

Essity

Klanten wisten dat ze op ons konden rekenen

Vanuit Essity is vóór de intelligente lockdown al besloten om klanten niet meer te bezoeken. Dit was vooral ingegeven door het feit dat we vinden dat we als hygiënebedrijf een voorbeeldfunctie hebben. We willen onze verantwoordelijkheid nemen en zorgvuldig omgaan met de ontstane situatie.

In teams is er een plan gemaakt hoe we klanten zo goed mogelijk konden ondersteunen zonder dat we fysiek aanwezig waren. Omdat we al vroeg inschatten dat deze situatie langer dan een paar weken of maanden zou duren, ontwikkelden



we middelen om op afstand een klinische les te verzorgen of om bijvoorbeeld een omzetting naar TENA mogelijk te maken.

Snel reageren

Veel klanten wilden hun verhaal bij ons kwijt over hun situatie. Er is zeer regelmatig contact geweest: via mail, telefonisch maar ook via beeldbellen. Ze vonden het erg prettig om te merken dat we aan ze dachten en dat we het contact in stand hielden op een manier die paste bij hun situatie.

Het was belangrijk om snel op veranderingen te kunnen reageren. Zo belden klanten die cohortafdelingen gingen opzetten ons vaak op. Hier hebben we ondersteuning kunnen bieden.

Groepsisolatie

Een cohortafdeling is een afdeling waar meerdere cliënten met mogelijk hetzelfde virus zijn besmet en strikt van de andere cliënten gescheiden worden gehouden. Zij worden op adequate wijze in groepsisolatie verpleegd. In dit geval werden de coronapatiënten bij elkaar gelegd zodat het veiliger was op de andere locaties van de stichting. Deze cohortafdelingen zijn op de gekste plekken opgezet: in het restaurant van een locatie, maar ook in een kerk. Op die locaties had men ook incontinentiemateriaal en verzorgend wassen producten nodig. (Het productievolume van onze wet wash gloves moest zelfs omhoog omdat zoveel instellingen bestelden!) Wij regelden dan dat er zo snel mogelijk op die locaties beleverd werd.

Vindbaar voor klanten

Voor Essity kwam hier veel logistiek bij kijken: we moesten een 'nieuwe' klant aanmaken in onze systemen en we moesten alle logistieke paden voorbereiden. Hoe sneller alles rond was, hoe sneller ze konden starten met bestellen. Doordat er in normale omstandigheden veel contact was, wisten klanten ons goed te vinden en vertrouwden ze erop dat wij ze verder konden helpen. Het gaf ons het gevoel dat we -ondanks de afstand- toch iets belangrijks voor ze konden doen.

“Veel klanten wilden hun verhaal bij ons kwijt”