

## **Klantendag, met z'n allen er tegen aan!**

*F. van 't Hullenaar (NLJ 20-12-1991)*

**Hoe wordt Klantendag bij ons georganiseerd? Op 6 januari zal een speciale editie van het Nat.Lab. Journaal verschijnen met o.a. een gedetailleerd programma en een overzicht van de lokaties die gebruikt zullen gaan worden.**

Op 7 januari, Klantendag zelf, zullen de Research-medewerkers' per sector' en de medewerkers van de PFD per dienst opgesplitst worden. In het algemeen zal een sector de hele dag de beschikking krijgen over een ruimte (bijv. een kantine) waar men de speciale TV-uitzendingen kan volgen, in groepjes gaat werken, lunches genuttigd kunnen worden en waar de resultaten van de eigen sector opgehangen gaan worden. De kantines kunnen die dag dus niet gebruikt worden voor de normale lunch, dus géén warm eten. Er worden wel koffie en broodjes op de lokaties of in de buurt ervan ter beschikking gesteld om tussen de bedrijven door te nuttigen.

### *Globaal Programma*

Het programma start om 9.00 uur

- Kees Bulthuis zal de dag openen door ons (en de andere laboratoria) via een video-opname een korte mededeling te doen.
- Vervolgens zal per sector of dienst uitgelegd worden hoe deze dag past in de lopende Centurion IV-acties
- Jan Timmer zal vervolgens via een sateliet-uitzending laten zien hoe je met klanten om moet gaan. Deze uitzending is te zien in alle Europese Philips-vestigingen.
- Hierna zullen we in groepjes van ongeveer 8 personen gaan praten en gaan werken. Per groepje is reeds een gespreksleider geïnformeerd over wat precies de bedoeling is. Er worden 2 worksheets op posterformaat uitgereikt waarop vragen staan die de discussie op gang moeten brengen. De vragen worden per groepje beantwoord. De posters hebben betrekking op klantgerichtheid en zullen op alle Europese Philips-lokaties gebruikt worden.
- Verder wordt er gevraagd een vraag aan Timmer te stellen en aan het Nat.Lab.-management.
- De gegevens zullen worden verzameld. Uit de vragen aan Timmer wordt een selectie gemaakt, die naar het Evoluon wordt doorgegeven per fax. De vragen die niet in deze eerste selectie terecht komen, zullen zo snel mogelijk na 7 januari, persoonlijk of in breder verband behandeld worden.
- Na het behandelen van de onderwerpen, gekoppeld aan het Centrale Philips-programma, schakelen we in het Nat.Lab. over op het thema 'Innovatiedag'. Eerst lopen we door een poster over dit thema om in de stemming te komen' en daarna gaan we (nog steeds in dezelfde groepjes) ideeën genereren voor nieuwe producten,
- Om 15.00 uur eindigt het groepswork en gaan we naar de tweede uitzending via de satelliet kijken. In deze uitzending vanuit het Evoluon zal Timmer ingaan op de gestelde vragen.
- Om 16:00 uur kunt u zelf de resultaten van de dag bekijken. De resultaten zullen in de bedrijfsrestaurants als een soort muurkrant opgehangen worden. Er is dan ook gelegenheid voor een borrel.

### *Waarom Klanten- en Innovatiedag*

Toen de eerste mededelingen over Klantendag werden verspreid, was het voor mij niet meteen duidelijk hoe deze activiteit op het lab. van toepassing zou kunnen zijn. Immers wat/wie is onze klant?

Zijn wij op het lab. voldoende geïnteresseerd om een hele dag over klantgerichtheid te praten en te denken? Hoe werkt zo'n dag op de motivatie van de Nat.Lab.-er? Dit stadium zijn wij intussen gepasseerd. Ik ben nu enthousiast en ik denk dat dit een uitgelezen mogelijkheid is om onze medewerkers zoveel mogelijk aan het Centurion-proces te laten deelnemen.

Wij zijn nu een jaar bezig met Centurion en intussen is duidelijk welke punten extra aandacht nodig hebben in ons bedrijf. U heeft er een aantal waarschijnlijk al vele malen horen noemen: revitalisering, 'time-to-market', 'number of hits', 'key technologies', 'care competences', etc. Een andere is: klantgerichtheid!

Klantgerichtheid moet door de hele organisatie heen een kenmerk worden van Philips.

Timmer vindt klantgerichtheid zelfs zo belangrijk dat hij besloten heeft op Europese schaal er een hele dag gezamenlijk aandacht aan te besteden. Zo'n dag organiseren kost duizenden guldens, duizenden manuren op het LAB, en in de hele Philips-organisatie nog vele malen meer. Toch hebben we die enorme uitgaven er graag voor over, omdat klantgerichtheid iets is waar de hele organisatie van doordrongen moet zijn. Een belangrijk aspect van onze rol als 'research' ten aanzien van de klant is innovatie.

Daarom hebben we besloten de 'Innovatiedag', die we al van plan waren te organiseren, een plaats in het programma van Klantendag te geven. Met het genereren van nieuwe ideeën tijdens deze bijzondere dag hopen wij onze directe klanten (de Produkt Divisies) een extra stimulans te geven ten behoeve van het bedienen van onze (en hun) 'Eindklanten'.

Ten slotte, Klantendag is geen eindstation, eerder een begin van een proces bij Philips. Een bedrijf dat klantvriendelijkheid hoog in 't vaandel draagt.