



Case *De Bijenkorf*

Hoe laat je medewerkers zelf de leiding pakken tijdens een intensieve transformatie? Bij De Bijenkorf brachten we een gedeeld toekomstbeeld, een sterke werkcultuur en vooral een hoop energie.



De vraag

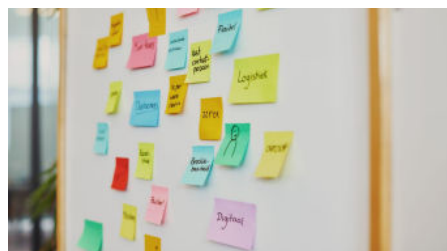
Het klantcontactcentrum maakte een periode van grote veranderingen door. Nieuwe collega's stroomden in, afspraken werden vernieuwd en de organisatie greep dit moment aan om de koers van het centrum vorm te geven. De uitdaging was het direct betrekken van teamleiders, planners, coördinatoren en managers bij het strategisch vooruit denken. We gingen op zoek naar een manier om hen effectief te trainen in het voeren van gesprekken op strategisch niveau.

Daarnaast was er behoefte aan concrete actieplannen om de vernieuwde strategie direct te vertalen naar de dagelijkse praktijk. Deze stappen vereisten realistische kaders en moesten passen binnen de drukke operatie van het contactcentrum. De centrale vraag was: hoe creëer je richting, teamkracht en eigenaarschap in een team dat midden in een grote organisatieverandering staat?



Wat we deden

Samen met een agile coach van De Bijenkorf ontwierpen wij twee dynamische sessies waarin strategie, samenwerking en werkcultuur centraal stonden. Tijdens de eerste bijeenkomst brachten we de nieuwe strategische visie van het klantcontactcentrum scherp in beeld. De groep vertaalde deze koers direct naar haalbare actieplannen en maakte zichtbaar wat er nodig is om de ambities waar te maken. In de tweede sessie werden de plannen geëvalueerd en aangescherpt. Deelnemers voerden gesprekken over rollen, verantwoordelijkheden en de gewenste cultuur. Wat werkt er nu goed en wat is er nog nodig om de nieuwe visie te realiseren? De groep maakte gezamenlijke afspraken over de manier van samenwerken. Zij bepaalden het besluitvormingsproces, verhelderden de wederzijdse verwachtingen en concretiseerden hoe collega's elkaar in de praktijk aanspreken.



"Ik faciliteer dit soort trajecten normaal zelf, maar de doordachte aanpak van Groupmapping tilde de sessies zichtbaar naar een hoger niveau. Iedereen met wie ik werkte was kundig, betrokken en prettig om mee samen te werken."

My Pham

Hoofdsponsor, **De Bijenkorf**



Het resultaat

Onze aanpak hielp de groep om strategisch te denken, eigenaarschap te ontwikkelen en realistisch te plannen. Het klantcontactcentrum kreeg focus en een gezamenlijk verhaal dat hen met elkaar en de visie verbindt. Daarbij leverde de sessie vier belangrijke resultaten op:

- **De groep kreeg een helder beeld** van de toekomst van het klantcontactcentrum en hoe de strategie zich vertaalt naar dagelijks werk.
- **De aangescherpte plannen** sluiten beter aan op lopende werkzaamheden en verantwoordelijkheden en zorgen dat teams met vertrouwen vooruit kijken.
- **Deelnemers bepaalden gezamenlijk** welke cultuur hun ambities écht waarmaakt, met een focus op heldere communicatie, verantwoordelijkheid en actief samenwerken.
- **De groep maakte concrete afspraken** over de manier van samenwerken. Dat zorgde voor duidelijkheid, structuur en meer eigenaarschap binnen het team.



Over De Bijenkorf

De Bijenkorf opereert als een premium warenhuis, alom gerespecteerd om uitzonderlijke service en een hoogwaardige merkbeleving. Zij benaderen klanten steevast als gewaardeerde gasten; online en fysiek staan oprechte aandacht, kwaliteit en persoonlijke service centraal.

Het klantcontactcentrum vertolkt hierin een cruciale rol. De recente strategische beslissing om medewerkers te insourcen lanceerde het perfecte moment om een sterke interne cultuur en organisatiestrategie te smeden die naadloos aansluit bij de hoge ambities van dit prachtige merk.



Brengt verandering tot leven