

Customer Happiness bij Intergamma

21-06-2018 09:02



Harm-Jan Stoter, CEO van Intergamma: "Het is tijd dat we onze bescheidenheid laten varen en resultaatgericht gaan bouwen aan succes. Met mensen die willen excelleren en dat stapje extra voor de klant zetten. Zodat we niet alleen in omvang, maar ook in doen en laten een ware marktleider zijn. Samen gaan we Nederland en België verrijken met de volgende generatie doe-het-zelvers." Daarom is er nieuwe vacature voor een ervaren Manager Customer Happiness.

"Klussers willen geholpen worden. Dat gaan wij doen"

De retailwereld bevindt zich in een stroomversnelling door onder meer de opmars van e-commerce, social en kanaalblurring. Voor Intergamma betekent dat een hele waaier aan andere concurrenten – naast grote bouwmarkten bijvoorbeeld ook discounters, tuincentra en online warenhuizen. Des te belangrijker vindt de franchisegever het om goed in te spelen op de verwachtingen van de klant. "Mensen willen met een goed gevoel aan een klus of verbouwing beginnen. Maar eigenlijk willen ze meer dan klussen en verbouwen. Ze willen prettig wonen. Ze willen gezelligheid, veiligheid en comfort. Ze willen oplossingen, ze willen geholpen en ontzorgd worden in het bouwen, verbouwen en verfraaien van hun huis en tuin. Ze willen op hun eigen manier hun huis meer thuis maken. En wij gaan ze daarbij helpen." -Harm-Jan Stoter, CEO Intergamma

Gestructureerd bedienen tijdens de héle klantreis

Intergamma speelt op deze ontwikkelingen in door verder te bouwen aan slimme winkelconcepten. Zowel offline als online en mobiel. Het uitgangspunt van de omnichannel strategie is dat klanten eenvoudig kunnen vinden wat ze nodig hebben, waar en wanneer hen dat uitkomt. De enthousiaste en deskundige medewerkers spelen daarbij een essentiële rol door klanten te helpen, inspireren en bedienen. Niet alleen op de winkelvloer, maar via alle touchpoints in de klantreis. Dus ook in de webshop en op Twitter, Facebook, Instagram, YouTube en via e-mail. Om dat proces gestructureerd en efficiënt te verbeteren, is op het hoofdkantoor een nieuwe vacature gecreëerd voor een Manager Customer Happiness.

Rapporteren aan directeur e-commerce

De Manager Customer Happiness staat aan het roer van de klantenservice – voor alle formules, via alle kanalen en alle touchpoints. Het doel van de functie is niet bescheiden: zorgen dat de klant centraal komt te staan in de hele organisatie. Hoewel klantenservice voorheen onder de CFO viel, zal de Manager Customer Happiness direct rapporteren aan de Directeur E-commerce, Lieke Luttmmer. Er is een hele goede reden voor deze verschuiving: klantenservice wordt namelijk niet langer gezien als een kostenpost, maar als een key asset. Goed klantcontact is niet alleen een ijzersterke vorm van reclame, maar vooral ook een waardevolle bron van feedback van de doelgroep. Deze afdeling levert dus vitale input voor de strategie – van assortiment en winkelindeling tot marketing en logistiek. De Manager Customer Happiness gaat deze klantgerichte visie realiseren bij Intergamma. "Je wordt het gezicht en de stem van de klant binnen de organisatie." – Lieke Luttmmer, Directeur E-commerce.

[Zie hier de vacature voor manager customer happiness bij Intergamma](#)