

Editie 7
Jaargang 6
25 augustus 2009

Leenart & Heemskerk fuseert met The Talent Factory

Per 1 juli 2009 zijn Leenart & Heemskerk en The Talent Factory gefuseerd tot één bedrijf dat de naam L&H gaat dragen.

De nieuwe organisatie is een top 5 speler in de Nederlandse facilitaire contact center branche en bovendien dé marktleider op het gebied van commercieel klantcontact en fondsenwerving voor charitatieve instellingen. Daarnaast is L&H een speler van formaat voor resultaatgerichte customer service. Per jaar behandelt L&H voor haar opdrachtgevers ruim 20 miljoen klantcontacten via de telefoon, email, post, chat, op straat, evenementen en aan huis.

“Wij hebben gekozen voor deze fusie omdat wij gezamenlijk een sterkere positie innemen in deze dynamische branche,” zegt Robbert Heemskerk, algemeen directeur van L&H.

Patrick Jordens, commercieel directeur van L&H: Onze nieuwe organisatie biedt een breed pallet aan diensten. Bovendien zorgt de schaalgrootte, kennis en expertise ervoor dat we een volledige multichannel strategie kunnen ontwikkelen en uitstekend kunnen uitvoeren.”

L&H telt meer dan 1.700 medewerkers en heeft contactcenters in Nieuwegein, Rotterdam, Haarlem, Zoetermeer, Utrecht, Zwolle en Willemstad op Curaçao. Het hoofdkantoor van L&H is gevestigd in Nieuwegein. De directie van L&H wordt gevormd door Robbert Heemskerk, Patrick Jordens, René Oldenbeuving, Bart van Veen en Michel Scheidt.

Raymond van Bergen nieuwe Business Development Manager Nederland bij Teleperformance

Per 15 juni 2009 is Raymond van Bergen gestart bij Teleperformance als Business Development Manager Nederland. In deze functie zal Raymond zich gaan richten op het werven van nieuwe klanten voor Teleperformance in Nederland.

Met de komst van Raymond van Bergen haalt Teleperformance een ervaren en enthousiaste contact center specialist in huis. Raymond: “Teleperformance is een marktleider op het gebied van klantencontact zowel lokaal als internationaal, dus de beste plaats om mijn ervaring van de contactcenter branche te gebruiken en uit te breiden”. Eerder was Raymond werkzaam als Senior Client Services Manager bij HECC Alliance in Boxtel.

Leenart & Heemskerk breidt inbound activiteiten uit Klantcontactspecialist neemt klanten van Xcalibur Contact Center over

Nieuwegein, 2 juli 2009 – Leenart & Heemskerk, specialist in multichannel klantcontact, heeft een strategische overeenkomst gesloten met Xcalibur Contact Center. Daardoor groeit het aandeel inbound activiteiten van L&H met ruim 15 procent, en haalt L&H grote opdrachtgevers als Agis en Welzorg binnen.

Leenart & Heemskerk (L&H) handelt vanaf heden formeel de inbound klantenservice af voor bedrijven die voorheen werden bediend door Xcalibur Contact Center (XCC). Medewerkers van XCC te Zwolle blijven hun diensten als vanouds uitvoeren, maar onder de L&H-vlag. L&H telt daardoor 7 vestigingen met in totaal ruim 1.000 medewerkers.

Het aandeel inbound activiteiten van L&H groeit van een kleine 20 procent naar ruim 35 procent. Robbert Heemskerk, algemeen directeur L&H, is zeer verheugd over de overname van de XCC-klienten. "Het stelt ons in staat te groeien in een strategische markt. We hadden al een aantal prachtige klanten in ons portfolio – denk aan Essent en KPN – maar in één klap komen daar een heel stel klinkende namen bij. Het is een eer om bedrijven als Agis Zorgverzekeringen, Welzorg en Van Dijk Educatie van dienst te mogen zijn."

XCC zette vorig jaar 3 miljoen euro om, waarvan 90 procent afkomstig was uit inbound customer service.

Teleperformance genomineerd voor beste Leerbedrijf 2009

De vakjury van Kenniscentrum Ecabo heeft Teleperformance Maastricht genomineerd voor beste leerbedrijf in de sectoren economisch-administratief, ICT en veiligheid. De specialist in contactcenter services heeft deze voordracht te danken aan het innovatieve opleidingsbeleid en het aantrekken en stimuleren van aankomend talent.

Elk jaar schrijft Ecabo een wedstrijd uit onder al haar sectoren. De selectiecriteria bestaan onder andere uit ervaring, relaties met de opleidingsinstellingen, maatschappelijke betrokkenheid en het onderscheidend vermogen in opleiden. In totaal werden 60 bedrijven onder de loep genomen. Teleperformance zit in de finale met 2 andere bedrijven. Komende maanden worden de bedrijven bezocht. Van de bezoeken verschijnt een juryrapport en er wordt een filmimpresie gemaakt van de finalisten. In de film komt duidelijk naar voren dat het om onderwijs op de werkplek gaat. De finalisten maken tijdens de finale op 20 november in Amersfoort kans op een geldbedrag van 2.500 euro. Dit bedrag moeten zij besteden aan een maatschappelijk relevant onderwijsproject.

TDA leading callcenter op het gebied van informeren over de Telecommunicatiewet

Telecom Direct Almere B.V. (TDA) blijft als callcenter leading binnen de markt als het gaat om proactief communiceren over de Telecommunicatiewet. Na de drie succesvolle seminars 'De Telecommunicatiewet in praktijk' met ruim 200 bezoekers, zetten zij hun informerende rol voort. Zo geven zij nu ook uitgebreid aandacht op hun website over de nieuwe wetgeving en hebben daarnaast als eerste callcenter ook een speciale weblog ingericht.

Website & Weblog

Op de website <http://www.tda.nl/telecommunicatiewet> kan de bezoeker nu naast het lezen van een samenvatting over de wetgeving, de belangrijkste documentatie downloaden en een uitgebreide Q & A list raadplegen. De website, in combinatie met de speciale weblog (www.tda.nl/blog) waar wekelijks informatieve, maar vooral ook inspirerende artikelen op worden geplaatst, hebben beide maar één doel: de markt zo uitgebreid mogelijk informeren over alle belangrijke wijzigingen die de wet met zich meebrengt.

Experience is Everything

Klantenbeleving in de belevingseconomie. Dát en andere onderwerpen komen aan bod tijdens het lustrum seminar dat The Customer Connection 1 oktober 2009 organiseert. Het seminar is een absolute must voor een ieder die plannen heeft om iets te gaan doen met het thema klantbeleving.

Op 1 oktober bestaat The Customer Connection exact 5 jaar. Dat willen we natuurlijk niet ongemerkt voorbij laten gaan! Ons idee is om deze heuglijke gebeurtenis te vieren met een speciaal middagseminar over het onderwerp "customer experience". Iedereen heeft het er over, maar wat wordt er nou echt in de praktijk mee gedaan? Geheel in de gedachte van het netwerk zijn op deze middag aantal mensen uit de praktijk uitgenodigd om hun ervaring met het beïnvloeden van en sturen op customer experience te delen. We zijn er trots op dat Frank Go (hoogleraar toerisme Erasmus Universiteit Rotterdam), Werner Kleiss (commercieel directeur VacanceSelect), Arthur Musters (directeur customer care KPN) en Rob Holtslag (commercieel directeur ATAG Nederland / commercieel directeur van het jaar 2009) aanwezig zijn als gastspreker.

De bijeenkomst is interessant voor een ieder die vanuit een lijn- of staffunctie verantwoordelijk is voor de contacten met klanten. Dit kunnen zijn managers, teamleiders of medewerkers van de afdelingen marketing, sales, kwaliteitsmanagement, customer care of accountmanagement.

Na afloop van het seminar is er volop gelegenheid om te netwerken. Het seminar vindt in principe plaats in het Hilton Royal Parc Soestduinen, de locatie waar het netwerk in 2004 is opgericht, van 13.00uur tot 17.30uur.

De kosten van dit middagseminar bedragen slechts € 67,50 voor leden en € 145,- voor niet-leden. Men kan zich aanmelden met het aanmeldingsformulier op onze site www.thecustomerconnection.nl.



Utrecht, 19 augustus 2009

Noot voor de redactie:

- Aanwezigheid van u en uw fotograaf wordt op prijs gesteld (aanmelding gewenst);
- Locatie: Hilton Royal Parc Soestduinen, Van Weerden Poelmanweg 4-6, Soestduinen;
- om 13.00 uur, aanvang seminar om 13.20 uur;

Nadere inlichtingen via Harald Pol (Managing director), telefoon 06 54 68 64 18, e-mail: h.pol@thecustomerconnection.nl

F&G Publishing organiseert op donderdag 8 oktober het 5e WFO

F&G Publishing organiseert op donderdag 8 oktober dit congres in samenwerking met contentprovider TOTE-M dit jaar met een bredere insteek dan voorgaande jaren. De reden

hiervoor is dat het steeds belangrijker wordt om loyale klanten te verkrijgen. Dit vereist meer dan alleen Workforce Management, namelijk Workforce Optimization (WFO)

WFO gaat in op het kennen, boeien en binden van de medewerkers en richt zich op een geïntegreerde inzet van resources. WFO omvat drie aandachtsgebieden, te weten: Resource Management, Quality management en Performance Management. Daarmee wordt de 'Workforce' bedrijfsbreed georganiseerd, geoptimaliseerd en bijgestuurd.

Zie www.ccmonline.nl