

## MARCQ SUCCESVOL BIJ **achmea**

### **REFERENTIECASE** INBOUND TELESALES INTERPOLIS

#### OVER ACHMEA

Achmea is met 20.000 medewerkers en een omzet van bijna 12 miljard euro (2008) de grootste verzekeraar van Nederland. Het concern heeft kantoren op meer dan zestig locaties in Nederland. Het huidige Achmea is voortgekomen uit de fusie tussen Interpolis en het 'oude' Achmea in 2005.

Achmea hanteert diverse labels. Centraal Beheer Achmea, Avéro Achmea, Interpolis en Zilveren Kruis Achmea zijn de vier belangrijkste, de zogenaamde 'powerbrands'. Daarnaast kent Achmea een uitgebreide merkportefolio.

#### DE UITDAGING

##### **Realiseer een zo hoog mogelijke salesconversie**

Verzekerden mogen elk jaar per 1 januari overstappen naar een andere zorgverzekeraar. Tot 1 januari mogen verzekerden hun huidige verzekering opzeggen. De nieuwe zorgverzekering moet uiterlijk 31 januari afgesloten zijn. Deze periode kenmerkt zich bij zorgverzekeraars door een piek in het aanbod van calls over de nieuwe polissen en polisvoorwaarden. Dit levert een behoorlijke druk op de dienstverlening via het callcenter.

Deze periode wordt in bij zorgverzekeraars ook wel aangeduid als het eindejaarswerk (EJW). Marcq Coaches & Supervisors kreeg voor het eindejaarswerk 2008/2009 van Interpolis een duidelijke opdracht mee: Realiseer een zo hoog mogelijke salesconversie van inbound calls die binnenkomen door de in die periode lopende marketingacties.



*“Lianne Gunnink van Marcq Coaches & Supervisors heeft boven verwachting bij ons gepresteerd. Zij combineert het goed met mensen communiceren, coachen en operationele kracht met analytisch inzicht en procesmatig denken en handelen. Bovendien heeft Lianne de Coaching, Teambeleving en Klantgerichtheid bij Telesales op een hoger niveau gebracht. In één woord: Top!”*

**Johan Fransen**  
Manager Telesales, Achmea Zorg

## MARCQ KIEST VOOR PARTNERSHIP

*“Marcq Coaches en Supervisors heeft zich zeer betrokken getoond met het resultaat van de afdeling en de geplaatste supervisor als persoon. Met name de flexibiliteit en bereidheid om te zoeken naar een voor beide partijen acceptabele oplossing tijdens de verlenging van het contract is een goede weergave geweest van de aard en integriteit van Marcq.”*



**Johan Fransen**  
Manager Telesales, Achmea Zorg



### DE WERKWIJZE

#### Opleiden, coachen en motiveren

De geselecteerde agents werden met een e-learning training initieel getraind op productkennis en na succesvolle afronding vervolgens vijf dagen begeleid en getraind op verdere productkennis, communicatie en hantering van de backoffice systemen. Na de opleiding werd door de Marcq teamleider ‘on the job’ gecoacht, begeleid en gemotiveerd.

De Marcq methodiek onderscheidt zich door actief naar de agents te luisteren, samen doelstellingen te definiëren en de agents zelf na te laten denken hoe ze zichzelf kunnen verbeteren. Zo werden ook bij Achmea persoonlijke doelen afgesproken en werd per tweetal de opgenomen gesprekken teruggeluisterd en geëvalueerd. Wekelijks werd de voortgang ten aanzien van de persoonlijke doelstellingen doorgenomen en gaf de Marcq supervisor actief advies en feedback.

De hele groep werd gestimuleerd door het ophangen van een digitaal whiteboard waarop elk moment van de dag zichtbaar is hoeveel de hele afdeling bijdraagt aan de organisatie. De agents mochten zelf naar voren lopen om een nieuwe score aan het whiteboard toe te voegen waardoor de agent en de groep zich extra gemotiveerd voelden.

Deze, voor Marcq kenmerkende, persoonlijke en resultaatgerichte aanpak resulteerde in een prettige en klantgerichte werksfeer. De agents ontwikkelden zich snel tot klantgerichte adviseurs die veel bellers bewust maakten dat Achmea de polis heeft die het beste bij hen past.

*“Onze supervisors sturen altijd op verbetering van klanttevredenheid, first contact fixed, conversie, behandeltijd en adherence door hun mensen beter te laten presteren.”*

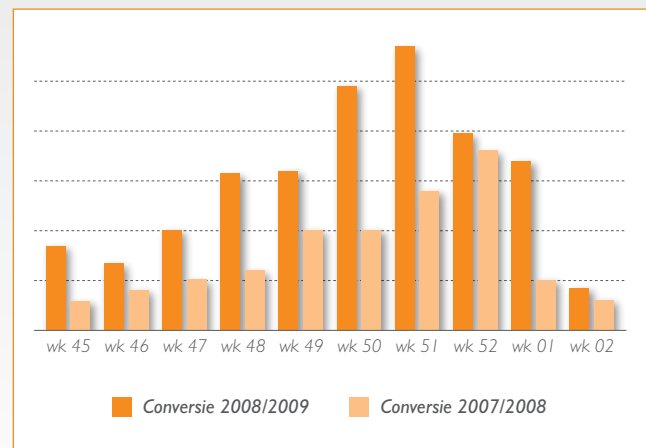


**Marco ten Oever**  
Algemeen Directeur Marcq Coaches & Supervisors

### HET RESULTAAT

#### Een significante stijging van de Salesconversie

De actieve marketingcampagne van Achmea en de intensieve coaching en begeleiding door de Marcq teamleider zijn gezamenlijk zeer succesvol geweest. De conversie in de eindejaarsperiode is significant gegroeid ten opzichte van dezelfde periode in 2007/2008.



Conversie EJW bij Interpolis (Achmea): 2008/2009 vs. 2007/2008

In overleg met Achmea is besloten niet de specifieke getallen te publiceren omdat het succes het resultaat is van een sterke marketingcampagne, in combinatie met de prestaties van het Telesales Inbound Team.

In ieder geval heeft het gehele Achmea team de ambitieuze sales doelstelling (aantal verkochte polissen) met 8,7% overtroffen. Een absoluut breekpunt met de performance in het verleden. En dat is precies waar Marcq Coaches en Supervisors graag aan meewerkt: performance en kwaliteit voor haar opdrachtgevers – PK's voor uw callcenter.

Voor meer informatie en cases kunt u altijd contact met ons opnemen. Mail naar [info@marcq.nl](mailto:info@marcq.nl) voor meer details of bel direct voor een afspraak: 010-2010950.