

**RUIIM EEN HALF MILJOEN KLANTVRAGEN  
PER MAAND. ZO VINDEN 12.000  
MEDEWERKERS VAN INTERPOLIS ACHMEA  
EN RABOBANK RAZENDSNEL  
HET JUISTE ANTWOORD**




 **Interpolis.**  
Glashelder



**EEN INTERVIEW MET**

**CEES OERLEMANS,**

**MANAGER KENNISMANAGEMENT & SERVICES BIJ INTERPOLIS**



Interpolis. Glashelder. Deze bekende slogan bestaat al sinds begin jaren '90 en is nog steeds relevant. In eerste instantie maakte Interpolis hiermee verzekeren minder complex. Inmiddels wil de verzekeraar levens van mensen minder complex maken. En klanten oplossingen bieden voor wat er echt toe doet.

Daarbij spelende customer care centers bij Interpolis/Achmea en Rabobank een belangrijke rol. Als een klant een vraag of probleem ervaart, wil Interpolis dat hij of zij zo snel mogelijk het juiste antwoord krijgt. Daarvoor gebruikt Interpolis een kennismanagementsysteem, dat Brein is gedoopt.



Om de klantvraag nog sneller te beantwoorden, heeft Interpolis samen met TKC digital een deel van de artikelen uit Brein herschreven. Hoe ze dat precies hebben gedaan en wat het uiteindelijk heeft opgeleverd, lees je in dit interview met Cees Oerlemans, Manager Kennismanagement & Services bij Interpolis.



## Over Interpolis

Interpolis is één van de grootste verzekeraars van Nederland. Interpolis biedt verzekeringen aan voor auto's, woonhuizen en inboedel, zorg, reizen, inkomen, pensioen, leven en rechtsbijstand. Daarnaast helpen ze met het oplossen van schade en proberen ze door middel van slimme oplossingen en diensten zo veel mogelijk leed (maatschappelijk, financieel en menselijk) te voorkomen. Interpolis is onderdeel van financieel dienstverlener Achmea, zoals bijvoorbeeld ook Zilveren Kruis, FBTO en Centraal Beheer dat zijn.

Rabobank is distributiepartner van Interpolis. Dat betekent dat klanten hun Interpolis-verzekering afsluiten of wijzigen via Rabobank als intermediair. Telefonisch, per chat, online of in de Rabo App. Ook met vragen over verzekeringen kunnen klanten terecht bij Rabobank. Daarnaast ontvangen klanten van Rabobank regelmatig tips over hoe ze gezond verzekerd kunnen blijven. Klanten melden schade bij Interpolis telefonisch, online of via de Interpolis App.

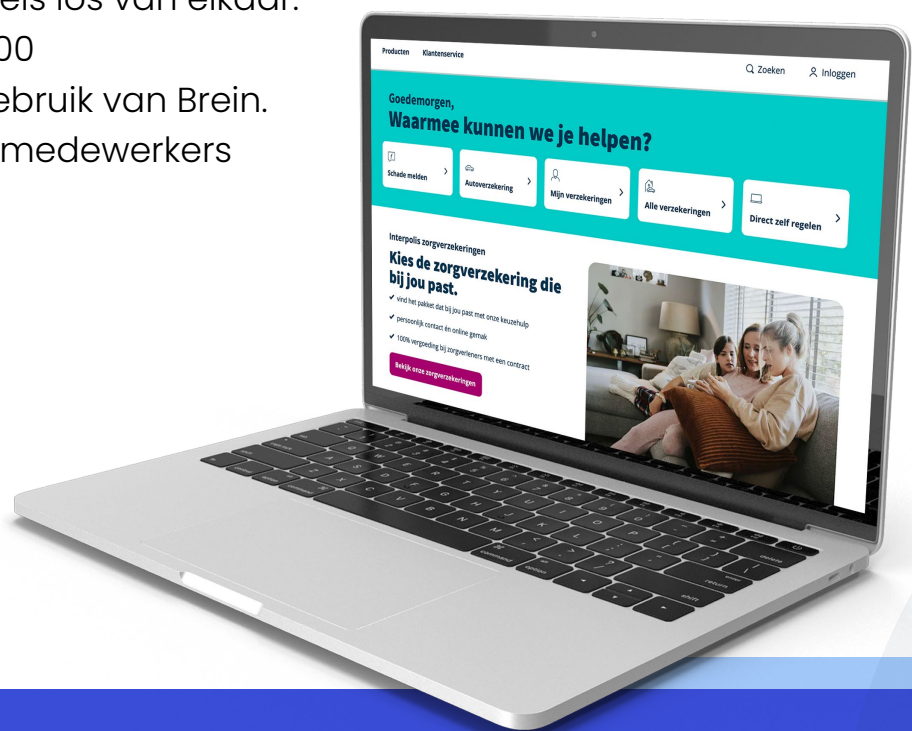
Om klanten zo snel mogelijk van het juiste antwoord te voorzien, gebruikt Interpolis het kennismanagementsysteem 'Brein'. Zowel Interpolis zelf als de medewerkers van de Rabobank maken gebruik van dit systeem. Brein is ook de kennisbank voor de andere merken zoals Zilveren Kruis. Daarnaast gebruiken afdelingen binnen Achmea als HR en IT Brein. Inhoudelijk staan deze systemen voor de verschillende merken en afdelingen deels los van elkaar.

In totaal maken ruim 12.000

Interpolismedewerkers gebruik van Brein.

Dat is inclusief zo'n 6.000 medewerkers

bij de Rabobank.



## We willen dat de klant sneller het juiste antwoord krijgt

**Cees Oerlemans** is Manager Kennismanagement & Services bij Interpolis. Hij is de opdrachtgever van het kennismanagementproject. Cees legt uit waarom dit project nodig was. 'Voordat we startten met het project hadden we al een heel uitgebreide kennisbank. Die bestond uit meer dan 20.000 artikelen. Dat is niet alleen een heel groot aantal, die artikelen waren ook nog eens heel lang. Er stond daardoor eigenlijk te veel informatie in een artikel.'

'Het probleem was dan ook dat customer care center medewerkers het antwoord op de klantvraag niet snel genoeg konden vinden. De kern van het project was dus om het antwoord zo snel en makkelijk mogelijk te vinden.'

## Soortgelijk project bij Zilveren Kruis was succesvol

Interpolis zag dus al snel dat er een verbeterslag mogelijk was. Daarnaast was Zilveren Kruis met iets soortgelijks bezig. Cees: 'De merken van Achmea werken regelmatig samen in usergroups. Dan komen collega's van de verschillende merken bij elkaar en leren we van elkaar. Daar hoorden we dat kennismanagementcollega's van Zilveren Kruis hun Brein hadden herschreven samen met TKC digital. Ze waren daar erg blij mee, dus dachten wij: hee, dat is precies wat wij ook willen! Bovendien hadden we in een eerder technisch traject ook samengewerkt met TKC. Dat was goed bevallen, wat maakte dat we gemakkelijk opnieuw de hulp van TKC inriepen.'

## Kortere gesprekken, blijere klanten, lagere kosten én tevreden medewerkers

Een succesvol project start met een goede voorbereiding. Cees: 'Voordat we begonnen bepaalden we onze doelen, de aanpak en de scope. Het initiële doel was om klanten sneller het juiste antwoord te geven. Maar daaraan zaten een aantal andere concrete doelen gekoppeld.'

'Met het sneller beantwoorden van de klantvraag wilden we allereerst de AHT verkorten, oftewel Average Handling Time of Afhandeltijd. Naast die snelle afhandeling voor klanten, zorgt dat voor een kostenreductie, zowel voor Achmea en Interpolis als ook voor Rabobank. De meeste klantvragen komen immers terecht bij Rabobank en niet bij Interpolis. Ook leidt het tot een hogere klanttevredenheid en medewerkertevredenheid. Sneller geholpen worden maakt klanten blij en als je als medewerker een blijde klant aan de lijn hebt die je echt hebt geholpen, maakt dat jou ook weer blij.'

'Om de klantvraag snel te beantwoorden, helpt het enorm als de informatie in de kennisbank geschreven is in de taal van de klant. De projectopdracht was dus om de artikelen in Brein te herschrijven op basis van de klantvraag. Als scope startten we met de meest gestelde klantvragen, die we kort en bondig wilden beantwoorden.'



## Appeltje, eitje? Dat viel in het begin nog vies tegen!

20.000 artikelen. Waar begin je? Cees legt uit: 'TKC digital hielp ons bij de opstart van het project. Ze zeiden toen: 'we beginnen simpel, we maken een scopelijst van de 25 meest gestelde vragen en daar starten we mee'. Dat uitgangspunt klopt natuurlijk, want op die manier voeg je snel de meeste waarde toe. Maar hoe we dat moesten doen was juist super complex!'

'Ik zei al dat onze artikelen enorm lang waren. Eigenlijk bevatte zo'n artikel antwoorden op meerdere vragen. Bijvoorbeeld: een klant vraagt of de kosten van een lekke autoband verzekerd zijn. Een redelijk simpele vraag. Maar het antwoord is niet zo simpel, want is de lekke band bijvoorbeeld veroorzaakt door slijtage of door vandalisme? Afhankelijk van het antwoord zijn de procedures die je moet volgen ook verschillend.'

'Het was dus niet te doen om die 25 artikelen te isoleren. Haal je één antwoord uit het artikel, dan wordt de rest van het artikel corrupt. Dat wil je eigenlijk direct oplossen, maar dan verzand je in een oneindige brei werk. We hebben het uiteindelijk opgelost door die enorme brei te ontrafelen, maar in het begin heel streng te zijn op waar we de meeste waarde konden behalen. Dat deden we dan het eerst.'

## Het einde van het project is in zicht

Het project startte zo'n twee jaar geleden. Waar staat Interpolis nu? Cees vertelt: 'We startten destijds samen met TKC om te bepalen hoe we het aan zouden vliegen. Daarnaast riepen we zelf een projectgroep in het leven. Die projectgroep bestaat uit vier redacteuren die een aantal uur per week aan het project besteden. Samen met de contentschrijvers van TKC herschrijven ze op dit moment ook nog steeds artikelen.'

'Toch zijn we bezig om de projectfase af te ronden en de herschrijfwerkzaamheden in Brein op te nemen in de dagelijkse processen. De grootste portefeuille, autoverzekeringen, is zo goed als af. Net als wonen. We hebben bij reis- en aansprakelijkheidsverzekeringen nog wel iets te doen. Maar de belangrijkste klantvragen zijn inmiddels herschreven, en dan moet het gewoon business as usual worden.'



## Wat het heeft opgeleverd?

Interpolis startte het project met duidelijke doelen. Zijn die inmiddels behaald? 'Welke invloed het project precies heeft op de klanttevredenheid is lastig te meten. Wel zien we duidelijk een hogere medewerkertevredenheid. We kunnen dat toeschrijven aan dat medewerkers de klant echt sneller kunnen helpen.'

'Het was opvallend dat we eerst juist een dipje zagen in de medewerkertevredenheid. Dat kwam vooral door collega's die al lang met de oude artikelen in de kennisbank werkten. Zij waren gewend aan de oude structuur en konden daar snel hun informatie vinden. Nu waren die artikelen ineens herschreven. Al snel stegen de scores weer, toen ze merkten dat het zoeken en vinden behoorlijk verbeterd is. Als je de hele klantvraag intypt in de zoekbalk, zie je direct het juiste antwoord en de bijbehorende procedures op je scherm.'

'Qua tijdswinst leek ons 2 tot 5% reductie van de AHT realistisch. Hier komen we aardig bij in de buurt. Al is dat moeilijk te bewijzen, omdat er meer factoren zijn die de afhandeltijd beïnvloeden.'

## Business as usual en steeds verder verbeteren

Het project is bijna af. Maar kennismanagement is natuurlijk nooit klaar. Hoe ziet kennismanagement eruit als de nieuwe manier van schrijven business as usual wordt? Cees: 'De medewerkers uit ons eigen projectteam zijn de spin in het web. Zij bepalen welke artikelen herschreven moeten worden, of verbeterd.'

'Dat doen ze natuurlijk niet zomaar, maar op basis van feedback van gebruikers. In totaal zijn er zo'n 12.000 gebruikers die bij elkaar ruim een half miljoen raadplegingen per maand doen. Ga er dus maar vanuit dat het snel genoeg naar voren komt wanneer een artikel niet duidelijk is of niet (meer) juist. Het projectteam kijkt dan of ze het artikel kunnen herschrijven op basis van de klantvraag.'

**' In totaal zijn er zo'n 12.000 gebruikers die bij elkaar ruim een half miljoen raadplegingen per maand doen'**

## Regel afhankelijkheden met andere teams op tijd

Cees was opdrachtgever van het project en het team Kennismanagement is één van de teams waar hij verantwoordelijk voor is. Terugkijkend op het hele traject heeft hij een belangrijke tip voor andere organisaties. 'Als er iets is dat ik tijdens dit project heb geleerd, is dat ik de commitment op capaciteit van andere teams beter had willen regelen. Wat ik daarmee bedoel is dat onze artikelen eerst gereviewd moeten worden voordat ze live kunnen. Het zijn de inhoudelijke experts van andere afdelingen die dat doen. Zij moeten tijd maken en krijgen om dit werkt te doen. Dat is een flinke afhankelijkheid en dat heeft me regelmatig hoofdpijn bezorgd. Wij gingen namelijk door, maar daardoor stapelde het werk voor andere collega's alleen maar meer op. Een volgende keer zou ik vooraf die commitment willen hebben, anders zou ik het project niet eens willen starten. Dat klinkt misschien hard, maar het is anders enorm frustrerend voor alle partijen.'

## Trots op waar we staan

Uiteindelijk is het project heel succesvol geworden. Cees: 'Ik ben onwijs trots op wat we hebben bereikt. Zeker omdat we dit grotendeels in de coronaperiode deden en iedereen moest thuiswerken. Ondanks de tegenslagen hebben we ontzettend veel waarde toegevoegd. Ook leuk is de feedback die we kregen van Rabobank. Zij zagen duidelijk dat het herschrijven waarde toevoegt en dat je de klant echt beter helpt. Sterker nog: ze zijn nu een soortgelijk project aan het doen!'

'Wat ik ook een vermelding waard vind is de bijdrage van TKC. In het begin was het best zoeken naar de juiste manier van samenwerking. TKC dacht er in mijn ogen wat te licht over en ik vond het juist vies tegenvallen. Maar hier kwam wel iets moois uit voort, want zo zijn we gezamenlijk tot een goed proces gekomen. Bovendien ben ik echt ontzettend tevreden met de mensen die de artikelen schrijven. We dachten altijd dat je heel veel inhoudelijke kennis moest hebben om goede artikelen te schrijven en daarom van de afdeling of in ieder geval Interpolis zelf moest komen. Maar de TKC-ers zitten helemaal in de materie en hebben praktisch geen hulp nodig. Ze gáán gewoon. Dat is echt geweldig om te zien.'



## Kennismanagement nog verder verbeteren

Wat zijn de plannen van Interpolis als je verder in de toekomst kijkt? Cees: 'Nu we bijna klaar zijn is er iets anders dat ik graag op wil pakken. Door het herschrijven zagen we dat de taxonomie anders zou moeten. De taxonomie binnen een kennisbank is de manier waarop artikelen hiërarchisch zijn ingedeeld. Denk bijvoorbeeld aan een indeling eerst op soort verzekering, vervolgens op de verschillende merken binnen de organisatie en vervolgens op onderwerp. Het zou de vindbaarheid verder verbeteren als we die indeling aanpassen. En dan is tenslotte ons doel met de kennisbank: zo snel mogelijk de juiste informatie vinden. Dat zou dus zomaar ons volgende project kunnen zijn!'

**'Ik ben onwijs trots op wat we hebben bereikt. Zeker omdat we dit grotendeels in de coronaperiode deden en iedereen moest thuiswerken.'**

*TKC is hét kennismanagementbureau van Nederland. Al 15 jaar helpen wij grote bedrijven om hun klantenservice te verbeteren. Ons team bestaat uit business consultants, technisch consultants en content consultants die de gedeelde passie hebben om de dienstverlening van elk bedrijf te verbeteren! We nemen je mee in het bedenken van de juiste kennismanagement strategie, helpen je bij het leveren of het implementeren van een nieuw systeem of zorgen dat je bent voorzien van de juiste service content via elk kanaal. Zo beantwoord jij al je klantvragen in één keer goed!*