

Selfservice via het web

Resultaten van een benchmark onder
24 websites

Emerce Update Selfservice

3 Maart 2005

Auteurs:

Geert-Jan Smits, *directeur*
Tim Besselink, *marktanalist*



INLEIDING

Aanleiding en opzet

Voor de Emerce Update Selfservice heeft Jungle Rating onderzoek uitgevoerd naar de service-omgeving van een groep Nederlandse en Amerikaanse websites. Hiervoor is gebruik gemaakt van een verkorte versie van het *selfservice expertmodel* van Jungle Rating. Dit model meet aan de hand van een checklist de kwaliteit en bruikbaarheid van de service-omgeving en doet daarmee uitspraken over de gerealiseerde service-effectiviteit. De vragen zijn constaterend van aard en zijn door ervaren onderzoekers van Jungle Rating beantwoord. De vragen zijn verdeeld over de volgende dimensies;

- Informatie (10 vragen)
- Zoekfunctionaliteit (10 vragen)
- Veelgestelde vragen (8 vragen)
- Klachtafhandeling (6 vragen)
- Persoonlijke omgeving (7 vragen)
- Contact (9 vragen)

Conclusies

De stelling dat Amerikaanse sites de service-omgeving beter georganiseerd hebben dan Nederlandse sites (of andersom) houdt geen stand. Wel zijn op bovenstaande dimensies verschillen zichtbaar;

- Financiële sites kunnen een voorbeeld nemen aan de retail-sector als het gaat om informatieverstrekking rond het aankoop-/aanvraagproces.
- Zoekfunctionaliteiten blijken beperkt bruikbaar, terwijl uit recent onderzoek is gebleken dat de trend is dat meer bezoekers hier gebruik van maken (DoubleClick, Q3 2004).
- De FAQ-rubriek is vaak goed gerubriceerd. Het direct aanbieden van enkel relevante FAQ (afhankelijk van de locatie op de website) gebeurt echter bijna niet. Hierdoor moet de klant via de service-omgeving zelf op zoek naar het voor hem/haar relevante onderdeel van de FAQ.
- Amerikaanse sites bieden geen specifieke informatie voor klachtafhandeling. Nederlandse sites doen dit beter.
- Het gebruik van moderne communicatiemiddelen als online *chat*, *call-me-now*, en *co-browsing* in de service-omgeving is minimaal in Nederland; dit biedt kansen voor de *first-mover*.

Bovenstaand conclusies worden toegelicht in het derde hoofdstuk van dit rapport (pagina 12), waar wij ook de belangrijkste aandachtspunten op selfservicegebied geven.

1. HET ONDERZOEK

Opzet rapport

In dit rapport zijn de belangrijkste onderzoeksresultaten en conclusies weergegeven. De hoofdstukindeling is als volgt;

1. *Het onderzoek* - een korte beschrijving van de opzet van het benchmarkonderzoek
2. *Onderzoeksresultaten* - een beschrijving van de belangrijkste resultaten
3. *Conclusies* – gebaseerd op de onderzoeksresultaten en de kennis van Jungle Rating worden de belangrijkste conclusies en aanbevelingen gegeven

Voor het onderzoek naar de service-omgeving is een verkorte versie van de checklist gebruikt, bestaande uit 50 items.

Peergroup

Voor het onderzoek zijn 24 websites geselecteerd; 12 Nederlandse en 12 Amerikaanse. Binnen deze groepen zijn in totaal 8 retail websites en 8 finance websites opgenomen. In de rapportage van de resultaten zijn deze verschillende categorieën met elkaar vergeleken. 8 Onderzochte websites vallen niet in één van deze categorieën. In onderstaand overzicht zijn alle onderzochte websites weergegeven.

Branche	Amerikaanse sites		Nederlandse sites	
	<i>instelling</i>	<i>url</i>	<i>instelling</i>	<i>url</i>
Retail	Wal-Mart	www.walmart.com	Wehkamp	www.wehkamp.nl
	Dell	www.dell.com	Otto	www.otto.nl
	Lands'End	www.landsend.com	Bol	www.bol.com
	JC Penney	www.jcpenney.com	Albert	www.albert.nl
Finance	Citibank	www.citibank.com	Postbank	www.postbank.nl
	Wells Fargo	www.wellsfargo.com	Rabobank	www.rabobank.nl
	Key Bank	www.keybank.com	ABN-AMRO	www.abnamro.nl
	Wachovia	www.wachovia.com	FBTO	www.fbto.nl
Overig	McAfee	www.mcafee.com	gemeente Amsterdam	www.amsterdam.nl
	AT&T	www.att.com	KPN	www.kpn.nl
	UPS	www.ups.com	Nuon	www.nuon.nl
	AOL	www.aol.com	UWV	www.uwv.nl

Tabel 1: Onderzochte websites, verdeeld naar branche en herkomst.

2. ONDERZOEKSRESULTATEN

De resultaten van het onderzoek zijn in dit hoofdstuk per dimensie beschreven. Per dimensie starten wij met een korte beschrijving van de onderzochte dimensie, gevolgd door een grafische weergave van de scores naar branche en nationaliteit. De totaalscores voor de Verenigde Staten en Nederland zijn opgebouwd uit het gemiddelde van de retail-, financial- en 'overige' websites. Na de grafiek volgt een 'Top 3' van de best scorende websites op de betreffende dimensie. Elke dimensie bevat tenslotte een beknopte toelichting op de resultaten.

2.1 Informatie

Definitie

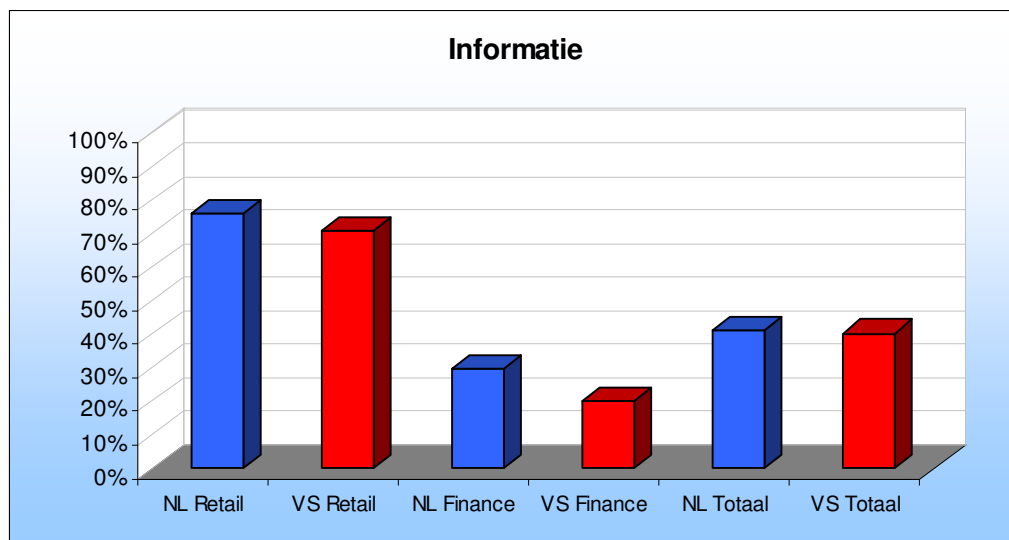
De aanwezigheid van informatie over het aanvraag-/aankoop proces.

Subcriteria van deze dimensie zijn o.a.:

- het gebruik van de site
- bestellen en betalen
- de levering van het product / de dienst

Deze dimensie is gemeten op 10 factoren.

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'informatie'

Top 3

1	JC Penney	100%
2	Bol.com	95%
3	Wal-Mart	90%

Toelichting

Op 2 (Amerikaanse) sites na hebben alle sites een duidelijke link in beeld naar een 'Help' of 'Service' omgeving.

Amerikaanse sites doen beloftes

Opvallend is dat binnen deze helpomgeving vooral de Amerikaanse retail-sites uitgebreid aandacht besteden aan het thema 'online veiligheid', en hier ook harde beloftes doen¹. Nederlandse sites zijn wat terughoudender; in de meeste gevallen vormt dit onderdeel een soort disclaimer². Niet erg vertrouwenwekkend voor de Nederlandse klant die, volgens regelmatig onderzoek van de Consumentenbond, erom bekend staat terughoudend te zijn in bijvoorbeeld het online gebruik van creditcards.

Financial sites kunnen van retailers leren

De Nederlandse en Amerikaanse financiële sites (op 2 na) geven nauwelijks informatie over het gebruik van de site (hoe vind ik wat ik zoek?). Informatie over het aanvragen en de levering van een financiële dienst ontbreekt op al deze sites. De (met name Nederlandse) retail-sites besteden hier juist veel aandacht aan en halen op deze dimensie dan ook de hoogste scores.

Verbetermogelijkheden

- Gebruik een aparte Service-omgeving en deel deze logisch in.
- Stel de klant gerust met informatie over privacy en veiligheid.
- Geef informatie voor 'nieuwe klanten' over de opzet van de site en hoe deze zo gemakkelijk mogelijk gebruikt kan worden.

2.2 Zoekfunctionaliteit

Definitie

De werking en bruikbaarheid van de aangeboden zoekfunctie.

De subcriteria van deze dimensie zijn

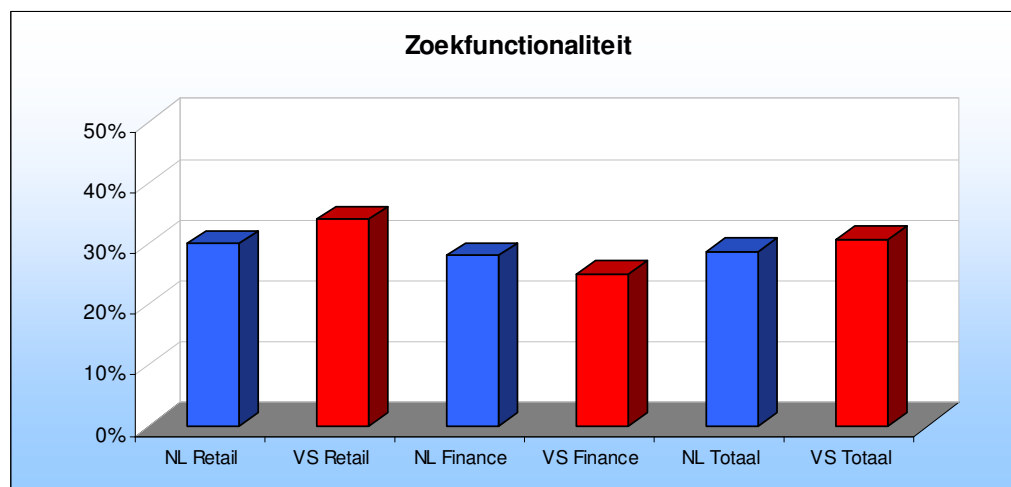
- gebruiksvriendelijkheid zoekfunctie
- effectiviteit zoekresultaat

Deze dimensie is gemeten op 10 factoren.

¹ zie als voorbeeld het screenshot van Lands'End in de bijlage

² zie als voorbeeld het screenshot van Albert in de bijlage

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'zoekfunctionaliteit'

Top 3

1	AOL, Bol.com	50%
2	Wells Fargo	45%
3	Postbank, Rabobank	40%

Toelichting

Een zoekfunctie is op bijna 90% van de sites aanwezig. De zoekfunctie neemt hier altijd een standaard plaats op de website in; in de meeste gevallen rechtsboven in het scherm.

Relevantie uitkomsten laag

De toegevoegde waarde van deze zoekmogelijkheid is niet altijd duidelijk; zelfs bij het zoeken op vrij eenvoudige termen ('telefoonnummer klantenservice', 'ik heb een klacht') leidt dit slechts in 12% van de zoekacties tot een relevant resultaat. Opvallend is dat in geen van de gevallen een waarderingscijfer wordt toegekend aan het zoekresultaat. Een snel beeld van de relevantie van de resultaten is dus niet mogelijk. Vaak ontbreekt ook een duidelijke beschrijving van de zoekresultaten (titel, korte beschrijving, locatie van het resultaat).

Service-informatie vaak niet vindbaar

De zoekmachines van de retail sites zoeken vrijwel alleen in het productassortiment; het is niet mogelijk om via de zoekmachine bijvoorbeeld het telefoonnummer van de klantenservice te vinden of informatie te vinden over het klachtenbeleid³.

Verbetermogelijkheden

- Maak het ook mogelijk te zoeken naar service-gerelateerde informatie op de website
- Geef een duidelijke titel en beschrijving bij elk gevonden resultaat
- Ken een waarderingscijfer toe aan de zoekresultaten

³ zie als voorbeeld het screenshot van Wehkamp in de bijlage

2.3 Veelgestelde vragen

Definitie

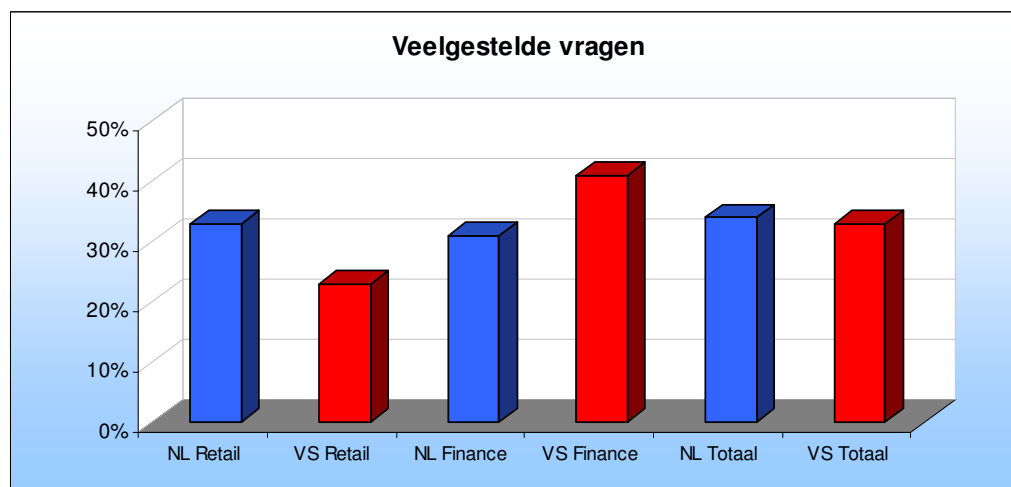
De compleetheid en kwaliteit van de *Frequently Asked Questions (FAQ)* rubriek.

De subcriteria van deze dimensie zijn

- compleetheid van de vragen
- kwaliteit van de antwoorden
- de relatie tussen de aangeboden FAQ en de locatie op de website waar men zich bevindt

Deze dimensie is gemeten op 8 factoren.

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'veelgestelde vragen'

Top 3

1	KPN	75%
2	FBTO, Wehkamp	63%
3	Citibank, Dell, Otto, Wachovia	50%

Toelichting

Alle sites (op één na) hebben een FAQ-rubriek. In tegenstelling tot de zoekfunctie staat deze niet op een vaste plaats weergegeven. Meestal zijn de FAQ alleen bereikbaar via het 'Help' of 'Service' menu.

Contextgerelateerde FAQ een zeldzaamheid

Slechts op 3 sites zijn de FAQ toegespitst op het 'surfgedrag' van de klant. Hier krijgt de klant een contextgerelateerde FAQ aangeboden⁴. Vaak zijn de FAQ wel in categorieën verdeeld. Over het algemeen is het hierdoor goed mogelijk snel bij de gewenste vraag te komen. Vijf Nederlandse sites gebruiken hiervoor een zoekfunctionaliteit, maar in de meeste gevallen komt men via bijvoorbeeld meerdere *pull-down* keuzemogelijkheden bij de gezochte vragen uit. *Pull-down*-menu's zijn minder geschikt voor FAQ's omdat deze hun inhoud verbergen.

De FAQ verwijst wel door

Opvallend is dat aan het einde van de vragen en antwoorden vaak gevraagd wordt of de klant tevreden is met de aangedragen oplossing. Als dit niet zo is wordt een telefoonnummer of e-mail

⁴ zie als voorbeeld het screenshot van UPS in de bijlage

adres van de klantenservice getoond voor persoonlijk contact⁵. Dit in tegenstelling tot de zoekfunctie, waar de klant niets anders rest dan opnieuw een zoekterm in te voeren.

Verbetermogelijkheden

- Bied de FAQ direct aan in de ondersteunende navigatie
- Deel de FAQ in zoals de website is ingedeeld (bijvoorbeeld naar productgroepen of het koopproces)
- Maak de aangeboden FAQ afhankelijk van de plaats op de website
- Vermijd *pull-down*-menu's

2.4 Klachtafhandeling

Definitie

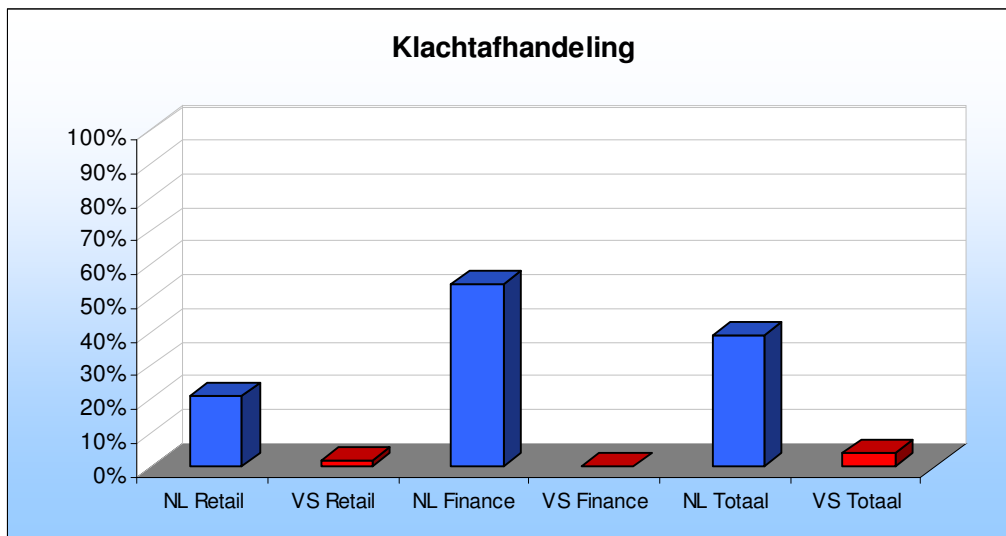
De effectiviteit waarmee de website de klant ondersteunt bij het afhandelen van klachten.

De subcriteria van deze dimensie zijn

- informatie over te ondernemen stappen
- contactmogelijkheden bij klachten

Deze dimensie is gemeten op 6 factoren.

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'klachtafhandeling'

Top 3

1	ABN-AMRO, gemeente Amsterdam, Postbank	67%
2	Rabobank	50%
3	Albert, FBTO, KPN, NUON, UWV	34%

⁵ zie als voorbeeld het screenshot van KPN in de bijlage

Toelichting

Opvallende verschillen tussen Amerikaanse en Nederlandse sites zijn waargenomen.

Meer ondersteuning op Nederlandse sites

Alle Nederlandse sites besteden aandacht aan eventuele klachten van klanten. Opvallend is dat slechts een kwart van de onderzochte Amerikaanse sites dit doen. Het expliciet aanbieden van contactmogelijkheden (telefoonnummer, e-mailadres) voor het indienen van klachten is onder de Nederlandse sites de regel, maar bij Amerikaanse sites een uitzondering.

Onafhankelijke commissies

De helft van de onderzochte Nederlandse sites maakt melding van de mogelijkheid een onafhankelijke derde partij in te schakelen in geval van een klacht. De 3 Nederlandse banken maken melding van diverse geschillencommissies (van bankzaken tot ziektekostenverzekeringen tot de Reclame Code Commissie). De gemeente Amsterdam verwijst naar de Gemeentelijke ombudsman. Retail-sites Wehkamp en Otto zijn aangesloten bij de Nederlandse Thuiswinkel Organisatie. Deze organisatie heeft ook een geschillencommissie waarbij klachten over aangesloten webwinkels kunnen worden ingediend.

Retailsites summier in informatieverstrekking

Behalve het vermelden van de geschillencommissie van de Thuiswinkel Organisatie geven de Nederlandse retailers bijna geen informatie over wat de mogelijkheden zijn om bij de webwinkel *zelf* beklag te doen. De Nederlandse financials besteden hier veel meer aandacht aan.

Verbetermogelijkheden

- Bied op een overzichtelijke manier de mogelijkheden aan voor het indienen van een klacht
- Maak het mogelijk een onafhankelijke partij in te schakelen

2.5 Persoonlijke omgeving

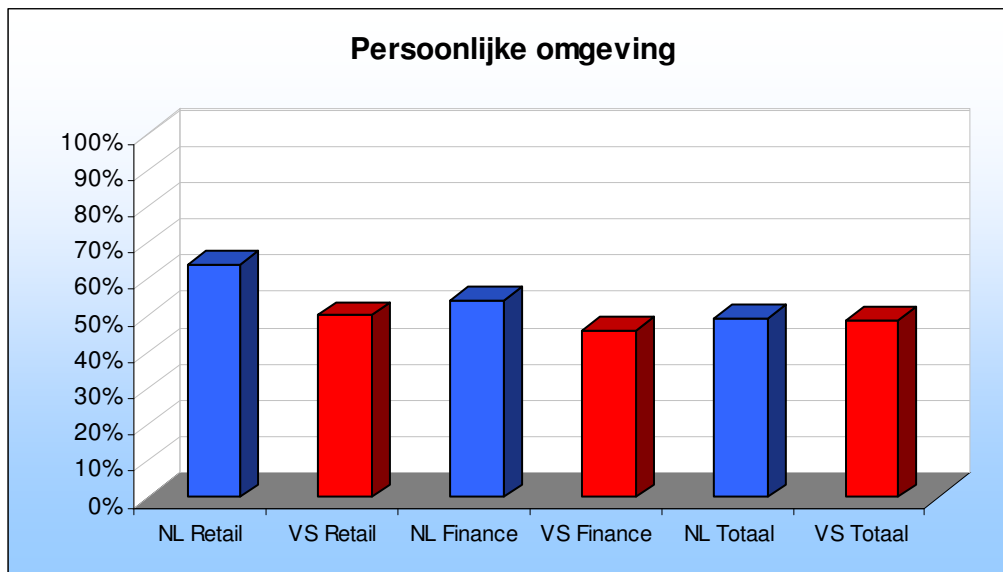
Definitie

De functionaliteiten die de klant krijgt aangeboden na registratie op de website.

- De subcriteria van deze dimensie zijn
- persoonlijke gegevens beheren
 - bestelde producten inzien
 - betalingsstatus inzien

Deze dimensie is gemeten op 7 factoren.

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'persoonlijke omgeving'

Top 3

1	AT&T, Bol.com	86%
2	Albert, JC Penney, KPN, Wal-Mart, Wehkamp	71%
3	UPS	64%

Toelichting

Op 3 sites na (1 VS, 2 NL) wordt op alle sites een persoonlijke omgeving aangeboden. In al deze gevallen kunnen in deze omgeving de persoonlijke gegevens worden ingezien en in 75% van de gevallen ook worden aangepast.

Wat zijn de mogelijkheden?

Niet alle sites communiceren duidelijk over de mogelijkheden van de persoonlijke omgeving. De Nederlandse financiële sites zijn het sterkst in het communiceren van de voordelen. Puntsgewijs worden de kenmerken, de voordelen en de werking ervan benoemd⁶.

Track-and-trace vooral in retail

Alle Amerikaanse retail-sites bieden de consument een *track-and-trace* mogelijkheid voor bestelde producten aan. In Nederland doen Wehkamp en Bol.com dat. Ook de persoonlijke omgeving op de site van gemeente Amsterdam ('Mijn Loket') biedt een *track-and-trace* functie aan voor online aanvragen.

Verbetermogelijkheden

- Wees duidelijk over de extra mogelijkheden die registratie biedt
- Track-and-trace ook een idee voor *financials*?

⁶ zie voorbeelden van de Postbank en JC Penney in de bijlage

2.6 Contact

Definitie

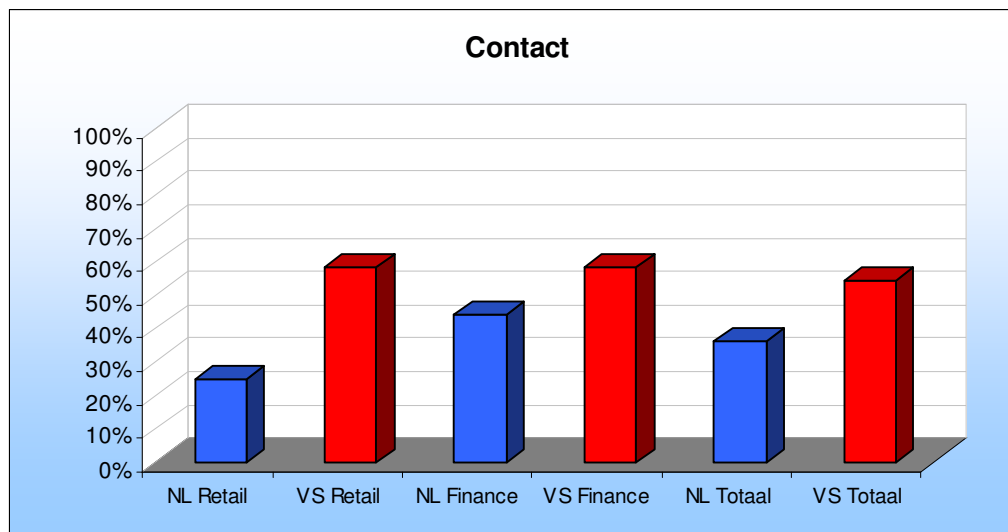
De rijkheid van de contactmogelijkheden op de website.

De subcriteria van deze dimensie zijn o.a.:

- telefoonnummers
- filiaalocator
- chatmogelijkheden

Deze dimensie is gemeten op 9 factoren.

Score



De scores van Amerikaanse (VS) en Nederlandse (NL) sites op de dimensie 'contact'

Top 3

1	Citibank, Lands'End, UPS, Wachovia, Wal-Mart	67%
2	gemeente Amsterdam, McAfee	61%
3	ABN-AMRO, JC Penney, KeyBank,	56%

Toelichting

Alle websites maken het mogelijk contact te leggen met een medewerker van de klantenservice. De ene site maakt dit gemakkelijker dan de ander.

Filiaalocator gemeengoed

Als sprake is van *offline* aanwezigheid (54% van de sites) wordt in alle gevallen een filiaalocator aangeboden. Openingstijden (85%) en contactgegevens (77%) zijn hierbij meestal inbegrepen.

Telefoon en e-mail zijn de standaard

Een telefoonnummer wordt op alle sites aangeboden. Van alle onderzochte sites bieden alleen de sites van het UWV en de Rabobank geen mogelijkheid via e-mail (-formulieren) contact op te nemen. Het aanbieden van een postadres is op Amerikaanse sites (67%) gebruikelijker dan op Nederlandse (25%). McAfee geeft het beste overzicht van contactmogelijkheden en bijbehorende wachttijden⁷.

⁷ zie als voorbeeld het screenshot van McAfee in de bijlage

Nieuwe technieken schaars

Een online chat met de klantenservice is op 5 sites mogelijk, waarvan 1 Nederlandse (Albert). Binnen de service-omgeving is call-me-now slechts op één site aangetroffen (McAfee). Co-browsing wordt nergens aangeboden.

Verbetermogelijkheden

- Geef de klant een ruime keuze in contactmogelijkheden
- Toon de responstijd van de verschillende contactmogelijkheden online

3. Conclusies

De Nederlandse sites scoren een fractie hoger (38%) dan de Amerikaanse sites (35%). De aanname dat Amerikanen service gericht zouden zijn gaat dus voor internet niet op. De retailsites scoren hoger (41%) dan de financiële sites (36%). Dit komt voornamelijk doordat retailers expliciet het orientatie en verkoopproces toelichten binnen de service-omgeving.

Retailers voorbeeld in informatievoorziening

Retail-sites scoren aanmerkelijk hoger dan finance-sites op informatievoorziening rond het aanvraag-/aankoopproces. Voor het afsluiten van financiële producten is goede informatievoorziening over het oriëntatie- en afsluitproces echter ook van belang. Net als op retail-sites zal de klant bijvoorbeeld willen weten welke stappen de klant moet ondernemen om het gewenste product af te sluiten.

Zoekfunctie niet optimaal

Bezoekers spenderen minder tijd op e-commerce websites, maar bekijken per bezoek meer pagina's. Zij leunen hierbij steeds sterker op de zoekfunctie van de website. Een slecht werkende zoekfunctie kan de effectiviteit van de website sterk benadelen (DoubleClick, Q3 2004). Zoekfunctionaliteiten blijken in dit onderzoek niet altijd even effectief te zijn. Regelmatig zijn de locatie en de relevantie van de gevonden resultaten niet duidelijk aangegeven.

Contextgerelateerde FAQ geen gemeengoed

De FAQ-rubriek is op bijna alle sites geordend naar het productaanbod of de stappen van het koopproces (informerend, adviseren, aanvragen, service verlenen). Door deze ordening kan de klant meestal snel de gezochte vraag vinden. Slechts enkele sites bieden de bezoeker directe toegang tot de FAQ die op dat moment relevant is. De samenstelling van de FAQ is dan afhankelijk van de locatie op de website (contextgerelateerd).

Afhandeling klachten in VS onderbelicht

Nederlandse websites besteden opvallend meer aandacht aan het klachtenbeleid dan de Amerikaanse websites. Duidelijkheid over wat klanten kunnen ondernemen in geval van een klacht geeft ook toekomstige klanten een veiliger gevoel met de betreffende onderneming in zee te gaan. Amerikaanse sites doen wel hardere beloften over online veiligheid dan Nederlandse sites. De 'JCPenney.com Security Guarantee' en de 'Total Satisfaction Return Policy' van Dell zijn hier voorbeelden van. Doorgaans geven deze sites echter niet expliciet de mogelijkheid klachten te uiten.

Innovatieve communicatievormen nog in de kinderschoenen

Slechts 5 van de 24 sites bieden een chatmogelijkheid aan met een medewerker van de klantenservice. Een call-me-now mogelijkheid wordt slechts op één van de onderzochte sites binnen de service-omgeving aangeboden (McAfee). Co-browsing, waarbij wordt meegekeken op het scherm van de klant en zelfs de controle over de muis kan worden overgenomen, behoort nog niet tot de contactmogelijkheden. De voordelen, zoals gecommuniceerd door de aanbieders, lijken legio. De vraag is nu wie het minste last heeft van koudwatervrees.

Aandachtspunten selfservice

1. Zorg ervoor dat de service-omgeving aandacht besteedt aan alle stappen van het koopproces; informeren, adviseren, aanvragen en service verlening.
2. Toon binnen de service-omgeving direct de top-10 veelgestelde vragen.
3. Maak service-informatie vindbaar via de website-brede zoekfunctie.
4. Voorzie de zoekresultaten van een duidelijke titel en omschrijving. Geef de mogelijkheid de resultaten op relevantie te sorteren.
5. Bied een FAQ aan die overal op de website direct toegankelijk is. Plaats deze bijvoorbeeld in de ondersteunende navigatie.
6. Maak voor elk onderdeel van de website een aparte FAQ-lijst. Zorg dat bij het opvragen van de FAQ alleen deze, locatie-afhankelijke, lijst wordt getoond.
7. Bied binnen de service-omgeving een specifieke ingang voor klachtenafhandeling aan.
8. Leg uit hoe moet worden gehandeld bij een klacht. Geef in concrete stappen aan hoe de klacht in behandeling wordt genomen.
9. Experimenteer met nieuwe communicatietechnologieën (*call-me-now, chat, co-browsing*) binnen de service-omgeving. Evalueer de behaalde resultaten.

Over Jungle Rating

Jungle Rating is een adviesbureau dat bedrijven helpt met het verhogen van het effect van hun directe kanalen zoals internet, telefoon en e-mail.

Wij helpen u met het vergroten van de omzet, het verbeteren van het serviceniveau en/of het verbeteren van de communicatie richting uw stakeholders. Hiervoor maken wij gebruik van concurrentieonderzoek (benchmarking) en gebruikersonderzoek (usability testing). Daarnaast verzorgen wij trainingen en kunnen wij het projectmanagement op ons nemen. Tenslotte worden wij vaak betrokken bij de formulering van de (multi-channel) strategie.

In de afgelopen jaren hebben wij met een gemotiveerd team ruime ervaring opgebouwd met het uitvoeren van hoogwaardig concurrentieonderzoek en gebruikersonderzoek binnen de sectoren finance, shopping, travel en utilities.

Jungle Rating onderscheidt zich op de volgende punten:

- Een benadering die een directe relatie heeft met effectiviteit
- Bewezen methodieken vormen de basis voor ons advies
- Specialisatie in en jarenlange ervaring met directe kanalen
- Kennis van gebruikersbehoeften door honderden gevoerde diepte-interviews
- Een flexibele organisatie die maatwerkopdrachten op korte termijn kan verrichten
- Uitstekende referenties. Wij rekenen ondermeer de volgende bedrijven tot onze klanten: ABN AMRO, DSM, Essent, Fortis Bank, ING Retail, Neckermann, Nuon, Otto, Rabobank, VNU, Wehkamp en Wolters Kluwer.



Jungle Rating
Wibautstraat 3
1091 GH Amsterdam

(T) 020 – 330 9 664
(F) 020 – 330 9 571
(E) info@junglgerating.nl

(I) www.junglgerating.nl

Maart 2005

Copyright Jungle Rating

Niets uit deze uitgave mag worden gereproduceerd zonder schriftelijke toestemming van Jungle Rating. Alle rechten voorbehouden.

BIJLAGEN

- Informatie

it's all inside: JCPenney

search: go

shop from our catalogs: enter item # go

today's store ad shopping bag
0 items subtotal: \$0.00

customer service

women's | men's | children's | shoes | jewelry | for the home | toys | sports & leisure | electronics & music | gifts & registry

Customer Service

- track my order
- change an order
- my account
- payment options
- shipping rates
- return policy
- security/privacy
- jcp store ad
- product quality
- about us
- call us
- email us
- shop by catalog
- jcp credit card
- store locator
- request catalog
- rebates
- para ayuda
- main topics

How may we assist you?

faq's

- How can I track my order?
- How do I return an item?
- How much does shipping cost?
- How can I change or cancel my order?
- How can I apply for a JCPenney Credit Card?
- Career Opportunities
- Servicio al Cliente

contact us

24 hours a day, 7 days a week

Email Us
Call Us

online services

- Track My Order
- Store Locator
- My jcpenny.com Account
- Gift Cards/eCertificates
- What's My Gift Card Balance

shipping & returns

- Shipping Rates & Options
- Payment Options
- Sales Tax
- Returns
- Product Services/Warranties

security & privacy

- Secure Online Shopping
- Privacy Policy

JCPenney credit card

- Apply Online
- View My Account
- Pay My Bill Online

ordering

- Change or Cancel an Order
- Checkout
- Shopping Bag
- Pricing
- Gift Wrapping
- International Customers
- APO/FPO Customers

first time visitor

- How to Get Around
- Setting up My Information
- Registration Benefits
- BBB Online

shopping tips

- Today's Store Ad
- Shop Using a Catalog
- Monogramming & Tailoring
- Apparel Sizing Guidelines

product information

- Rebates
- Product Recalls
- Our Commitment to Quality

solutions

- Solutions for the Home
- Travel Solutions
- Jewelry Guide

Service-omgeving van JC Penney

Landsend.com | Overstocks | Customer Service

Site Map | Shopping Help | Library | Our Company | Contact Us

1-800-963-4816

shopping bag
my account
my model

search with an item number or keyword
 go

In All Products

Your Security at landsend.com

Since landsend.com went live in 1995, there has never been a confirmed case of fraud reported by our customers as a result of a credit card purchase made with us.

We go to great lengths to [keep your financial information private and safe](#). All credit transactions occur in a [secure area of our site](#), to protect you from any loss, misuse or alteration of information collected. If that security were ever breached, [it would cost you nothing](#) — so you can buy online with confidence.

To learn more about security at land: text links above. You may also wish to read our [Statement](#). If you have further questions, call us at **1-800-963-4816** or e-mail us, in care of websitelinquiry@landsend.com.

2. Veiligheid

Wij zullen ons best doen om zoveel mogelijk te waarborgen dat de sites virusvrij zijn en blijven. Wij kunnen de virusvrijheid van de sites echter niet garanderen.

De door u bij uw inschrijving gekozen gebruikersnaam en het daaraan gekoppelde password zijn persoonlijk. Wij vragen u hier vertrouwelijk mee om te gaan en uw gebruikersnaam en het password uitsluitend voor eigen gebruik te hanteren.

[Our Company](#)
[Guarantee](#)
[Privacy Policy](#)
[Company History](#)
[Security Policy](#)

Veiligheid bij de Amerikaanse retailsite **Lands'End** en veiligheid bij de Nederlandse retailsite **Albert**.

- Zoekfunctionaliteit

Zoekresultaten

U heeft gezocht naar: **klacht**

Boek

★★★★★

Boek Magneettherapie voor een beter leven 19,99 EUR

Boek Magneettherapie voor een beter leven, boek dat helpt pijn en klachten te verminderen via de heilzame krachten van de Biostabil 2000 en andere magneten.

Wehkamp: er kan alleen gezocht worden in het producten bestand. Als gezocht wordt naar de mogelijkheid een klacht in te dienen wordt een boek aangeboden dat klachten helpt te verminderen!

Zoekresultaat

Resultaten voor de zoekterm "uitkering aanvragen".

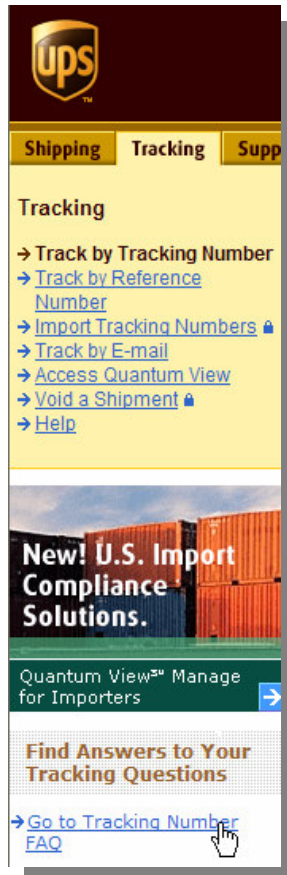
Documenten
1 tot 18 van 346

Toon alle resultaten 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20
>>

Pagina	Artikel
	...oorletters en achternaam Man Vrouw 1.2 Correspondentieadres 1.3 Postcode en plaats 1.4 Telefoonnummer 1.5 Geboortedatum 1.6 Sofinummer Voor eventuele premierestitutie. 1.6 Bank-gironummer Bank Giro G...
	... de sectoren Agrarisch Bedrijf, Tabakverwerkende Industrie, Slagersbedrijven en Slagers Overig. Als u bij het beantwoorden van een vraag niet genoeg schrijfruimte heeft, dan kunt u gebruik maken van d...
Adobe PDF document	WG140 01710 06-04 ...privé-adres wilt ontvangen, vul dan hiernaast uw correspondentieadres is. 4.1 Wat is uw rekeningnummer? 4.2 Wat is de tenaamstelling van dit rekeningnummer? 5.1 Wie waren uw werkgevers in het afg...
Internet pagina	Bestelformulier formulieren ...mplaren van een uitgave per keer bestellen. Wilt u weten waar de brochure over gaat, dan kunt u voor korte inhoud kiezen. Heeft u uw keuze gemaakt, en wilt u verder gaan met bestellen. Kies dan voor d...
Internet pagina	Bestelformulier formulieren ... Ind, Slagersbedr (O). US - Sector overheid en onderwijs. 1. Producten 2. Bestelinformatie 3. Controleren en bestellen Bestel formulier Stap 1.. Ziektewet en bevallingsuitkering (CA). 2. 3. 4. 5. 25. ...
Adobe PDF document	IR110 00280 07-04 ...aan het onderzoeken van mogelijkheden om terug te keren op de arbeidsmarkt. www.uwv.nl www.cwinet.nlInhoud Als u ondersteuning nodig heeft op weg 2 naar werk Wanneer kunt u een voorziening aanvragen? ...
Adobe PDF document	...r de sectoren Agrarisch Bedrijf, Tabakverwerkende Industrie, Slagersbedrijven en Slagers Overig. Als u bij het beantwoorden van een

UWV: duidelijk voorbeeld van onduidelijke zoekresultaten.

- Veelgestelde vragen



Tracking Number FAQ

- ↓ [What is a Tracking Number?](#)
- ↓ [When will my UPS package arrive?](#)
- ↓ [What is a UPS InfoNotice?](#)
- ↓ [Can I reroute my package to a different location before the first delivery attempt?](#)
- ↓ [What is a UPS Service Notice?](#)
- ↓ [What events are recorded about packages?](#)
- ↓ [What is Driver Release?](#)
- ↓ [What does a status of On-Time mean when checking the status of my package?](#)
- ↓ [What does Rescheduled mean when checking the status of my package?](#)
- ↓ [What does Returned to Shipper mean when checking the status of my package?](#)
- ↓ [Why don't I see the Guaranteed Service Refund \(GSR\) information I requested?](#)
- ↓ [Why can't I save my Tracking Number?](#)
- ↓ [How do I save a Tracking Number?](#)
- ↓ [How do I change the description label for a Tracking Number?](#)

What is a Tracking Number?

Tracking numbers are used by UPS to identify and trace every package as it moves through the UPS system to its destination. UPS automatically assigns a tracking number to your package. You or your customer can use this number to track, locate, and verify the arrival of your package, as well as other details.

UPS Tracking Numbers appear in the following formats:

- 1Z 999 999 99 9999 999 9
- 0000 0000 0000

UPS: in de linkernavigatie kan op contextafhankelijke FAQ worden geklikt. Het linkerplaatje is de navigatie op de pagina 'Tracking' onderaan kan op *Tracking* FAQ worden geklikt'. Het rechterscherm toont de FAQ lijst die vervolgens zichtbaar wordt.

Geen oplossing gevonden?

Neem dan contact met ons op via:

- de telefoon: [KPN Telecom informatienummers](#)
- e-mail: [e-mailformulier](#)

KPN wijst de FAQ-gebruiker op andere mogelijkheden de vraag te beantwoord te krijgen.

- Klachtafhandeling

ABN·AMRO

overzicht

- betalen
- sparen
- beleggen
- lenen
- hypotheken
- verzekeren

▶ bankieren

▶ speciaal over

▶ servicedesk

- veelgestelde vragen
- nieuwsbrieven
- financieel jaaroverzicht
- adreswijziging
- klachtenregeling**

▶ contact

klant worden zoeken

disclaimer
privacy statement

ABN·AMRO Internet Bankieren | Particulier · Zakelijk · Beleggen | Extra | Over AB

overzicht

▼ juridische info

- klachtenregeling**
- garantieregeling
- toezicht
- financiële bijsluiters
- sponsoring

klant worden zoeken

disclaimer
privacy statement

Klachtenregeling

[introduce](#) [procedure](#) [geschillen](#) [indienen](#)

ABN AMRO Bank N.V. wil dat u tevreden bent over haar service. Daarom werken we steeds aan de kwaliteit van onze dienstverlening. Maar het kan wel eens anders lopen dan verwacht. In dat geval horen we dat graag van u. Als u een klacht hebt of een suggestie waarmee wij onze service verder kunnen verbeteren: laat het ons weten. Wij luisteren naar u en zoeken naar een passende oplossing.

Wilt u nu een klacht aan ons kwijt? Maak dan gebruik van de mogelijkheid deze [online](#) in te dienen.

Bij **ABN AMRO** is de klachtenregeling toegankelijk via de linkernavigatie (onder Servicedesk). Een overzichtelijke pagina toont geeft informatie over de te volgen procedure, wat te doen bij een geschil (onafhankelijke commissies) en zelfs het online indienen van een klacht is mogelijk gemaakt.

- Persoonlijke omgeving

Mijn Postbank.nl

Thuis, op zakenreis of op vakantie: via internet kunt u met Mijn Postbank.nl overal veilig inloggen en betalen, sparen en beleggen.

Belangrijkste kenmerken

- Met één toegangscode veilig toegang tot uw bankzaken
- 24 uur per dag en 7 dagen per week bereikbaar
- Direct overschrijven naar Giro- en bankrekeningen
- Makkelijk al uw overschrijvingen vooruit regelen
- Uw saldo is actueel en u ziet een overzicht van al uw af- en bijschrijvingen tot een jaar terug
- Gratis

Mijn Postbank.nl

[\[log in \]](#) [\[info \]](#)

Nu doen

[Mijn Postbank.nl aanvragen](#)

U heeft al Mijn Postbank.nl

[Opnieuw codes aanvragen](#)

Veilig bankieren met Mijn Postbank.nl
 Het gebruik van Mijn Postbank.nl is overal en altijd veilig. U ontvangt van Postbank een persoonlijke toegangscode. U kunt deze code vervolgens wijzigen in uw eigen gebruikersnaam en wachtwoord. Zo zorgt u er zelf voor dat Mijn Postbank.nl optimaal beveiligd is en blijft.

Registratie via 'Mijn Postbank.nl' heeft veel voordelen.

search:

shop from our catalogs:

[today's store ad](#)

[customer service](#)

[shopping bag](#)

0 items
subtotal: \$0.00

[children's](#)

[shoes](#)

[jewelry](#)

[for the home](#)

[toys](#)

[sports & leisure](#)

[electronics & music](#)

[gifts & registry](#)

Registration Benefits

Register with [jcpenny.com](#) and enjoy these benefits :

- Address Book**
 Save time! Fill your address book with family and friends addresses, and your future checkout will be fast and easy.
- Order History**
 Track the shipping status of your [jcpenny.com](#) order or view your past purchases.
- Express Checkout**
 Register with [jcpenny.com](#) and your future checkout will be a two-click process.
- Email Promotions and Updates**
 Sign up for email promotions, and you will be first to know about JCPenney special offers and new products. You can unsubscribe from JCPenney email at any time from any email we send.
- Wallet**
 Save your credit card information for your convenience at checkout.
- Forgot your Password or Need to Change it?**
 Enter your email address and billing phone number, then click "submit". We will email you shortly so that you can reset your password to a new one. [Forgot your password, click here .](#)

[Click here to return to Customer Service!](#)

Ook **JC Penney** legt op een sterke en vooral overzichtelijke manier de mogelijkheden van de persoonlijke omgeving uit.

- Contactmogelijkheden



Contacting Customer Service

Note: In order to expedite your request, please have your subscribing email address and order number (if available) ready when you contact our Customer Service by any of the following options.

- **Free Internet Chat - Monday-Friday 8AM-8PM, Saturday & Sunday 10AM-6PM CDT**
Speak one-on-one with a live Customer Service representative. Your chat representative will be able to provide you with great solutions to Customer Service related concerns. If you would like to purchase a product or subscription, please use the Telephone Customer Service option.
Estimated wait time: 3 minutes
- **Email - Available 24 x 7**
Send questions to a Customer Service representative via our Email form. All you do is fill in the required information and wait for a response!
Estimated wait time: 24-48 hours (turn around time is longer during weekends and virus outbreaks)
- **Telephone Customer Service - Monday-Friday 8AM-8PM CDT**
Call **(408) 992-8599** to speak with a Customer Service representative. Have your registered email address and order number ready. Long distance charges may apply.
English only at this time.
Estimated wait time: 10-15 minutes
- **Send by Fax**
You may send us a fax at 972-963-7485. Kindly include your subscribing email address as well as your phone number.
Estimated turn around time: 5-7 days
- **Send by Mail**
You may send us standard mail at the address below. Kindly include your subscribing email address as well as your phone number.
Estimated turn around time: 2-3 Weeks

McAfee, Inc
C/O Consumer Customer Service
5000 Headquarters Drive
Plano, TX 75024

McAfee biedt maar liefst 5 contactmogelijkheden. De bijbehorende wachttijd wordt ook aangegeven.