

## Conclusies IMS Health klanttevredenheidsonderzoek

*Fact based en issue based consultancy*

Wat vinden klanten van de dienstverlening van IMS Health? In dit artikel de bevindingen op hoofdlijnen. 'Het Customer Loyalty Programme biedt ons gedachten van de klant, en eigenlijk ook uitnodigingen waarmee wij verder kunnen,' zegt Jan Warmerdam, Director Sales bij IMS Health.

IMS kent de klant nog niet voldoende? 'Ja en nee,' vindt Warmerdam. 'Wij doen zaken met klanten die we al jaren kennen. Zij weten inmiddels dat IMS een schat aan informatie herbergt. IMS heeft ook zo haar eigen doelstellingen. En alleen de klant kan het eindoordeel vellen over bijvoorbeeld nieuwe diensten van IMS. Het internationale onderzoek geeft ons ook inzicht waar de sterke en zwakke punten zitten per regiokantoor. Daarin kunnen wij van elkaar leren. Wij doen hiermee aan benchmarking binnen onze eigen organisatie.'

veel waardering te zijn voor de kwaliteit van IMS Health. 'Toch is deze score van onze klanten geen reden om achterover te leunen, kwaliteit kan eigenlijk altijd beter', stelt Warmerdam. 'Wij blijven dan ook streven naar nieuwe methoden om de kwaliteit tot op het hoogste niveau in beeld te houden.'

'Op opvolgingstijd daarentegen valt nog een slag te maken. Klanten verwachten een snellere reactie van IMS op vraagstukken in de sfeer van marktanalyse of input voor de strategie.

dienstverlening in de consultancy, eigenlijk onze toegepaste kennis waarin wij meedenken in beleidsmatige kwesties van onze klanten.

***Klant herkent uitbreiding dienstverlening nog niet.***

In onze eigen beleving hebben wij klanten al vaak verteld over onze nieuwe consulting-offerings. Per individu ligt dat natuurlijk anders. Klanten herkennen de uitbreiding van het dienstenpakket nog niet als zodanig. Stap voor stap ontwikkelen wij onze communicatie op de mogelijkheden die IMS haar klanten op advisering biedt.'

### ISSUE BASED CONSULTING

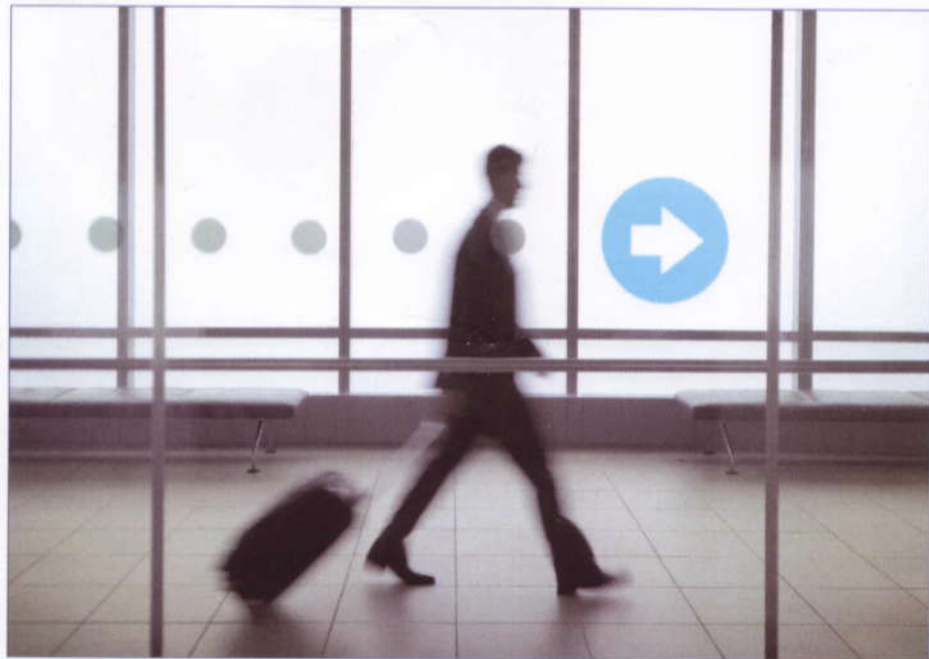
'De resultaten komen overeen met ons gedegen en vertrouwenwekkende imago', zegt Warmerdam. 'En daar ben ik heel tevreden over, omdat wij van oudsher ook die wereldwijde speler op data en data-interpretatie voor de farmaceutische industrie zijn. Op dit gebied blijven wij een unieke positie innemen.

IMS doet meer dan getallen verzamelen en interpreteren. Daarom hebben wij de afgelopen tijd veel geïnvesteerd in onze consulting-offerings. Wij hebben een enorm brede basis van waaruit we kunnen adviseren. In gesprekken met de klant en op basis van de kennis van de klant, haar markten en producten komen wij tot de issues die bij de klant spelen.

Uiteindelijk leidt dit tot klantspecifieke projectvoorstellen welke wij samen met de verantwoordelijke personen bij de klant uitvoeren.

***We hebben een enorm brede basis van waaruit we kunnen adviseren.***

Wij noemen dit "issue based consulting". Dat gaat nog wat verder dan alleen meedenken met de klant, en dat mag de klant in toenemende mate van ons verwachten. >>



### RESULTATEN

Het aantal respondenten dat het klanttevredenheidsonderzoek invulden, was groter dan vorig jaar. Resultaten uit het onderzoek leverden onder andere informatie op hoe klanten de kwaliteit, opvolgingstijd en communicatie beoordeelden. Over de kwaliteit was het oordeel van klanten opvallend eensluidend; er blijkt

'In de hectiek van de business bij IMS laat dit wel eens te wensen over', concludeert Warmerdam. 'Om aan deze vraag te voldoen, hebben wij het aantal consultants en accountmanagers de laatste tijd uitgebreid.

Een ander punt uit het klanttevredenheidsonderzoek is dat sommige klanten ons nog niet goed genoeg weten te plaatsen. Dat heeft vooral te maken met de communicatie over onze nieuwe