GARBAGE IN, KLANT ERUIT



Jack Vos
oprichter Onesurance.ai

Een klant wil hypotheekadvies. De telefoniste zet het mobiele nummer in het CRM, met één cijfer fout. De adviseur krijgt de klant niet te pakken; het e-mailadres van acht jaar geleden levert een bounce op.

De acceptant selecteert een SBI/AFD-code voor een klusbedrijf. Het oogt plausibel, de polis wordt opgemaakt. Dat het bedrijf iets anders doet, staat nergens.

De buitendienstadviseur zit bij een zzp'er aan de keukentafel. Die heeft haast, het e-mailadres neemt hij over zoals hij het verstaat.

Drie mensen, drie momenten, niets aan de hand. Niemand is nalatig. Toch wordt hier de opzegging geboren. De hypotheek gaat elders heen en de verzekeringen gaan mee. Het klusbedrijf claimt een grote schade; de verzekeraar wijst de claim af, want de hoedanigheid klopt niet en er is sprake van brandgevaarlijke werkzaamheden. De zzp'er reageert niet op de aanvullende vragen voor zijn AOV; het dossier wordt 'afgelegd'.

De kern: de fout kost niets bij degene die hem maakt. Vroeger was dat minder erg. De adviseur kende zijn klanten, hij wás het geheugen van het bedrijf. 'Hé, waar blijft de polis van de AOV?' hoorde je op de zaterdagmarkt. Door consolidatie is het aantal klanten per portefeuille echter enorm toegenomen; het aantal adviseurs groeide niet mee. De oude eigenaar stopt, adviseurs gaan met pensioen of beginnen voor zichzelf. Het systeem is daarmee geen administratie meer, maar het geheugen van het bedrijf, en de bovengrens van wat we van een klant weten.

Wie dat geheugen meet, schrikt meestal. Elke overname brengt conversies mee: wat niet in het nieuwe veld past, valt weg of belandt in een tekstveld dat niemand leest. We erven andermans datakwaliteit, minus wat de conversie eraf haalt. En ondernemers ondernemen nu eenmaal; het bijhouden van de juiste hoedanigheid gaat vaak mis. Niet zo erg, totdat er schade is.

> 'We erven andermans datakwaliteit, minus wat de conversie eraf haalt'

Steeds meer klanten blijken digitaal niet bereikbaar. Het telefoonnummer was daarbij altijd het vangnet: klopte een e-mailadres niet, dan belde je. Sinds 1 juli is dat vangnet weg, want ongevraagd bellen van consumenten mag niet meer, ook niet van je eigen klanten. Het e-mailadres is nu het kanaal waarop je het moet doen, en juist dat verloopt het snelst. Validatiedienst ZeroBounce zag vorig jaar in ruim elf miljard adressen 23 procent van een bestand ongeldig worden. Een kwart van uw digitale bereik verdampt dus jaarlijks. Geruisloos, want een adres dat niet meer bestaat, klaagt nergens over.

Wat wél of juist niet in een systeem staat, is bovendien aantoonbaar. De AFM versterkt haar datagedreven toezicht om een simpele reden: de klantbediening is dat al. Wie wat deed, is in ketens van volmacht en serviceproviders niet altijd duidelijk. De toezichthouder vraagt daarom geen tien dossiers meer als steekproef, maar een export van het hele bestand. Niet toevallig staan marktconsolidatie en de volmachtmarkt op haar analyse-agenda.

En daar klemt het. Vijfhonderd klanten kun je persoonlijk bedienen, vijftigduizend niet. Een deel moet dus digitaal. Met AI willen we dat ook nog eens véél sneller. Dat kan alleen als je het geheugen van jouw bedrijf vertrouwt. Datakwaliteit gaat niet over velden, het gaat over klanten. Geen IT-project dus; dit hoort op elke directietafel.

Garbage in, klant eruit.