

Inhoud

- Column door Ed Schobben** 4
- Nieuws** 5
- 'Bij ons klopt het gele hart'** 14

In de rubriek Servicemanager in beeld dit keer Mark van Bergen van Remeha.



- 'Tevreden terugkomende, enthousiaste klanten'** 16

Het allerbelangrijkste voor elke onderneming is de terugkomende klant. Nog beter: een enthousiaste, tevreden terugkomende klant. Een klant die tegen zijn zakenvrienden zegt: 'Het blad Service Magazine, dat moet je lezen!' (Als voorbeeld, want beter is dat uw klanten enthousiast over u praten). In dit op één na laatste artikel in de serie 'Service is leading' vertelt Bart van Luijk hoe u te weten kunt komen hoe enthousiast uw klanten zijn.

- Met en is Weten Beschikbaarheid en betrouwbaarheid van installaties** 18



De continuïteit van een organisatie valt of staat bij het correct functioneren van de installaties.

Onderhoud gebeurt op basis van een bepaald concept. Dit kan preventief, correctief of proactief zijn. Welk

concept er ook aan ten grondslag ligt, aan industrial maintenance hangt altijd een prijskaartje.

- PAS 55: betere balans in asset belangen** 20

De strijd om verschillende belangen rondom een technische installatie zorgt binnen organisaties vaak voor spanningen tussen mensen en afdelingen, met alle gevolgen vandien. Richtlijn PAS 55 kan helpen om een stabielere balans binnen een organisatie te krijgen.



- Controle over e-mails: een belangrijk aspect voor klanttevredenheid** 23

Effectieve (interne en externe) communicatie is een essentieel onderdeel van klanttevredenheid. Tijdig en volledig informeren is minstens zo belangrijk als het snel afhandelen van klachten. In sommige publicaties wordt effectieve communicatie zelfs als belangrijker beschouwd dan het feitelijk oplossen van de klacht.



- Het geheim van succesvolle virtuele teams** 26



In een wereld die dankzij de opkomst van interactieve informatie- en communicatiemiddelen steeds kleiner wordt, gaan bedrijven meer en meer met virtuele teams werken.

De effectiviteit kan echter aanmerkelijk omhoog, zo betoogt Daphne M. Dekker in haar promotie-onderzoek. Met meer erkenning voor culturele verschillen, meer onderling vertrouwen en het vermijden van subgroepen, valt de nodige winst te behalen.

- Gelijke behandeling (1)** 28

Bij gelijke behandeling wordt in eerste instantie vaak gedacht aan onderscheid tussen mannen en vrouwen.

Gelijke behandeling gaat echter veel verder dan dat.

In deel I zal worden ingegaan op de gelijke behandelingswetgeving in het algemeen.



- Bedrijfs- en productnieuws** 30

Service Magazine in 2009

6 3 dec Mobiliteit en bereikbaarheid