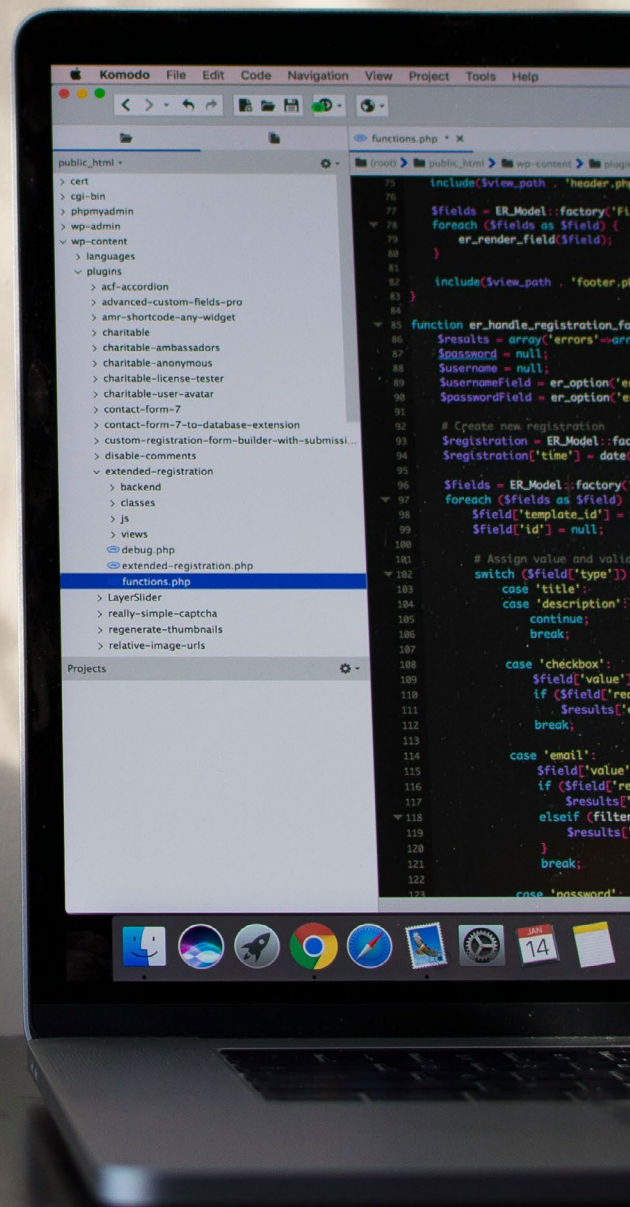




# CX CASE STUDY.

## CUSTOMER INTIMACY ALS ONDERSCHEIDENDE FACTOR IN IT.

De organisatie in beweging brengen  
rondom de customer intimacy strategie

“ *Ik ben trots dat wij anders zijn  
dan anderen in ons sector*

## DOEL.

### **De keus durven maken om te onderscheiden door de klant centraal te stellen.**

Een prominent IT-bedrijf in Amsterdam dat met een near-shoring propositie werkt, heeft een bewuste keus gemaakt om de concurrentie aan te gaan door de focus te leggen op customer intimacy.

Ze wilden vanuit het leiderschap van de organisatie hun customer intimacy strategie door de hele organisatie uitrollen en vanuit de juiste mindset helpen nieuwe vaardigheden aan te reiken en mensen mee te nemen in hoe ze customer intimacy in hun werk kunnen implementeren.

---

## AANPAK.

Samen met EarlyBridge hebben de CEO en de CCO twee pijlers nader uitgewerkt om customer intimacy handen en voeten te geven in de organisatie:

- Great People Experience
- Great Customer Experience

Ze wilden de focus op beide kanten leggen met het inzicht dat door te investeren in hun eigen mensen, klanten beter worden bediend en tevredener zijn, waardoor ze langer blijven en meer omzet en marge opleveren en er nog meer geïnvesteerd kan worden in eigen mensen.

---

## EIGENAARSCHAP NEERLEGGEN BIJ DE ORGANISATIE.

Het is begonnen met het senior leadership team, waarna de accountmanagers en de lokale delivery directeuren ook meegenomen waren in de strategie en hoe zij de strategie in hun rol kunnen vertalen naar de praktijk.

Naast het omarmen van de strategie, zijn er nieuw tools geïntroduceerd om de organisatie structuur te bieden in de implementatie.

Als laatste worden medewerkers in vier landen getraind op het customer intimacy gedachtegoed.

---

## RESULTATEN.

De organisatie rolt haar strategie uit door de hele organisatie heen.

**Klanten geven feedback dat ze deze aanpak waarderen en dat ze geloven in het verschil.**

## PROGRAMMA OP MAAT VOOR RESULTAAT.

Elk niveau van de organisatie heeft een eigen programma gevolgd, dat erop is gericht hen te ondersteunen in het weten, begrijpen en toepassen van het customer intimacy gedachtegoed.

Door te werken met praktijk- voorbeelden worden mensen geholpen om concreet te maken wat customer intimacy is, hoe het bedrijf die wil implementeren en wat de betekenis voor hen is.

---

## KRITISCHE SUCCESFACTOREN.

### **Leadership commitment**

Senior leadership van het bedrijf is vanaf dag 1 gecommitteerd aan de strategie en betrokken bij de beweging.

### **Doordachte aanpak**

Bij elke stap is doordacht wat nodig is voor de organisatie om een volgende stap te zetten.

### **Gestructureerd uitrol**

De organisatie wordt stap voor stap meegenomen in de strategie. Binnen de landen wordt de verantwoordelijkheid neergelegd bij de lokale teams om de strategie te vertalen en te borgen in hun eigen organisatie.

---

## OVER EARLYBRIDGE.

**EarlyBridge** brengt organisaties in beweging. Wij bouwen bruggen tussen mensen, tussen leiders en hun teams. Omdat resultaten beginnen bij mensen. EarlyBridge ontwikkelt en implementeert programma's voor leiderschapontwikkeling en teamontwikkeling. Wij helpen organisaties, teams en individuen om ineffektieve patronen te doorbreken en naar nieuwe prestatieniveaus te stijgen. Door een combinatie van advies, opleiding en begeleiding vertalen wij strategie naar actie door theorie en praktijk te combineren om bij te dragen aan duurzame gedragsverandering.