



EÉN PLATFORM VOOR ALLE CUSTOMER JOURNIES BIJ EEN FINANCIËLE DIENSTVERLENER

Doel

Centrale orkestratie en snellere time-to-market van content voor alle customer journeys over alle kanalen, applicaties en disciplines.

Uitdagingen

- Oude informatie- en communicatiesilo's doorbreken
- Scheiding opheffen tussen marketing- en klantcommunicatie
- Afhankelijkheid van print- en mailproviders en de eigen IT-organisatie

Aanpak

Het ontwikkelen en implementeren van het Customer Experience Platform als regielaag tussen alle bestaande systemen van de bankinstelling.

Scope

Met deze vergaande transitie van proces-gedreven naar klantgericht met een consistent positieve klantbeleving, ontwikkelt een grote Nederlandse financiële dienstverlener een intrinsiek concurrentievoordeel.

Voordelen

- Effectieve sturing op klantbeleving met 360° klantbeeld vanuit real-time data
- Snellere time-to-market met 'Business aan de knoppen'
- Gereduceerde beheerlast van de centrale IT-organisatie
- Flexibiliteit met gewaarborgde compliance

Canon



Bouwen aan concurrentievoordeel

Voor een grote, landelijke bank is Customer Experience (CX) de meest onderscheidende factor. Vanuit de strategie om disruptieve ideeën sneller naar de markt te brengen, loopt deze bank sterk voorop met allerlei nieuwe ontwikkelingen. Een belangrijke beslissing was om oude informatie- en communicatiesilo's te doorbreken en de scheiding tussen promotionele communicatie, gericht op nieuwe klanten, en reguliere communicatie, zoals afschriften en overzichten voor bestaande klanten, op te heffen. Het doel: één en dezelfde goede klantbeleving - vooraf en tijdens het klant zijn - als sterk concurrentiewapen.

Regierol in grootschalige omgeving

Hiervoor zocht de financiële dienstverlener naar een platform waarmee nieuwe communicatiemiddelen sneller ingezet konden worden en alle fasen, van acquisitie tot en met retentie, beheerd en gestuurd kunnen worden. Dit alles met een eenduidige visuele identiteit, borging van GDPR én integratie met alle communicatiekanalen. Na een marktverkenning koos de bank voor Inspire van Quadient en Canon als partij voor consultancy, projectleiding en implementatie. Daarmee kreeg Canon een regierol in een grootschalige omgeving, tussen de bankinstelling en software vendor Quadient. Vanuit zelfsturende en agile werkende teams binnen de bank, waar de Canon-consultants deel van uitmaakten, zorgden zij voor advies en projectondersteuning.

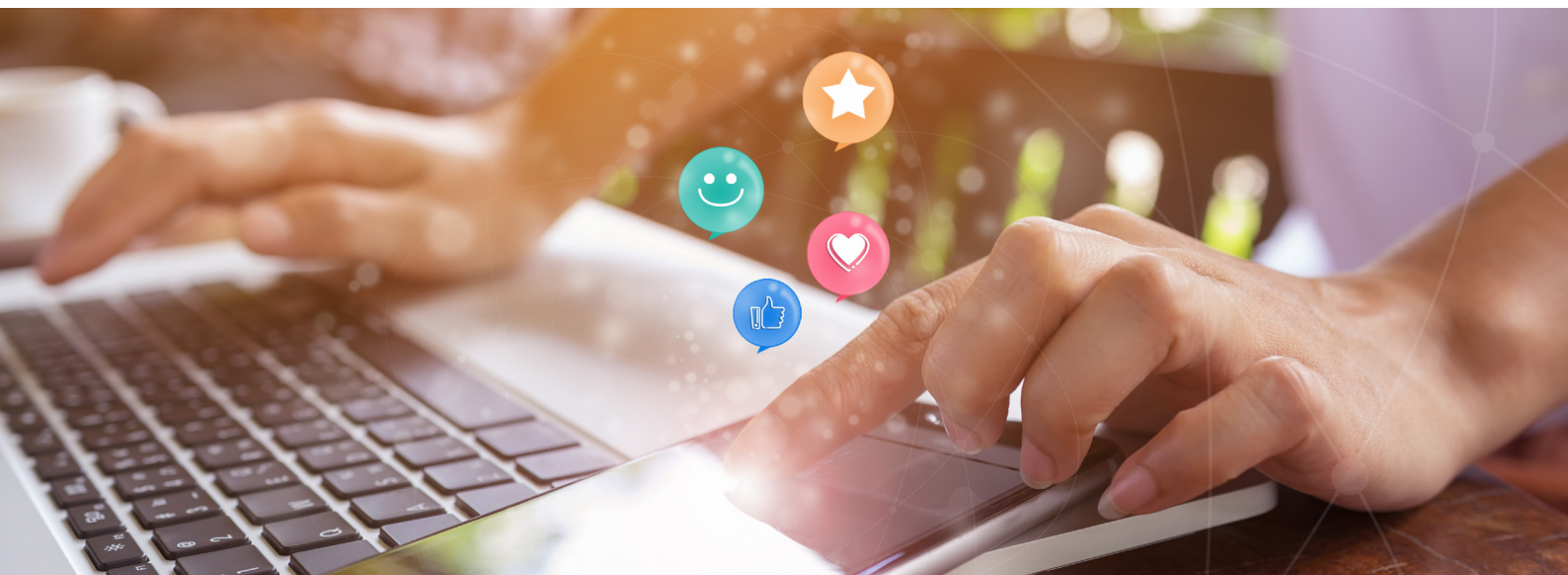
Business aan de knoppen

Canon werd in 2019 als transitiepartner gekozen omdat deze als enige alles via één platform, één loket en één softwaretechnologie kan bieden. Na een uitvoerige RFI/RFP-fase werd in samenwerking een minimum viable product (MVP) gebouwd waarmee de business nieuwe content voor customer journeys geheel zelfstandig, dus zonder bemoeienis van IT, live kon zetten. Na succesvolle afronding kon het jaar daarop gestart worden met de ontwikkeling en implementatie van het Customer Experience platform en de integratie met alle commerciële communicatie. De bank koos ervoor om dit als eerste fase op te pakken, vanwege de urgentie en de grote afhankelijkheid van externe dienstverleners, zoals e-mailproviders en printproviders, en de eigen IT-organisatie. 'De business aan de knoppen' was essentieel bij een overgang van uitbestede diensten naar in huis laten uitvoeren van deze activiteiten door zelfstandige teams.

Eén platform, één loket,
één softwaretechnologie

Agile als breekijzer

Door de grote diversiteit aan kanalen en producten heeft de bank enorm veel customer journeys. Deze lopen vaak ook door elkaar via verschillende applicaties en disciplines. Die versplintering is een fors struikelblok voor de vereiste wendbaarheid om op veranderingen in te kunnen spelen. Om die reden was de bank voorafgaand aan de ontwikkeling van het Customer Experience platform net overgestapt op agile werken. Als breekijzer voor historisch gegroeide inflexibiliteit opereren er nu zelfsturende agile teams waarin meerdere disciplines zijn ondergebracht. De Canonconsultants draaiden mee in de teams die meehielpen het CX-platform te ontwikkelen. Eind 2020 kon op deze manier de eerste fase van het project worden opgeleverd.



“Alle communicatie kan worden uitgestuurd via elk kanaal. Of het nu print, digitaal, via mobiel, de bank-app, website of sociale media verstuurd wordt.”

CX-platform optimaliseert klantbeleving

Het nieuwe platform helpt om beter te sturen op klantbeleving en klanttevredenheid. Dit is nu mogelijk doordat de hele klantreis inzichtelijk is via data van verschillende kanalen zoals website, telefonisch, e-mail, sms, sociale media en meer. De bank beschikt nu over een 360 graden klantbeeld per klant en kan zo relevant mogelijk reageren met de juiste informatie via het juiste kanaal. Marco Götz, Senior Sales Consultant van Canon legt uit: "Het uitgangspunt was om informatiesilo's te doorbreken en de commerciële- en procescommunicatie via één platform te kunnen orkestreren. In deze eerste fase hebben wij met name veel voor de werving van nieuwe klanten ontwikkeld. Dit was onder andere het opstellen van marketingboodschappen, het inregelen van campagnes en het actief managen van marketingcampagnes. Alle communicatie kan worden uitgestuurd via elk kanaal. Ongeacht of het via print, digitaal, mobiele telefoon, de bank-app, website of sociale media naar de klant toe moet."

Verbindende regielaag

Het platform biedt een regielaag tussen business owners en de infrastructuur voor



"Actueel 360 graden klantbeeld via data van verschillende kanalen"

omnichannel klantcommunicatie. Binnen de randvoorwaarden van compliancy kunnen zij, zonder tussenkomst van IT of externe dienstverleners, veel sneller acties uitrollen die tot klanttevredenheid leiden. Dit binnen het volledige portfolio en naar alle verschillende klantgroepen. Of het nu om Hypotheken voor starters gaat of om zakelijke diensten of private banking. De volgende fase van het CX-traject is de verdere integratie van alle procesinformatie gedurende 2021 en verder. Canon blijft ondersteunen met capaciteit en expertise om ook deze fase succesvol te doorlopen.

Ga voor meer informatie over de nieuwste mogelijkheden in klantcommunicatie naar [canon.nl/klantcommunicatie](https://www.canon.nl/klantcommunicatie)




Canon Inc.
canon.com

Canon Europe
canon-europe.com

Dutch edition

Canon Nederland N.V.
Brabantlaan 2
5216 TV 's-Hertogenbosch
Telefoon: (073) 6 815 815
canon.nl
b2b@canon.nl

Canon Belgium NV
Berkenlaan 3
1831 Diegem
Telefoon: 02 722 04 11
canon.be
contact@canon.be

 /company/canon-emea
 /CanonBusinessNL en /CanonProPrintNL
/CanonProPrintBE
 /CanonEurope

Canon