisis om te gaan?

In deze rapportage worden de eerste resultaten het onderzoek gepresenteerd. Het onderzoek is op 1 april 2020 van start gegaan door de leden van het KIRC klantinteractiepanel uit te nodigen voor het onderzoek. Daarnaast zijn via sponsors, donateurs en andere belanghebbenden relaties uitgenodigd om via een openbare link hun mening te geven. Het onderzoek staat nog steeds open en is te bereiken via [deze](#) link.

De Coronacrisis-index

Centraal in het onderzoek staat de Coronacrisis-index, een door KIRC ontwikkelde maat die aangeeft hoe klantinteractieprofessionals aankijken tegen de gevolgen van de Coronacrisis. De Coronacrisis-index is samengesteld uit de antwoorden op de volgende vragen:

- Wat zijn de positieve en negatieve effecten van de Coronacrisis?
- Hoe groot is de impact van de Coronacrisis op individuen en organisatie?
- Is de hoeveelheid werk als gevolg van de Coronacrisis toe- of afgenomen?

De Coronacrisis-index ligt net als de NPS® tussen de -100 en 100. Een negatieve score betekent dat de ondervraagden meer negatieve dan positieve gevolgen zien.

Een licht negatieve houding

Coronacrisis-index 21 april 2020



De Coronacrisis-index voor 21 april komt uit op -10, iets lager dan vorige week. Het IMF kwam met alarmerende cijfers over de gevolgen voor de economie in Nederland. Aan de andere kant lijkt er plaats te zijn voor enig optimisme over het verloop van het aantal besmettingen.

Organisaties in de retail en in de semipublieke sector (overheid en onderwijs) laten de meest negatieve scores zien. Voor hen zijn de gevolgen dan ook het zwaarst. In de zakelijke dienstverlening ziet men juist wat meer kansen.



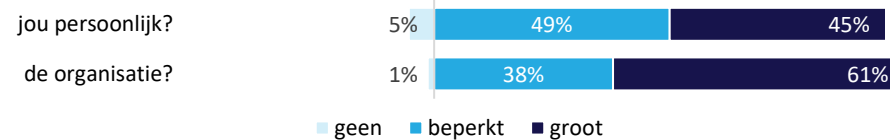
De KIRC Coronacrisis-index

Organisaties krijgen het minder druk

Het leidt voor de deelnemers aan het onderzoek geen twijfel dat de gevolgen van Coronacrisis voor zowel personen als individuen groot zullen zijn.

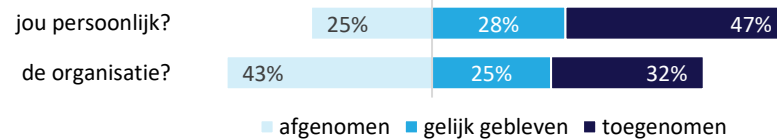
45% ervaart grote gevolgen voor zichzelf en een nog hoger percentage denkt dat de gevolgen voor de organisatie groot zullen zijn.

Hoe groot is de impact van de Corona-crisis op...



De meeste ondervraagden (43%) zeggen dat de organisatie waarvoor zij werken, het minder druk heeft gekregen. Hier zien we grote verschillen tussen sectoren: organisaties in de publieke sector en in gezondheids- en welzijnzorg hebben het veel drukker gekregen; de sectoren retail en mobiliteit juist veel rustiger.

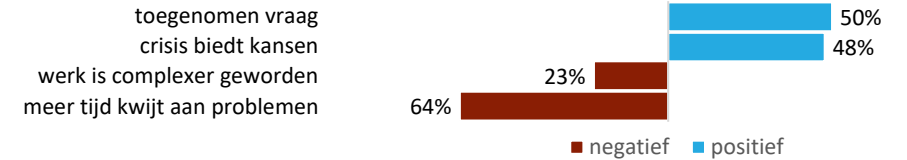
Wat betekent de Corona-crisis voor de hoeveelheid werk voor...



Dat wil overigens niet zeggen dat medewerkers het individueel rustiger hebben gekregen. Minder werk voor de organisatie betekent wellicht juist meer werk voor individuele werknemers, bijvoorbeeld omdat er rondom het werken op afstand meer georganiseerd moet worden.

Brandjes blussen en toegenomen complexiteit

Waardoor is de hoeveelheid werk toegenomen?



De belangrijkste reden dat medewerkers sinds het begin van de crisis meer werk hebben gekregen, is dat er meer tijd besteed dient te worden aan het oplossen van problemen die de nieuwe situatie met zich meebrengt. Het heeft er ook toe geleid dat het werk voor velen ingewikkelder is geworden.

Ondervraagden in vooral de zakelijke dienstverlening geven meer positieve redenen, zoals een toename van de klantvraag als gevolg van de crisis of het bieden van nieuwe mogelijkheden om nieuwe klantgroepen aan te boren.

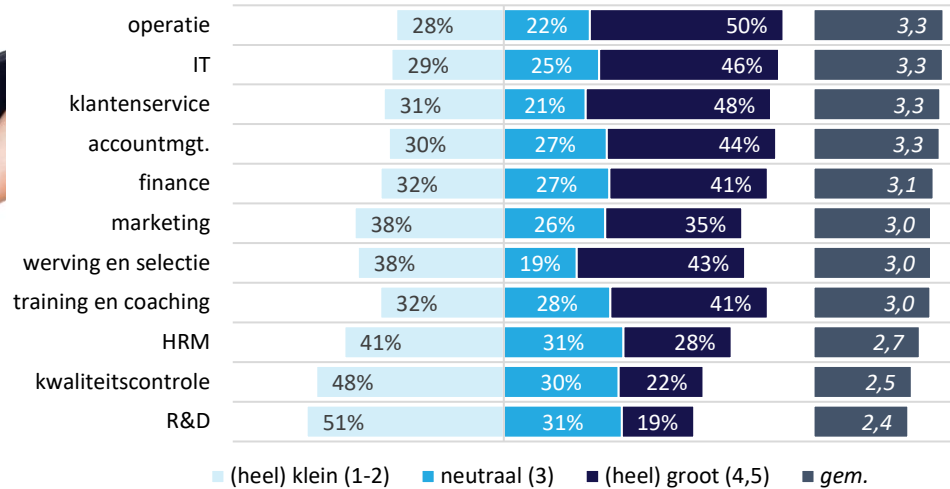
Grote gevolgen voor operatie en relatie

In het onderzoek is gevraagd naar de impact van de Coronacrisis op een groot aantal bedrijfsprocessen. De ondervraagde klantinteractie-professionals zien vooral de gevolgen voor de operationele processen, IT en klantenservice. Dit heeft vooral te maken met de implementatie van thuiswerken, zo blijkt uit de toelichting. ICT heeft het bijzonder druk met het mogelijk maken en ook het organiseren van klantenservice door thuiswerkende medewerkers brengt de nodige uitdagingen met zich mee.



De KIRC Coronacrisis-index

Hoe groot is de impact op:

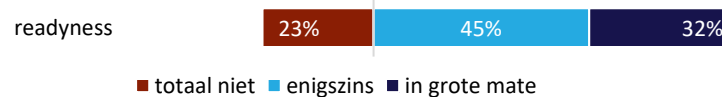


De genoemde operationele zaken worden vooral genoemd door ondervraagden die overwegend somber zijn over de gevolgen. Meer positief gestemden zien vooral grote gevolgen voor processen in de relationele sfeer, zoals marketing en accountmanagement.

Waren we er klaar voor?

Eén op de drie klantinteractieprofessionals geeft aan dat de organisatie in grote mate voorbereid was op de Coronacrisis. Iets minder dan de helft denkt dat dit in beperkte mate het geval was en een kwart zegt dat dat totaal niet het geval was.

In hoeverre was de organisatie voorbereid?



Implementatie thuiswerken meest genomen maatregel

84% van de deelnemende organisaties heeft thuiswerken mogelijk gemaakt. Het is daarmee de meest genoemde maatregel, gevolgd door het opstellen van protocollen voor medewerkers en de inrichting van een speciale Coronacrisis taskforce.

Welke maatregelen heeft de organisatie genomen?



Gevolgen, die direct de werkgelegenheid aantasten, worden nog relatief weinig genoemd. Vier van de tien organisaties hebben moeten overgaan op het sluiten van winkelpanden of kantoren. Eén op de vijf heeft werktijdverkorting of tijdelijk ontslag aangevraagd. Beide ingrijpende maatregelen worden wel veel vaker genoemd door ondervraagden die de gevolgen van de Coronacrisis negatief inzien.

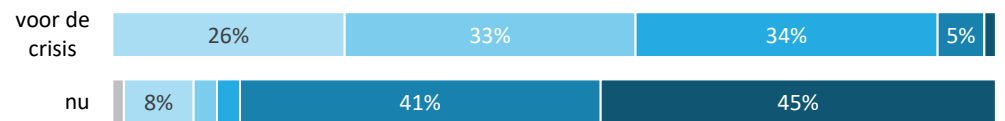


De KIRC Coronacrisis-index

We zijn massaal gaan thuiswerken

Voordat het Coronavirus in volle hevigheid toesloeg, werkten we gemiddeld één dag per week thuis. Zes op de tien deden dat hooguit 1 a 2 keer per maand. De thuiswerkfrequentie is sindsdien enorm toegenomen; op dit moment werken we gemiddeld genomen 4 dagen per week thuis; 45% doet dit nu zelfs elke dag.

Hoe vaak werk(te) jij thuis?



■ niet mogelijk ■ verboden ■ (vrijwel) nooit ■ 1-2x per mnd ■ 1-2x per wk ■ 3-4x per wk ■ elke dag

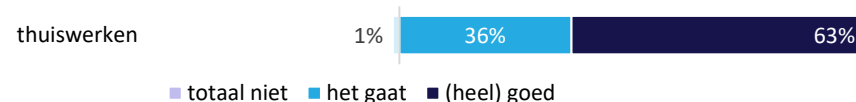
Ook medewerkers van het contactcenter werken massaal thuis: in 61% van de organisaties zit het hele contactcenter thuis, in 36% een deel.

De klantinteractieprofessionals, die minder gewend waren aan thuiswerken maar dit nu noodgedwongen wel moeten, zijn duidelijk minder positief over de gevolgen van de Coronacrisis.

En het gaat ons redelijk af

Twee van de drie ondervraagden vinden dat het thuiswerken heel goed afgaat. 36% zegt dat het wel gaat, maar niet overhoudt en slechts een enkeling heeft er grote moeite mee.

Hoe gaat het thuiswerken jou af?



■ totaal niet ■ het gaat ■ (heel) goed

De minder ervaren thuiswerkers ervaren iets meer problemen met het thuiswerken dan gemiddeld.

De grootste uitdagingen bij het thuiswerken hebben te maken met ergonomische en motivationele oorzaken. Ook het feit dat men bij het thuiswerken teveel afleiding ervaart en het niet mogelijk is om een rustige werkplek te creëren wordt vaak genoemd. Uit de 'anders' categorie blijkt dat dit vooral een uitdaging is voor gezinnen, omdat kinderen niet naar school of opvang kunnen.

Technische problemen, zoals niet-functionerende apparatuur, netwerkproblemen of toegang tot de nodige informatie spelen een relatief bescheiden rol.

Met welke uitdagingen word je geconfronteerd bij het thuiswerken?

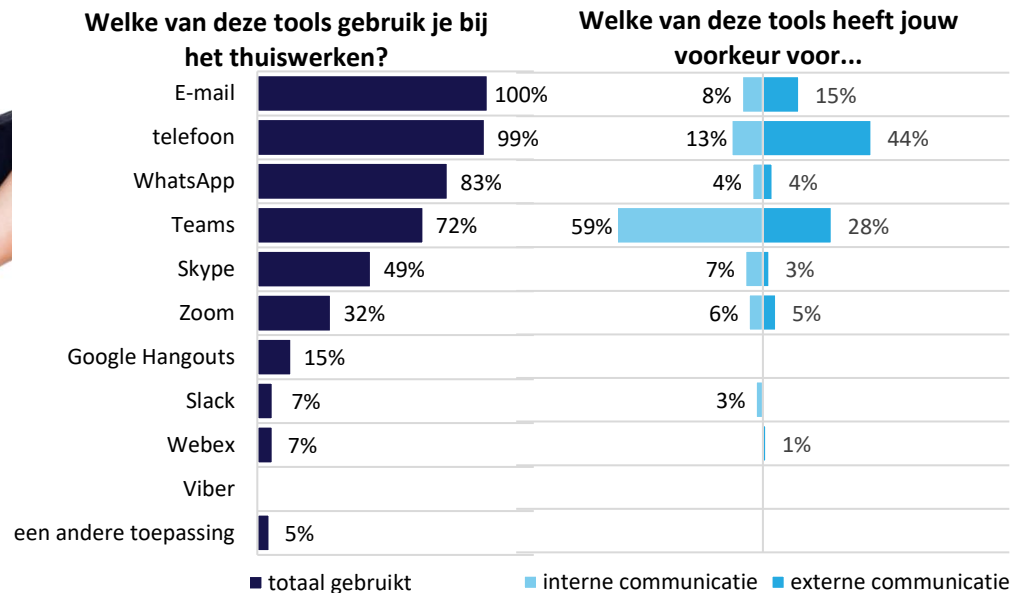


Traditionele kanalen worden het meest gebruikt

De min of meer traditionele kanalen telefoon, e-mail en WhatsApp worden het vaakst ingezet. Maar de enorme toename van het aantal thuiswerkers heeft ook geleid tot een boost voor tools als Microsoft Teams en Skype.



De KIRC Coronacrisis-index



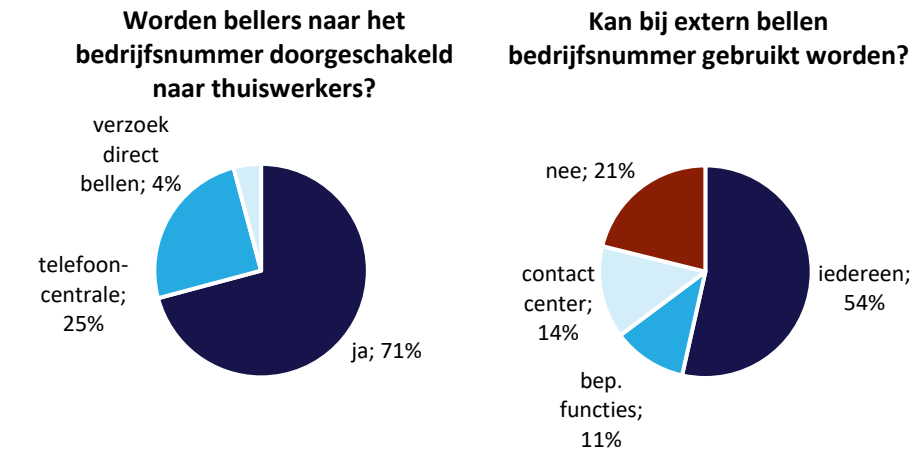
Microsoft Teams lijkt het meest te profiteren van de situatie. Deze applicatie heeft duidelijk de voorkeur voor de communicatie met collega's, boven de telefoon en e-mail. Andere toepassingen als Zoom en Google Hangouts worden minder vaak ingezet.

Als het gaat om communicatie met klanten of andere externe relaties heeft de telefoon nog steeds de voorkeur, maar ook hier doet Teams het relatief goed.

Wat gebeurt er als de klant belt?

Externe relaties, die bellen met het algemene nummer van de organisatie, worden in 71% van de organisatie direct doorgeschakeld naar thuiswerkende medewerkers. Bij 25% wordt doorgeschakeld naar

de telefooncentrale en bij 4% van de organisaties krijgt de beller het verzoek om direct met de medewerker te bellen.



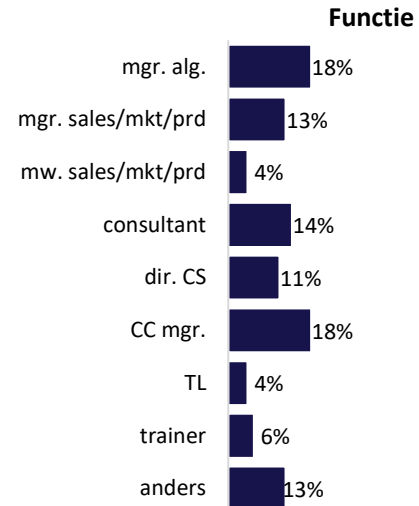
En wat als de klant gebeld moet worden?

In ongeveer de helft van de organisatie is het voor iedereen mogelijk om gebruik te maken van het bedrijfsnummer. In een kwart van de organisaties is het alleen mogelijk voor bepaalde functies. Bij 21% van de organisaties bestaat deze mogelijkheid niet.

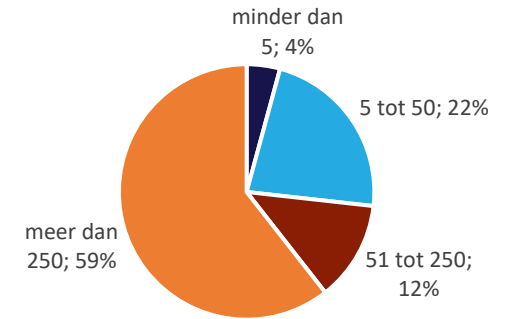
De toekomst

Over de toekomst zijn de ondervraagden overwegend somber: zij verwachten een gemiddelde afname van zowel winst als omzet van zo'n 7%. Over de ontwikkeling van het klantcontact zijn de meningen verdeeld: over het algemeen wordt een lichte afname van ongeveer 2% verwacht, maar er zijn grote verschillen per sector.

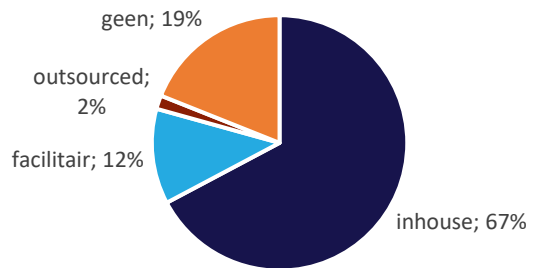
De KIRC Coronacrisis-index (Bijlage)



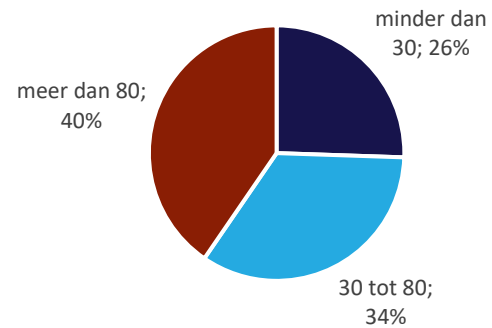
Aantal medewerkers (gem. 201)



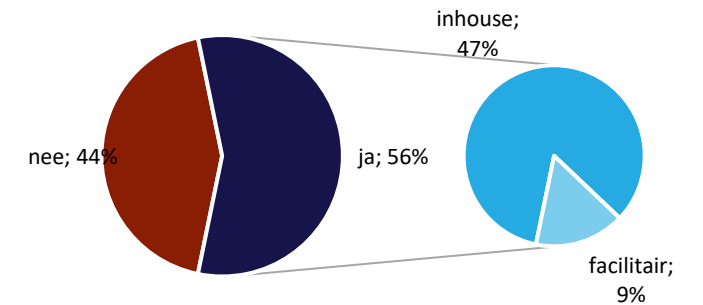
Organisatie Customer Service



Aantal werkplekken contactcenter (gem. 72)



werkzaam in contactcenter





De KIRC Coronacrisisindex

Colofon

© KIRC 2020

Niets uit deze publicatie mag geheel of gedeeltelijk op enigerlei schriftelijke, elektronische of andere wijze openbaar worden gemaakt zonder voorafgaande toestemming van de Stichting Klantinteractie Research Centrum



Nieuwegein, april 2020
Stichting Klantinteractie Research Centrum
www.kirc.nl

Cris Donze, manager
info@kirc.nl
06-51203970

