








01 Klanten & consumenten

Bij het ontwikkelen en de verdere evolutie van onze producten, zetten we onze klanten en gebruikers steeds centraal. Wanneer we een nieuwe oplossing lanceren, verkennen we in eerste instantie hún noden en verwachtingen.

Dat doen we met behulp van panels van gebruikers, klanten en handelaars. We beoordelen onze oplossingen aan de hand van terugkerende bevestigingen en meten de tevredenheid van gebruikers op basis van hun interactie met onze callcenters – zowel kwalitatief als kwantitatief.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Spirit of Service 	Net Promoter Score	Wordt gedefinieerd	40
	Interactie met de klantendienst	-20%	1,35 interacties per end-user
 Gepersonaliseerde beleving voor gebruikers 	% actieve gebruikers van Sodexo4You	80%	61%
	Rating van de mobiele app Sodexo4You	4.2	2.5
 Inclusie kwetsbare groepen   	% gezinnen met persoon met een beperking die dienstencheques gebruiken	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten
	% begunstigen maaltijdcheques en ecocheques onder het mediaanloon	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten

Spirit of Service

De Net Promoter Score (NPS) van een bedrijf publiceren: het blijft ongebruikelijk. Maar omdat we in dit rapport volledig transparant willen zijn, is er geen reden om deze indicator niet te tonen. Meer nog: als deze indicator ons aanmaant om méér te doen, dan verwelkomen we dat. Een bedrijf leeft immers voor en door zijn klanten. Spirit of Service, Spirit of Progress en Team Spirit zijn dan ook de kernwaarden van Sodexo.

Precies daarom integreerden we de Net Promoter Score in de collectieve bedrijfsdoelstellingen. Het vormt een cruciaal element in de jaarlijkse bonusberekening van alle Sodexo-medewerkers en stelt hen in staat om – ieder op zijn of haar eigen niveau – te streven naar een nog hogere klanttevredenheid.

Vandaag behalen we een Net Promoter Score van 40 bij onze klanten. Maar we leggen de lat nog hoger. Zo breiden we de in de NPS opgenomen activiteiten uit naar al onze services. We benutten het komende jaar om een globale ambitie rond deze indicator vast te leggen.

Het Customer Experience (CX) departement concentreert zich op de top 3 vragen die binnenkomen bij onze callcenters. Dit helpt ons niet alleen om te onderzoeken welke oorzaken aan de basis liggen van die vragen, maar daar ook structurele oplossingen voor te vinden. Vervolgens breiden we uit naar de 10 belangrijkste vragen. Zo willen we tegen 2025 zorgen voor 20% minder inkomende interacties met onze callcenters.



Gepersonaliseerde beleving voor gebruikers

One-size-fits-all-oplossingen? Die zijn niet meer van deze tijd. Klantverwachtingen evolueren en worden alsmat meer individueel en diverser. Sodexo moet dan ook een gepersonaliseerde ervaring kunnen bieden. Precies daarom werken we voortdurend verder aan het Sodexo4You-platform. Dit helpt gebruikers te kiezen voor gezonde, duurzame aankoopgewoonten die écht bij hen passen – via het kanaal van hun keuze (mobiele app, website, e-mail), op maat van hun profiel. Reeds 61% van onze gebruikers vond de weg naar het platform. Uiteindelijk willen we 80%

van ons bestand overtuigen om Sodexo4You te gebruiken. Zo kunnen we de impact van onze communicatie rond ecologisch verantwoord consumeren vergroten – en meebouwen aan een duurzamere wereld.

We werken volgens de Mobile First-filosofie en zetten de mobiele Sodexo4You-app centraal in de klantbeleving van onze gebruikers. Op dit moment behalen we een score van 2.5 in de App Store – hoger dan die van onze concurrenten – maar we willen nog beter doen. We beogen een score van 4.2. Dat is ambitieus, maar als we een

optimale en personaliseerde digitale ervaring willen bieden aan onze gebruikers om hen zo te begeleiden naar een meer eco-vriendelijk gedrag, is het belangrijk om even goed te scoren als de beste digitale spelers op de markt.





Inclusie kwetsbare groepen

De inclusie van kwetsbare groepen behoort tot de top 5 van grootste uitdagingen. Daarom willen we met onze diensten een meer inclusieve samenleving promoten. Onze producten en diensten moeten daarom in de eerste plaats ook de meest kwetsbare groepen bereiken. Samen met overheden en de academische wereld analyseren we in hoeverre deze groepen toegang hebben tot onze oplossingen. Die bevindingen kunnen we delen met federale en gewestelijke instanties. Zo kunnen zij nog beter inschatten hoe belangrijk een democratische, laagdrempelige toegang tot onze producten en diensten is voor deze specifieke, prioritaire doelgroepen.



Verwezenlijkingen in 2020

Gebruiksvriendelijkere dienstencheques

Samen met de gewesten lanceerde Sodexo een volledig nieuwe klantenervaring met nieuwe platformen voor zowel eindgebruikers als agentschappen die werken met dienstencheques. We introduceerden bovendien ook twee nieuwe mobiele apps: een voor dienstenchequegebruikers en een voor huishoudhulpen. Gebruikers hebben via de mobiele app gratis toegang tot al hun diensten – denk maar aan het raadple-

gen van fiscale attesten, of het indienen van aanvragen om cheques in te wisselen of terug te betalen. Het aanbieden van een feilloze gebruikerservaring liep als een rode draad doorheen het proces, van concept tot ontwikkeling – een toonbeeld van de Mobile First-filosofie. Daarnaast integreerden Pootsy, KBC en Belfius het beheer van dienstenchequerekeningen in hun mobiele apps. Het ecosysteem dat we ontwikkelden en verfijnden helpt dus ook andere spelers om de klantervaring binnen hun eigen tools tastbaar te verbeteren.

Sodexo, nóg meer 4 You

Dankzij een update van de mobiele app van het Sodexo4You-platform, kunnen gebruikers van maaltijdcheques, ecocheques en cadeaucheques

nu ook de geldigheidsdatum van hun elektronische cheques raadplegen. De app biedt hen ook een aantal slimme tips en vergroot de zichtbaarheid van lokale handelaars. Zo beperken we het risico dat cheques vervallen voor ze gebruikt kunnen worden en helpen we gebruikers op weg om ecologisch en verantwoord te consumeren, met een positieve impact op de lokale economie.

De juiste hulp, vanaf de eerste oproep

We willen met onze klantendienst voluit inzetten op “first-call resolution” – het bieden van de juiste hulp, bij de eerste oproep. Daarom startte onze klantendienst met het SoCare-transformatieprogramma, dat dit jaar onder andere een nieuwe integratie van dossierbeheertools zal voortbrengen.

