

## IKEA realiseert beste klantprestatie, Super de Boer slechtste

Winnaars Customer Performance Awards

Datum: 02 februari 2011

**Voor het tweede jaar op rij heeft IKEA de beste klantprestatie geleverd, zo blijkt uit onderzoek van het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen, het in customer analytics gespecialiseerde bureau MCompany en marktonderzoekbureau MetrixLab. Het slechtst presteerde Super de Boer, en opvallend sterke dalers zijn OV-bedrijven. De prestigieuze jaarlijkse Customer Performance Awards (CPA) zijn vandaag uitgereikt aan een overall winnaar, en aan de winnaars per bedrijfssector.**

Winnaars van de Customer Performance Awards (CPA) zijn bedrijven uit de top 100 van Nederlandse dienstverleners, die enerzijds het best hun klanten bedienen en anderzijds daarvan ook bedrijfsmatig profiteren, zowel door een hoge loyaliteit van de klant, als hogere inkomsten per klant. Het onderzoek is onder ruim zeventuizend Nederlandse consumenten uitgevoerd. Dienstverleners kunnen volgens professor Peter Verhoef van het CIC belangrijke lessen trekken uit de resultaten.

| <b>Overall uitslag 2011</b> |                                 |                                     |                                   |
|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Beste klantprestatie</b> | <b>Slechtste klantprestatie</b> | <b>Grootste stijger t.o.v. 2010</b> | <b>Grootste daler t.o.v. 2010</b> |
| 1. IKEA                     | 100. Super de Boer              | 1. Wehkamp.nl(+26%)                 | 1. NS (-30%)                      |
| 2. Univé                    | 99. Aegon                       | 2. UPC.NL (+25%)                    | 2. Arriva (-25%)                  |
| 3. Bol.com                  | 98. Otto NL                     | 3. Gamma(+23%)                      | 3. Connexion (-23%)               |
| 4. Rabobank                 | 97. Nationale Nederlanden       | 4. Praxis(+21%)                     | 4. Thomas Cook (-6%)              |
| 5. Shell                    | 96. Kwantum                     | 5. Bijenkorf (+20%)                 | 5. ABN Amro (-6%)                 |

### Top 5 beste: IKEA bovenaan

Ikea heeft voor de tweede keer op rij de Customer Performance Award gewonnen. Univé en Bol.com wisselden van plek en Rabobank behield de vierde plaats. Verhoef: 'Shell is nieuw in de top 5 en lijkt te profiteren van de problemen bij BP, die 13 plaatsen zakt ten opzichte van positie vorig jaar.' De NS is uit de top 5 en gedaald naar positie 13. Hoewel de NS nog steeds het best presterende OV-bedrijf is, zijn de prestaties van zowel de NS als de overige bedrijven in de sector in de ogen van de klant verslechterd. 'De macht van de consument moet dus niet worden onderschat: negatieve ervaringen zoals grote vertragingen, komen in de publiciteit en moeten goed worden afgehandeld, anders word je afgestraft.'

## Top 5 slechtste: Super de Boer onderaan

Dit jaar is de slechtste klantprestatie geleverd door supermarktconcern Super de Boer. 'Vorig jaar stond DSB nog op de laatste plaats', zegt Verhoef. 'Dat was een juiste voorspelling van de val van de bank.' Opvallend is ook de slechte positie van zogeheten intermediaire verzekeraars, verzekeraars die werken met verzekeringsadviseurs. Vier van de zes laatste posities worden bezet door deze bedrijven: Aegon (99), Nationale Nederlanden (97), Reaal (95) en Delta Lloyd (94). Alleen ASR heeft zich als intermediaire verzekeraar het afgelopen jaar weten te verbeteren en steeg met vier plaatsen naar positie 85.

Verhoef: 'Het verschil met directe verzekeraars Univé (2) en Centraal Beheer Achmea (8) is enorm. Kennelijk zijn de intermediaire verzekeraars niet in staat om sterke relaties met klanten te ontwikkelen. Dit vertaalt zich vervolgens weer in een lage loyaliteit en geen bereidheid om deze bedrijven aan te bevelen aan andere consumenten. De les is dus: sta dichtbij de klant en bouw sterkte relaties op.'

## Grootste dalers: OV-bedrijven

De top 3 -NS, Arriva en Connexxion- is vergeleken met vorig jaar vooral slechter gaan scoren op de prijs-kwaliteitverhouding en de relatie met hun klanten. 'Juist deze factoren zijn momenteel belangrijk voor klanten. Bovendien zien we wat meer negatieve emoties bij vooral de NS en Connexxion.' Voor Thomas Cook is de belangrijkste reden voor de daling dat klanten aangeven minder loyaal te zijn geworden en dat klanten minder positief zijn over Thomas Cook richting andere klanten. Opvallend is verder de plaats van ABN AMRO die vooral slechter is gaan scoren op de kwaliteit van de relatie met klanten, iets dat klanten juist belangrijker zijn gaan vinden. Ook daalt de loyaliteit aan ABN AMRO licht.

## Grootste stijgers: Wehkamp bovenaan

'De sterkste stijger, Wehkamp.nl, doet het op alle vlakken goed: er is een hogere waardering voor hun merk, ze hebben hun relaties met klanten verbeterd en hebben loyalere klanten gekregen. Dit lijkt het gevolg van een succesvolle strategie gericht op het creëren van een sterk merk met een kwalitatief goed en uitgebreid assortiment en goede dienstverlening, waarbij ze gebruikmaken van de vele mogelijkheden op internet,' aldus de hoogleraar Marketing.

Opvallend is ook de sterke stijging van UPC.NL, die vorig jaar zeer laag stond. 'Ook zij doen het op alle fronten beter: de prijs-kwaliteit verhouding is sterk verbeterd, hun merkwaardering is omhoog gegaan en klanten zijn loyaler geworden. De aanpak van UPC.NL kan ook een les zijn voor andere bedrijven hoe ze uit een slechte positie terug kunnen komen: het beter organiseren van interne processen richting klanten met geavanceerde technologie.'

## Winnaars per sector

| Top 3 per sector |                            |         |          |                 |               |          |                   |
|------------------|----------------------------|---------|----------|-----------------|---------------|----------|-------------------|
|                  | Financiële dienstverleners | Energie | Retail   | Supermarkten    | Vervoer       | Telecom  | Reizen            |
| 1                | Univé                      | Shell   | Ikea     | Albert Heijn    | KLM-AirFrance | Tele2    | Landal Greenparks |
| 2                | Rabobank                   | Delta   | Bol.com  | Dirk/Bas/Digros | NS            | T-Mobile | Bookings.com      |
| 3                | Centraal Beheer Achmea     | Essent  | Kruidvat | Lidl            | RET           | KPN      | Center Parcs      |

Univé, Shell, IKEA houden hun nummer 1-positie van 2010 vast, KLM/Air France, Albert Heijn, Landal GreenParks en Tele2 zijn nieuwe winnaars besten in hun sector. Opvallend is Tele2, nieuw in de top 3 en gelijk bovenaan. Het bedrijf scoort het best qua prijs-kwaliteitverhouding bij vaste telefonie, en dat blijkt in de telecomsector dit jaar een belangrijker aspect van de dienstverlening dan bijvoorbeeld de klantrelatie. Verhoef: 'Dat lijkt een direct en opvallend gevolg van de commotie rond het afrekenen per minuut, in plaats van per seconde. HI is daarvoor bijvoorbeeld duidelijk afgestraft. Het leert ons dat bedrijven moeten inspelen op die aspecten van de dienstverlening, die klanten in die specifieke sector belangrijk vinden.'

### Noot voor de pers

Meer informatie: [prof. dr. Peter C. Verhoef](#) en Marnix Bügel, MICompany.  
Zie ook: [www.dcpil.nl](http://www.dcpil.nl) en de website van het CIC, <http://www.rug.nl/feb/cic>