



NL9+

Customer Centric Culture Challenge

*Samenwerken aan een **echt** klantgedreven cultuur
waar iedereen het verschil wil, kan en mag maken*

Start: februari 2025

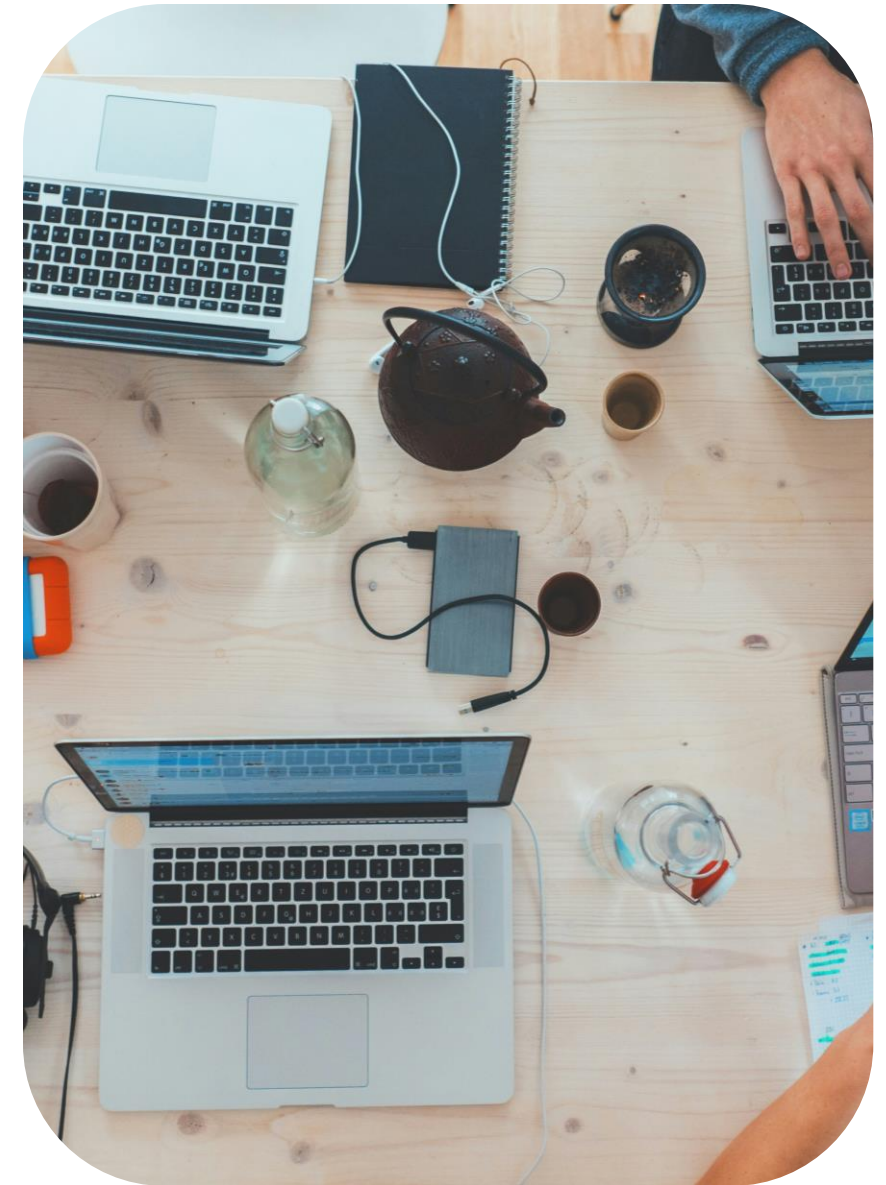
INLEIDING

Van Business Challenge naar Culture Challenge

Altuition heeft met succes 3 keer de **NL9+ CX Business Challenge** georganiseerd. Hierin krijgen organisaties de unieke kans om aan de slag te gaan met hun belangrijkste strategische en tactische vragen op klantbeleving. Dit alles onder begeleiding van topexperts en in samenwerking met andere deelnemende organisaties.

Omdat we zien dat er steeds meer belangstelling is voor thema's als **cultuur** en **besturing** rond CX transformatie, hebben we besloten om voor 2025 de NL 9+ CX Business Challenge om te vormen tot de **NL9+ Customer Centric Culture Challenge!**

Tijdens deze intensieve en inspirerende reis van ca. 4,5 maand ontwikkelt elke deelnemende organisatie een aanpak voor haar eigen **CX-cultuurtransformatie**, bestaande uit één of meerdere 9+ interventieclassiekers die perfect aansluiten bij de huidige cultuur volwassenheid van de organisatie. Altuition speelt hierin de rol van uitdager en inspirator en zorgt dat de deelnemende organisaties van elkaar leren. En dit maakt jouw organisatie nog klantgerichter en succesvoller!



WAAROM - WAT - HOE

In deze **NL9+ Customer Centric Culture Challenge** ga je samen met het team uit je eigen organisatie in 6 sprints achterhalen wat de status is van de maturiteit van de CX-cultuur in jouw organisatie. En vervolgens ga je aan de slag om een of meer passende interventies te ontwerpen, te pitchen en verder te ontwikkelen, om deze uiteindelijk ook te implementeren en het succes ervan te meten.

Daarnaast zul je veel kennis opdoen over cultuur en besturing en door samen te werken met experts in het vakgebied. Aan het eind van het traject heb jij samen met jouw team een eigen **cultuurinterventie** ontwikkeld: een nieuwe interventie die de 'klassieker' moet worden over 1-3 jaar. In andere woorden:

Jij hebt iets ontworpen wat voor jouw organisatie (en andere organisaties) toonaangevend is om een grote stap te maken in een (organisatiebrede) klantgedreven cultuur.

Wat

- In de NL9+ Customer Centric Culture Challenge gaan teams van organisaties bouwen aan een meer klantgedreven organisatiecultuur, waarbij ze geholpen worden door tal van topexperts en door de andere deelnemende organisaties.

Doel

- Jouw organisatie gaat een forse sprong maken in CX-volwassenheid – in het bijzonder op het domein van wat we graag noemen 'CULTURING EN BESTURING' van de organisatie.
- Oftewel, het realiseren van de noodzakelijke randvoorwaarden in de organisatie om een organisatie te worden die intrinsiek en duurzaam het verschil maakt voor klanten (en medewerkers!)

Hoe

- In teams onder begeleiding van een coach vanuit Altuition, gaan wij een periode van 2 tot 6 maanden werken aan hun ultieme 'cultuurinterventie' om te bereiken dat (alle) medewerkers optimaal klantgedreven willen, kunnen en mogen werken.
- Hierin worden de groepen begeleid door zeer ervaren en succesvolle CX- en communicatieprofessionals uit de praktijk, en door experts van Altuition.



DE UITGANGSPUNTEN OP EEN RIJ

Totaal aantal deelnemers

- In totaal kunnen er 8 teams deelnemen (en evenzoveel organisaties).

Grootte van de teams

- Eén team bestaat uit 4-6 deelnemers (vanuit verschillende onderdelen van de organisatie).

Coaches

- Ieder team krijgt toegang tot een coach (een senior-consultant) vanuit Altuïtion.

Challengers

- Ieder team zal middels een check-in feedback ontvangen van Altuïtion en een externe praktijkexpert die als challenger de rol vervult van constructieve 'spiegel' op enkele momenten in het proces. Tevens zullen deze challengers onderdeel zijn van de jury aan het einde van de NL9+ Customer Centric Culture Challenge (C⁴)

Einddoel

- Er wordt toegewerkt naar een zelf ontworpen cultuurinterventie.

Periode

- Middels 6 sprints zal er in tijdvak van 4 maanden gewerkt worden aan de eigen cultuurinterventie. De C⁴ start vanaf eind januari/begin februari 2025. Na 1 jaar is er een terugkomdag om de voortgang na afloop van de C⁴ aan elkaar terug te koppelen en het momentum dat de C⁴ creëert vast te houden.

Kennis- & inspiratiedeling

- Gedurende de sprints wordt er door Altuïtion vanuit een rijke database in totaal 10 keer een tiental effectieve Interventieklassiekers van andere organisaties vrijgegeven. Deze dienen als inspiratie en naslagwerk. Als input ontvangen ontvangen de C⁴-teams eveneens 3 relevante boeken.

Secundaire doelstellingen

- Organisaties met elkaar in **contact** brengen (leren van elkaar).
- Kennismaken met **CXPA**-model / **CX Culture Maturity Scan (Light)**.
- Inzicht krijgen in de **huidige status** van de linkerkant van het CXPA-model binnen de organisatie.
- Toegang krijgen tot de **kennisbank met succesvolle, internationale Interventieklassiekers** van diverse organisaties, verzameld door Altuïtion.



OVERZICHT STAPPEN NL9+ CUSTOMER CENTRIC CULTURE CHALLENGE

Stappen en sprints

HOOFDFASES

ACTIVITEITEN

SPRINT
0

INTAKE

(per organisatie, online; sessie van 2 uur)

- Kennismaking met/bij de organisatie met de deelnemers
- Uitleg over het programma
- Uitleg over de coaches / challengers
- Verkenning mogelijkheden ondersteuning en koppeling aan coach (senior-consultant Altuition)

SPRINT
1

CX CULTURE MATURITY SCAN (LIGHT)

(per organisatie online en fysiek op locatie bij organisatie; totaal 1 dag)

- Online scan per organisatie op de **linkerkant** van het CXPA-model (uitgezet bij 50-100 medewerkers)
- Focusgroep ter verduidelijking met de deelnemers (teamleden) aan de hand van de uitkomsten online scan, onder leiding van Rien Brus (managing-consultant Altuition)
- Aan de hand van uitkomsten discussie over keuze voor de doelstelling van de organisatie voor deze challenge

SPRINT
2

KICK-OFF MEETING




(plenair – 4 uur + borrel – fysiek op locatie geregeld door Altuition)

- Kennismakingssessie deelnemende organisaties
- Ook coaches en challengers aanwezig
- Terug presenteren en feedback verzamelen andere organisaties
- Korte inspiratiesessie over cultuur en het CXPA-model (bijvoorbeeld: wat is cultuur, wat is gedrag, wat is cultuurverandering)
- Afsluiten met borrel



OVERZICHT STAPPEN NL9+ CUSTOMER CENTRIC CULTURE CHALLENGE

Stappen en sprints

	HOOFDFASES	ACTIVITEITEN
	WORKSHOP 9+ INTERVENTIEKLASSIEKERS <i>(1 dag – plenair - fysiek op locatie, geregeld door Altuition)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Recap willen, kunnen, mogen Inspiratie: De 10 leukste Interventieklassiekers Delen 'eigen' cases in organisatie (BP sharing) Workshop: 'naar jullie ultieme cultuurinterventie' Formuleren huiswerk: Het idee concreter maken met behulp van extra set Interventieklassiekers ter inspiratie
	CHALLENGESESIE <i>(plenaire intervisie incl. coaches/challengers – 4 uur - fysiek op locatie, geregeld door Altuition)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mini-workshop 'perfect pitch'en' met aansluitend... ...voorbereidingstijd per team om te pitch'en Elk team pitch idee in 5 minuten (daarna feedback) Samen met peers aanscherpen van ieders idee Eventueel uitwerktijd om feedback te verwerken tot finale versie van de cultuurinterventie (1 evt. 2)
	LIVE TOETS <i>(in de eigen organisatie)</i>	<ul style="list-style-type: none"> De organisatie gaat de door hen bedachte cultuurinterventie(s) toetsen (evt. in een MVP-uitvoering of op beperkte schaal bij bijv. management of 1 BU/afdeling) Voorafgaand deze toets, is er een check-in moment met de challenger, die feedback of ideeën biedt om de interventie te versterken Indien haalbaar: een test uitvoeren op grotere schaal Meten is weten: meten en toetsen op basis van vooraf gestelde KPI/metric Evaluatie: wat ging goed, wat kan beter (Support van de coach op afstand (klankbord))

OVERZICHT STAPPEN NL9+ CUSTOMER CENTRIC CULTURE CHALLENGE

Stappen en sprints

SPRINT
6

HOOFDFASES

TERUGKOMDAG

(keuze winnaar CCCC - plenair successen & fuck-ups vieren, 4 uur + borrel - fysiek op locatie geregeld door Altuition)

ACTIVITEITEN

- Terugkomdag: elke organisatie pitcht de eigen cultuurinterventie en hun 1^e successen en challenges
- Keuze 'winnaar' Customer Centric Culture Challenge door jury (bestaande uit challengers)
- **Intervisie** om van elkaar te leren (incl. challengers en coaches) (jury)
- Gezellige afsluiting / diploma-uitreiking

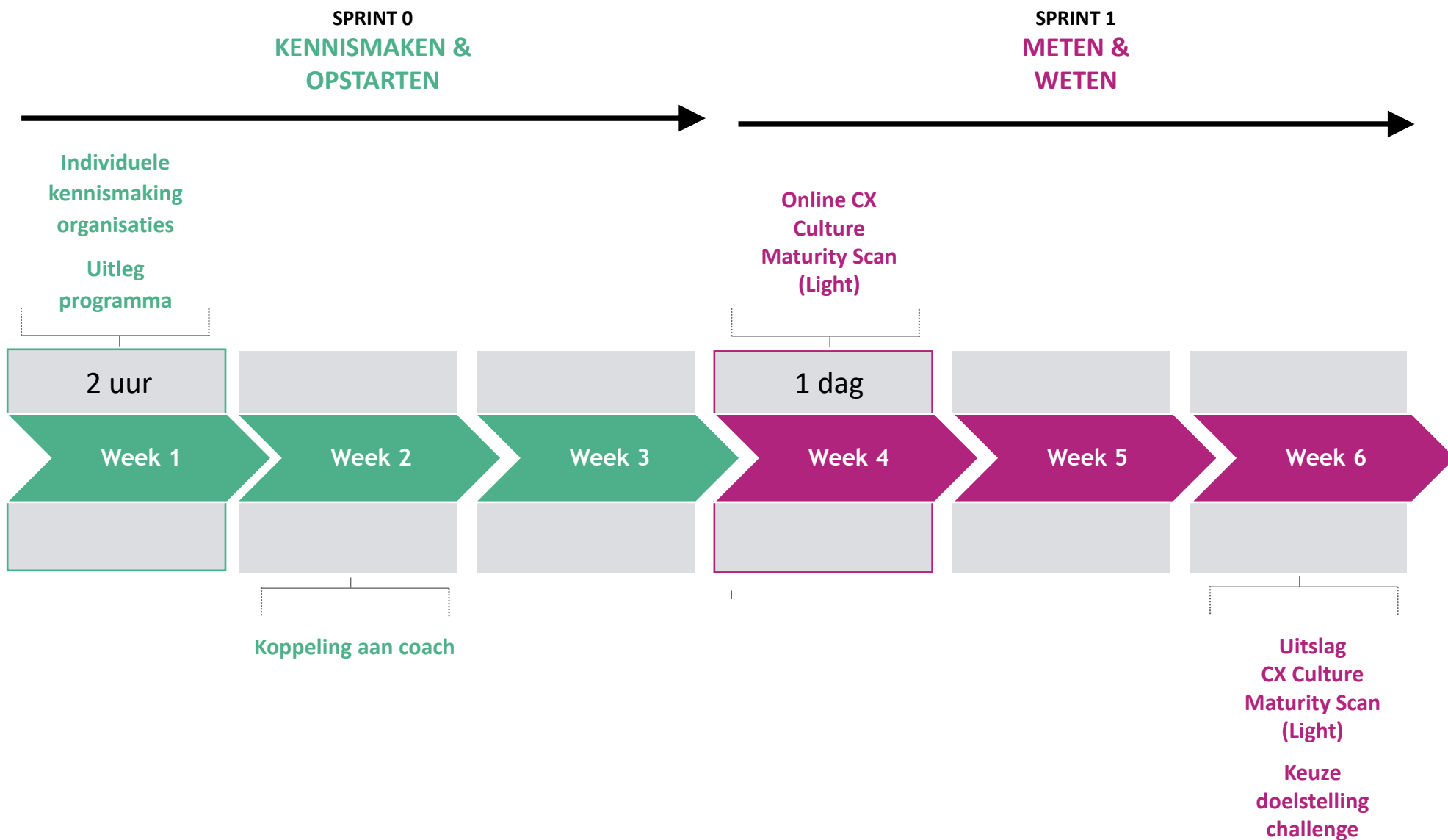
FINISH

1 JAAR LATER

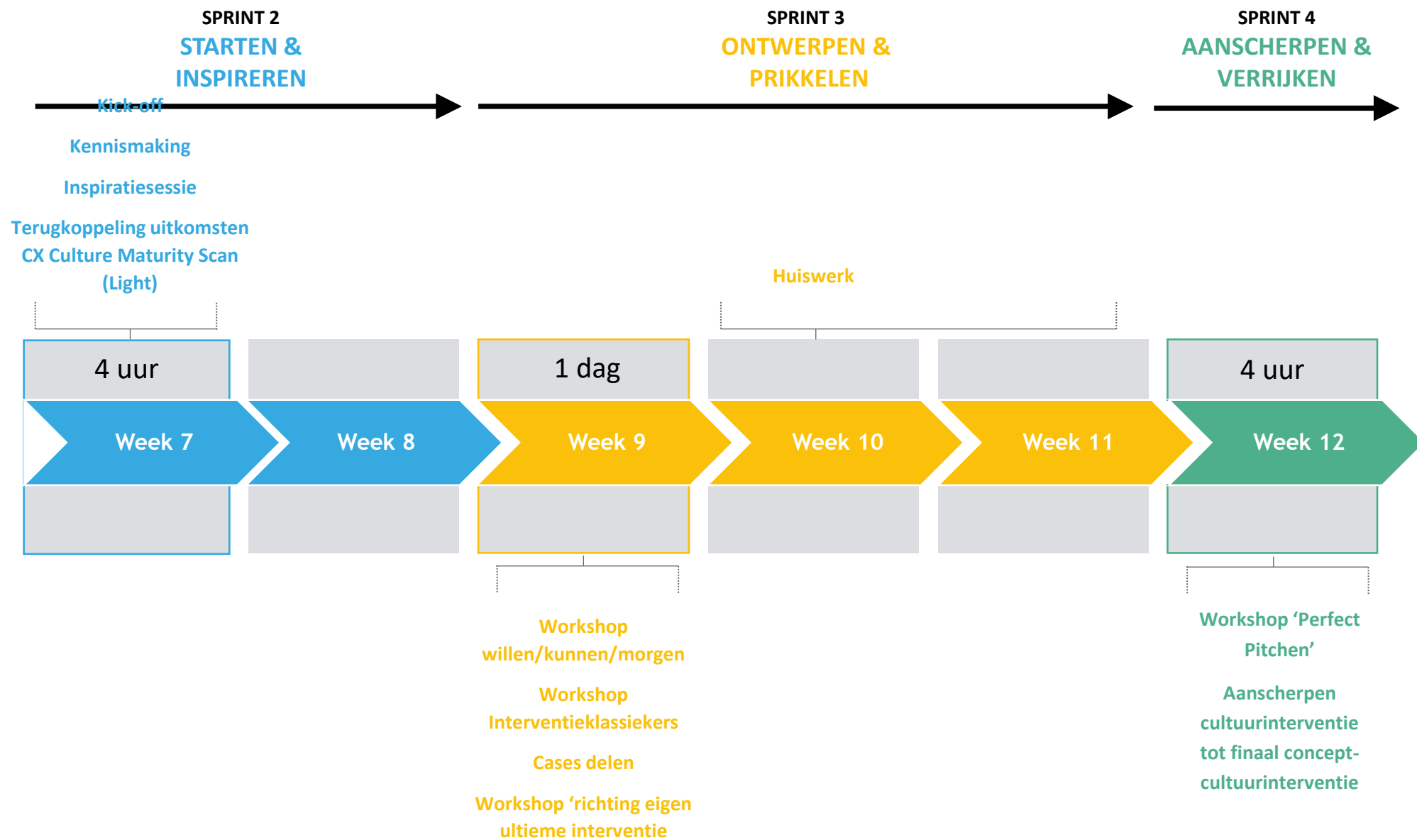
(bijeenkomst & voortgang, successen en kansen delen + lunch - fysiek op locatie geregeld door Altuition)

- Terugkomdag na 1 jaar: elke organisatie deelt de impact, positieve resultaten en kansen n.a.v. de cultuurinterventie na 1 jaar
- Gezellige lunch

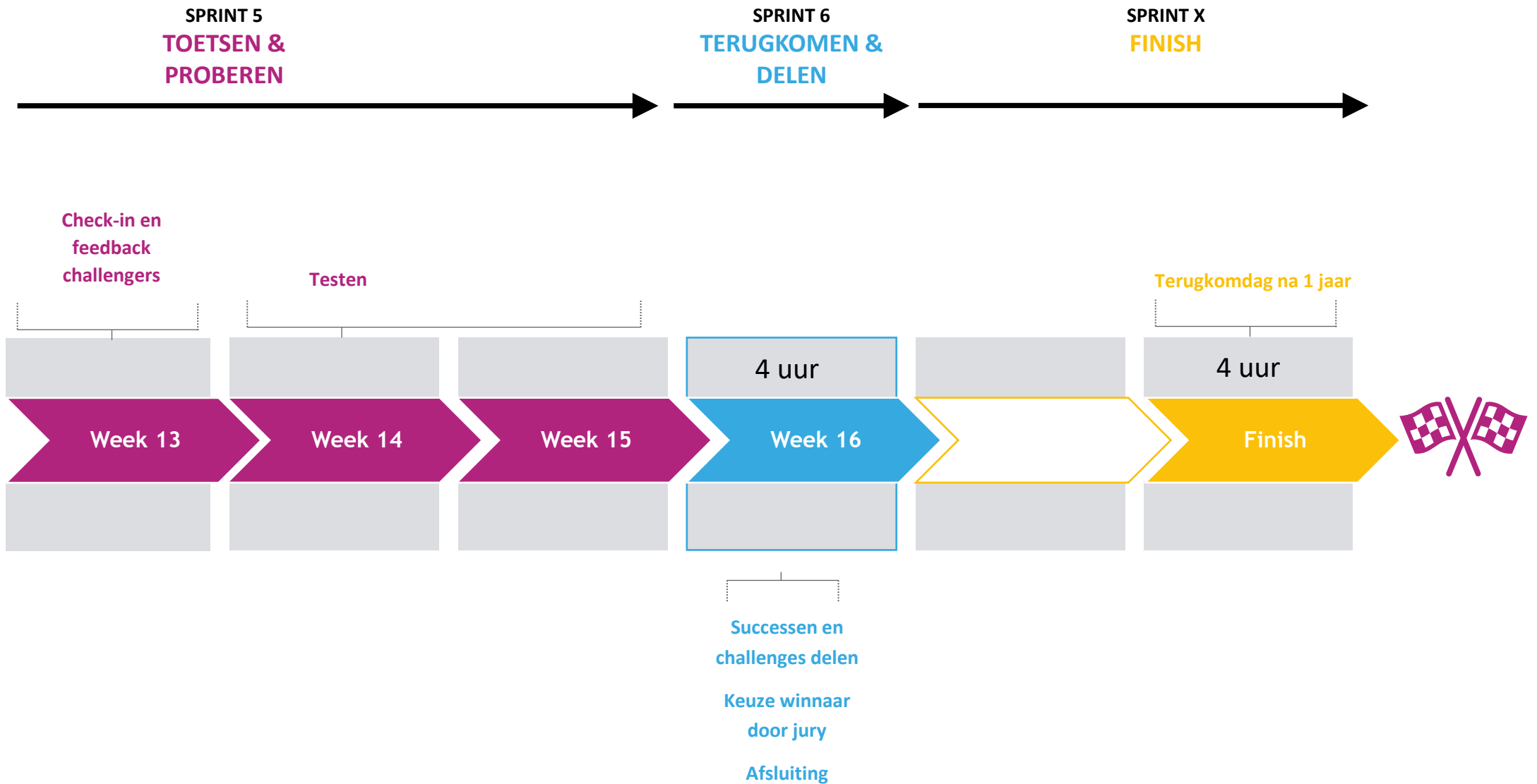
PLANNING - SPRINTS 0 EN 1



PLANNING - SPRINTS 2, 3 EN 4



PLANNING - SPRINTS 5, 6 EN X



ERVARINGEN 1^{ste} EN 2^{de} EDITIE NL9+ CX BUSINESS CHALLENGE



Michèle de Reus

Projectleider Klantbeleving bij DSW

“Het **wedstrijdelement** en de kans om van andere bedrijven te leren speelt een belangrijke rol, net als het feit dat het hele traject begeleid wordt door **externe experts**.” “In deze Challenge kijken we of we met gerichte inzet van CX-technieken onze dienstverlening nog beter en meer gestructureerd kunnen krijgen. Het is al met al voor ons dus deels een leertraject, en deels een **ontdekkingstocht**.”

Ginger van Kuijk

manager klantcommunicatie & contentmngt UWV

“Het UWV was al langer op zoek naar een betere balans tussen juridisch compleet informeren, en helder en compact informeren. De NL9+ CX Business Challenge was voor ons een hele mooie aanleiding om met **advies vanuit Altuïtion**, maar ook van externe experts, dit vraagstuk in een strak afgebakende periode op te pakken.” “**Heel bijzonder**: bij beide teams hebben we als eerste uitvoeringsorganisatie ook een aantal mensen vanuit de campagne ‘Direct Duidelijk’ aangesloten, een initiatief van het Ministerie van BZK. Die campagne richt zich op het verbeteren van de overheidscommunicatie. Zij volgen deze challenge met grote interesse!”

Bianca van Veldhuizen

Transitiemanager FM Coalitie bij CSU

“Het goede van deze opzet is dat je jezelf **dwingt om afstand te nemen van de waan van de dag**. De Challenge daagt ons letterlijk uit om hiermee aan de slag te gaan en, onder begeleiding van coaches en experts, te kijken wat nodig is om een doorbraak in de markt te realiseren.” “We doen dat met een multidisciplinair team, met als bijzonderheid dat we ook onze launching customer, Circl van ABN AMRO, bereid hebben gevonden om deel uit te maken van dit team. Dat is wel echt uniek!”



INVESTERING

ACTIVITEIT	INVESTERING (excl. BTW)
<p>CUSTOMER CENTRIC CULTURE CHALLENGE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inzicht in de volwassenheid van de CX-cultuur van de eigen organisatie, op basis van de CX Culture Maturity Scan (Light) en focusgroepen ▪ Inspiratie en kennis van interventies ▪ In 6 sprints werken naar een toets van een cultuurinterventie op maat ▪ Actieve begeleiding van senior-consultants (coaches) en 2 feedbackmomenten met externe experts (challengers) ▪ Verscheidene workshops, waaronder '9+ organisatieklassiekers' en 'pitchen' ▪ Toegang tot de kennisbank van Interventieklassiekers van andere organisaties ▪ Ontvangst van 3 boeken over klantbeleving 	<p>€ 26.500,-</p>
TOTAAL	<p>€ 26.500,-</p>

FACTURATIE EN VOORWAARDEN

OUT-OF-POCKET KOSTEN

- We gaan ervan uit dat de deelnemende organisatie de coördinatie van het uitzetten van de CX Culture Maturity Scan (Light)-survey en de gesprekspartners voor de focusgroepen organiseert.
- Altuïtion regelt en bekostigt de locaties voor de fysieke bijeenkomsten en alle materialen.
- De reiskosten zijn inbegrepen.
- We gaan uit van een ideale mix van online interviews en tussentijdse evaluaties en live meetings.
- Er zijn geen out-of-pocket kosten voorzien. Als er out-of-pocket kosten zijn – bijvoorbeeld voor extra begeleiding of extra onderzoek – dan zullen deze van tevoren worden begroot en besproken.

FACTURATIE

- Facturatie voor het project vindt plaats in 2 termijnen. De eerste termijn van 75% bij accorderen van de opdracht en de tweede van de overige 25% één maand later. De out-of-pocket kosten worden op basis van werkelijk gemaakte kosten doorbelast.

VOORWAARDEN

- Op dit voorstel zijn de Algemene voorwaarden van Altuïtion van toepassing.
- De startdatum is 25 februari 2025 (mede afhankelijk van de deelnemende organisaties).

AKKOORD

Kenmerk: CCCC/300917

Geachte [achternaam], beste [voornaam],

Wij hopen je enthousiast te hebben gemaakt voor deelname aan de 1^e editie van de NL9+ Customer Centric Culture Challenge!

Wij gaan heel graag met jullie en jullie cultuurchallenge aan de slag!

***Met vriendelijke groet,
Altuition B.V.***

Dhr. Stephan van Slooten

Voor akkoord:

[naam organisatie]

[dhr./mevr. [voornaam, achternaam]]

