



# visualisatie stimuleert nieuwe manier van werken

Wie mobiliteit zegt, zegt ANWB.

Al meer dan een eeuw behartigt de ANWB de belangen van haar leden, met relevante producten en diensten. De bekendste daarvan is waarschijnlijk de Wegenwacht. Maar de ANWB biedt ook verzekeringen, reizen en recreatieproducten. In 'De Rotonde', de winkel van het hoofdkantoor in Den Haag, is goed te zien hoe breed het aanbod van de ANWB is. Onlangs kreeg dit gedeelte van het gebouw een

## Een nieuwe manier van werken

In aansluiting op de nieuwe look van de winkels onderging ook het Contact Center een gedaante-  
verwisseling. De afdeling kreeg een andere naam, Leden Service Center, en dezelfde aankleding en kleuren als de winkels. "De opzet is om meer eenheid uit te stralen in alle afdelingen waar klantcontact is", legt Bart Elissen uit. "Waar we voorheen voornamelijk reageerden op vragen van klanten, richten we ons nu wat

## Transparantie en visuele prikkels

Ter ondersteuning van deze nieuwe manier van werken heeft de afdeling nu een aantal borden waarop de resultaten bijgehouden worden. Ieder team heeft zijn eigen bord. "Met die borden kunnen we in beeld brengen dat we aan het verkopen zijn en ook hoeveel", vertelt Elissen. "Dat bevordert de betrokkenheid van de medewerkers enorm. Aan de ene kant kan iedereen zien wat de targets en plannen zijn voor een bepaalde periode, aan de andere kant turft iedere medewerker na een succesvolle verkoop op het bord, zodat de resultaten direct zichtbaar worden. Dat zorgt voor transparantie. Natuurlijk worden de resultaten ook digitaal bijgehouden, maar dan missen we de constant aanwezig visuele prikkel. Je ziet dat medewerkers daardoor de competitie aangaan en hun best doen er zo veel mogelijk uit te halen."

## "De opzet is om meer eenheid uit te stralen in alle afdelingen waar klantcontact is"

make-over, in lijn met de nieuwe formule die voor alle ANWB-winkels werd uitgerold. Nieuwe kleuren en iconen geven de klant nog meer duidelijkheid.

meer op sales en cross selling, op een adviserende manier. Als iemand bijvoorbeeld belt voor een verzekering omdat hij naar Frankrijk gaat, haken we daarop in door hem erop te attenderen dat de ANWB ook de tolbadge verkoopt die hij daar nodig zal hebben. Kortom: we willen onze klantcontacten waardevoller maken, zodat het Leden Service Center zijn bestaansrecht blijft houden."

*Anwb  
visualisatieborden*



# ik wilde iets uniforms met de uitstraling van de ANWB

## Specialist

Leverancier van de borden is TnP Visual Workplace. Bart Elissen kwam met TnP in contact via de afdeling ANWB Online, die eerder al een bestelling deed voor magnetische scrumborden. “Ik vond die borden er mooi en professioneel uitzien en besloot op de website te gaan kijken. Daar zag ik dat TnP gespecialiseerd is in de visuele ondersteuning van procesverbetermanagement”, gaat hij verder. “We hebben wel bij verschillende leveranciers gekeken,

## Van schets naar eindresultaat

Via de website van TnP Visual Workplace stuurde Elissen een schets in van wat hij ongeveer voor ogen had. Met de hulp van Karen Bouten van TnP is zijn idee geworden tot wat het nu is. Elissen: “Ik wilde iets uniforms, met de uitstraling die past bij de ANWB en bij het Leden Service Center. Een idee had ik wel, maar het was nog niet helemaal uitgekristalliseerd. Uiteindelijk is het ontwerp een aantal keren over en weer gegaan en dankzij het advies en de expertise van TnP zijn we nu heel tevreden met het eindresultaat. Ik wilde graag iets moois dat tot in detail uitgewerkt is, en dat is gelukt. Bovendien bieden de borden genoeg flexibiliteit om ze in te zetten voor verschillende actieperiodes en seizoensproducten.” Karen Bouten voegt daaraan toe: “De borden verschillen per team. We zijn uitgegaan van één variant van het bord, die hebben we geperfectioneerd. De andere borden hebben we daarvan afgeleid, met steeds dezelfde look and feel.”

**“Dankzij het advies en de expertise van TnP zijn we nu heel tevreden met het eindresultaat”**

onder andere bij het bedrijf dat de aankleding van de winkels heeft verzorgd, maar we vonden dat hun aanbod niet specialistisch genoeg was. Bij TnP Visual Workplace vond ik precies wat ik zocht.”

**Ik besloot op de website te gaan**

**kijken en zag daar dat TnP gespecialiseerd is in de visuele**

**ondersteuning van procesverbetermanagement.**

*Bart Elissen over TnP Visual Workplace*



# het zijn echt onze borden geworden

## Teamspirit

De borden zijn half mei, tegelijk met de lancering van de zomercampagne, in gebruik genomen. De verschillende teams hebben ze met enthousiasme ontvangen. Medewerkster Trishia is heel positief: "Het is heel handig dat we de targets, de hoeveelheid te verwachten telefoontjes en de verkoopscores overzichtelijk bij elkaar hebben. Toen de borden geplaatst werden, hebben we een korte uitleg gehad. Meer hadden we ook niet nodig, want het was meteen duidelijk wat de bedoeling was. Ik vind zelf de smileys ook heel leuk."

Daarmee kunnen we letterlijk in één oogopslag duidelijk maken hoe we ervoor staan. Dit bord stimuleert ons om de targets te halen en de competitie aan te gaan met andere teams. Het is echt ons bord, dus we hebben er een persoonlijk tintje aan gegeven met foto's van het team en andere dingen die onze interesse hebben. We maken er intensief gebruik van en ontmoeten elkaar nu vaker bij het bord. Er is dus meer interactie en dat komt de teamspirit ten goede."



Trishia, medewerkster  
Anwb Leden Service Center



Het is heel handig dat we de  
targets, de hoeveelheid te verwachten  
telefoontjes en de verkoopscores  
overzichtelijk bij elkaar hebben.



in samenwerking met

