

*De kern van customer experience*

# ‘Ik zie mezelf als partner in het proces’

**Valerie Vafi (42)**, eigenaar Eyes and Ears



**Valerie Vafi is oprichter van Eyes and Ears, een recruitmentbureau dat zich specialiseert in customer experience (CX). Na een carrière in de televisie- en filmindustrie en later de hotellerie, waar ze haar vaardigheden in storytelling en het creëren van memorabele ervaringen ontwikkelde, ontdekte ze de wereld van CX. Haar passie voor klantgerichtheid leidde tot de oprichting van haar bureau, dat zich toelegt op het werven van gespecialiseerde CX-professionals. 'In de televisie- en filmindustrie draait alles om het boeien van kijkers. Die vaardigheden heb ik meegenomen naar de hotellerie, waar ik onbewust bezig was met het creëren van verrassende ervaringen voor gasten.'**

**TEKST KEL KOENEN | BEELD ZUIVER BEELD**

De carrière van Valerie Vafi begon ooit in de televisie- en filmindustrie. Bijna vijf jaar geleden maakte ze de overstap naar customer experience, een vakgebied dat - net als in haar eerdere werk - draait om het verrassen van mensen. 'In de televisie- en filmindustrie draait alles om storytelling en het boeien van kijkers. Die vaardigheden heb ik meegenomen naar de hotellerie, waar ik onbewust bezig was met het creëren van verrassende ervaringen voor gasten', vertelt ze. De ontdekking van de term customer experience (CX) in 2019 was een sleutelmoment. 'Ik realiseerde me dat er een rode draad was in al mijn werk: het centraal stellen van de klant.' Dit leidde tot de oprichting van Eyes and Ears, een bureau dat zich richt op de recruitment van professionals in dit nog jonge vakgebied. 'Ik geloof sterk in specialisatie. Ik werkte al tien jaar in IT-recruitment toen ik besloot om mij volledig te richten op CX.' Ondanks aanvankelijke twijfels in de markt, wist Vafi dat dit haar pad was. 'Het gaat niet alleen recruitment; ik bied ook advies en ondersteuning aan bedrijven op welke manier hoe zij CX het beste kunnen integreren en optimaliseren.'

#### **REALISME**

Vafi blijft scherp door actief te blijven binnen de CX-community. 'Ik neem deel aan masterclasses, zoals recente die van Jaap Wilms en Nienke Bloem én ik ben aanwezig bij diverse evenementen. Daarnaast ben ik dagelijks in gesprek met professionals over hun carrière en de ontwikkelingen binnen het vakgebied. Dit helpt mij niet alleen mijn kennis te vergroten, maar stelt me ook in staat om mijn klanten beter te adviseren.' Op de vraag wat haar advies is aan organisaties die hun customer experience willen verbeteren, benadrukt Vafi het belang

van realisme en teambetrokkenheid. 'Organisaties moeten realistisch zijn over wat ze kunnen verwachten van CX-professionals en welke salarissen daarbij horen. Begin klein, focus op het creëren van waarde voor de klant en zorg ervoor dat je een duidelijk beeld hebt van wat je wilt bereiken. Betrokkenheid van het hele team is cruciaal, net als continu leren en aanpassen aan nieuwe inzichten en technologieën.' Vafi beschrijft ook hoe ze omgaat met klanten die vaak nog niet weten wat ze precies nodig hebben in een CX professional. 'Die situatie varieert natuurlijk per klant. Sommige organisaties, zoals de gemeente Den Haag of ABN AMRO, zijn al actief bezig met CX. Anderen zijn vaak nog zoekende naar wat ze precies nodig hebben.'

#### **BESCHIEDEN**

Vafi biedt zowel vaste als tijdelijke bemiddeling aan, afhankelijk van de behoeften van de klant. Als het gaat om het daadwerkelijk opzetten van een CX-strategie of -afdeling, blijft Vafi bescheiden. 'Dat is nog niet voorgekomen, maar als het écht gaat om het opzetten van strategieën of afdelingen, verwijs ik liever door naar professionals in mijn netwerk die daar beter in zijn dan ik. Mijn focus ligt op recruitment. Dagelijks ben ik gemiddeld in gesprek met wel 50 mensen via diverse kanalen zoals LinkedIn, e-mail, en WhatsApp.' Binnen customer experience speelt ook service design een cruciale rol, iets waar Vafi veel mee werkt. 'CX is een breed begrip en soms word ik benaderd voor rollen die

**'BEGIN KLEIN EN FOCUS  
OP HET CREËREN VAN  
WAARDE VOOR DE KLANT'**

uiteindelijk meer sales of klantenservice inhouden. Ik richt me specifiek op de kern van customer experience en service design, waarbij het gaat om het strategisch ontwerpen van diensten om de klantbeleving te verbeteren. Dat is echt mijn expertise.'

Persoonlijk en professioneel gaat het Vafi voor de wind. 'De zaken gaan goed en persoonlijk is het ook druk met drie kleine kinderen thuis. Ik ben erg blij en vind het bijna een eer om zo gewaardeerd te worden door professionals in de branche', deelt ze. De ondersteuning van gelijkgestemden speelt hierbij ook een rol. 'Ik zit in een groep met vrouwelijke ondernemers waar we elkaar inspireren, wat enorm verrijkend is.' Deze groep is een bijzondere verzameling van vrouwelijke ondernemers binnen CX. 'We noemen het FC Vignionier, een groep

vrouwelijke ondernemers binnen CX, die elke twee maanden bij elkaar komt om zowel over ondernemerschap als over inhoudelijke thema's te praten. Het is een mix van verschillende expertises en inzichten, wat erg stimulerend werkt', vertelt Vafi enthousiast. Ondanks haar drukke agenda blijft Vafi energiek. 'Het is soms inderdaad overweldigend, vooral in het weekend als ik even tijd voor mezelf nodig heb. Maar over het algemeen vind ik het enorm leuk en de mensen met wie ik werk geven veel energie en inspiratie.'

### ONTOPOPT

De groei van haar bureau Eyes and Ears is een continue proces. 'Ik heb een collega aangenomen tijdens mijn laatste zwangerschapsverlof en die is nog steeds bij ons. We zijn bezig met verder uitbouwen. Steeds meer mensen weten mij te vinden met vragen over hun carrière, de arbeidsmarkt, of het nu gaat om vast werk of freelancen.' Vafi heeft zich ontpopt als een ware hub voor informatie en netwerken binnen de wereld van customer experience. 'Het is leuk om op die manier iets te kunnen betekenen en om al die informatie te verzamelen en te delen. Ik probeer altijd iets interessants te bieden, of het nu gaat om een artikel om te lezen of een podcast om naar te luisteren.' In haar rol gaat het vaak om het vinden van een balans tussen de behoeften van klanten en kandidaten. 'Kandidaten zijn soms op zoek naar iets anders en kunnen ook weer klant worden. Andersom komt ook voor: klanten die weer kandidaat worden. Over het algemeen heb ik misschien iets meer contact met kandidaten, omdat ik het inhoudelijk erg interessant vind om daarover te praten,

## 'DE MIX VAN VERSCHILLENDE EXPERTISES EN INZICHTEN WERKT ERG STIMULEREND'

wat mij weer aanbevelingen oplevert', legt Vafi uit. Wanneer bedrijven hulp zoeken bij het invullen van een CX-positie, vooral als hun begrip van de rol niet up-to-date is, neemt Vafi een adviserende rol aan. 'In die gevallen is het gesprek eerst wat afstandend. Soms hebben bedrijven een verkeerd beeld, bijvoorbeeld als ze een salesmanager willen onder de noemer van CX. Dan adviseer ik hen om een andere partij te bellen. Als ze openstaan voor advies, ga ik dieper in op de rol en kijk ik hoe deze binnen de organisatie geplaatst kan worden. Het is echt maatwerk en ik probeer te fungeren als een verlengstuk van hun HR-afdeling, waarbij ik ook kijk naar wat realistisch is binnen de organisatie.' Ze ziet zichzelf als een partner in het proces van samenwerking met bedrijven. 'Ik kijk ook naar wat bedrijven tot nu toe hebben gedaan, waarom mensen afhaken en praat met meerdere stakeholders. Dit is vaak anders dan bedrijven



gewend zijn, dus het vereist soms wat pionieren en uitleggen van mijn aanpak. Ik sta echt voor de kandidaten en als er iemand afvalt in een ver stadium van het proces, dan eis ik bijna dat een leidinggevende zelf diegene belt om de beslissing persoonlijk toe te lichten.' Als CX-ambassadeur speelt Vafi een cruciale rol in het uitleggen en verduidelijken van het concept customer experience, zowel aan kandidaten als opdrachtgevers. 'Veel bedrijven zijn nog niet volledig vertrouwd met wat CX precies inhoudt, of zien het als een modeterm. Het is mijn rol om dit onderscheid duidelijk te maken en de ware betekenis en waarde van CX over te brengen.'

### BALANS

Vafi heeft als recruiter inmiddels ook employee experience (EX) ontdekt. 'EX is een vrij nieuw en nog onontgonnen gebied dat ongeveer tien jaar achterloopt op CX. Het gaat om het creëren van een optimale werkomgeving voor medewerkers, zodat zij efficiënt en effectief kunnen werken. Het doel is om een optimale balans te vinden tussen de belangen van de medewerker, de klant, en de organisatie. Een goede CX komt voort uit een gezonde en productieve werkomgeving, dus EX is cruciaal om dit te bereiken.' Ook klantenservice speelt hierbij een cruciale rol. 'Customer service is een essentiële component van CX. Het is vaak de eerste interactie die een klant heeft met een bedrijf en een cruciale bron van waardevolle klantinformatie, essentieel voor het verbeteren van de klantbeleving.' Vafi onderstreept verder de noodzaak voor CX professionals om hun waarde binnen de organisatie aan te tonen. 'CX'ers moeten verder kijken dan traditionele metrics zoals NPS. Ze moeten de impact van CX initiatieven op omzet, winst én kostenbesparingen aantonen. Dit vereist dat zij verbinding maken met de strategische doelen van het bedrijf en aantonen hoe investeringen in CX niet alleen klanttevredenheid verbeteren, maar ook financiële resultaten positief beïnvloeden.' 🍷