



Jan-Hein Schouten

## WERKEN AAN KLANTTEVREDENHEID HOUDT NOOIT OP

De LECTRIC Groep kwam vorig jaar als best scorende internetdienstverlener uit de bus in de Emerce 100. CEO Jan Hein Schouten ziet deze cijfers als erkenning van de goede dienstverlening, maar waakt voor verslapping. "We willen altijd weer beter presteren dan de dag ervoor."

**D**e LECTRIC Groep wordt gevormd door acht organisaties die ieder hun eigen specialistische dienstverlening op het gebied van internet verzorgen. In totaal bestaat de werkgroep uit zo'n 230 professionals met één gedeelde drive: een tevreden

klant. "We willen gemiddeld een acht scoren", vertelt CEO Jan Hein Schouten. "Een tien is niet haalbaar: als je daarnaar streeft, vraag je gewoon om een burn-out. Een goede dienstverlening is immers een proces waar continu aan gewerkt moet worden. Ik toets de directeuren daar regelmatig op,

zoals zij dat ook moeten doen bij de mensen in hun eigen organisatie. Soms moet je weleens kritisch doorvragen. Heeft iemand er echt alles aan gedaan om die acht te scoren? Cruciaal is daarbij dat mijn mensen het vermogen hebben om door te denken en over de vrijheid beschikken om daarnaar te

handelen. Stel dat een klant zijn deadline niet dreigt te halen door een tegenvaller of personeelsuitval. Als een van mijn managers hem dan zou helpen om zijn content alsnog op tijd te realiseren door hier de juiste mensen voor in te huren, doe ik niet moeilijk over het budget. Met een dergelijke betrokken, proactieve instelling komt de winst immers vanzelf. Maar belangrijker nog vind ik dat die manager daarmee passie zou tonen, want dat is precies de inhoud die wij aan onze dienstverlening willen geven. Op die manier je continuïteit waarborgen geeft ons veel energie."

### Organisatie opschudden

Aan het eind van dit jaar zal de LECTRIC Groep zijn vertrouwde basis in Zaltbommel verlaten. Vanaf 2011 zullen de meeste organisaties kantoor houden in het centrum van 's-Hertogenbosch, dat met het openbaar vervoer beter bereikbaar is en meer aantrekkingskracht op potentiële werknemers uitoefent. Schouten zou echter Schouten niet zijn, als de verplaatsing ook niet in dienst van de klant staat. "Ik wilde ook verhuizen om het hele bedrijf weer eens een beetje op te schudden, zonder overigens een aardbeving te veroorzaken", verklaart hij. Zo'n vijf jaar geleden kreeg Schouten ook al de kriebels. "Toen hebben we de structuur van de LECTRIC Groep flink aangepast", blikt hij terug. "Iedereen werkte juridisch gezien binnen een en dezelfde bv. We dreigden een moloch te gaan worden, dus be-

sloten we dat een aantal afdelingen kleur moest gaan bekennen door als zelfstandig bedrijf verder te gaan. Behalve flexibeler en beter zichtbaar in de markt werden ze vooral ondernemend. Ook ervoeren ze de sterke passie om hun bedrijf te dragen in plaats van alleen mee te draaien, zodat de dienstverlening naar een hoger niveau getild werd."

### 'Zonder passie geen inhoud'

### Authentiek

Dat Schouten gedreven is, moge duidelijk zijn. Maar hij laat zich daarbij wel leiden door de wens van de klant en niet door de tekentafel. "Wat heeft het voor zin om zonder visie een bedrijf op te zetten omdat je alleen maar net zo hip wil ogen als je buurman?", verzucht hij. "Sommigen noemen dat misschien provinciaals, ik zie het als een vorm van bedrijfseconomische risicobeheersing. Kijk maar naar het vorig jaar opgerichte Social Inc, een dienstverlener op het gebied van social media. Voor de buitenwereld leek dat een groot risico,

maar niet voor ons. We luisteren goed naar wat onze klanten nu echt willen, zodat we zeker weten dat we een acht kunnen scoren met een nieuw bedrijf of niet. Voor minder gaan we niet. Sterker nog, als een bepaalde dienstverlening geen drive meer zou hebben, nemen we er afscheid van." Volgens Schouten beschikt de LECTRIC Groep als een van de weinige bedrijven in Europa over een breed aanbod van internetexpertises. Desgewenst kunnen verschillende dochterondernemingen vanuit hun eigen specialisme bijdragen aan één gezamenlijke oplossing die in de behoefte van de klant voorziet. "Als een klant vraagt om een specifieke service die we niet in ons pakket hebben, schakelen we er een partner voor in", vertelt Schouten. "Dat gebeurde een aantal jaar geleden met detachering, een dienstverlening die we zelf niet aanboden omdat we dachten er geen energie uit te halen. Bovendien waren er al zo veel bedrijven in deze niche actief. Na een aantal van die verzoeken zijn we ons toch af gaan vragen of we dit niet zelf konden doen. Het leek immers alsof de markt ons er als een natuurlijke partij voor zag. Zo ontstond Someone, het dochterbedrijf dat detachert, maar ook werft en selecteert voor internetgerelateerde functies. Maar dit bedrijf draagt wel ons eigengereide karakter; we zijn geen simpele cv-schuivers. We willen natuurlijk die acht leveren om onze klanten te behouden: ik ben er namelijk trots op om voor hen te mogen werken."