

NASLAGWERK

Is het een feest om in contact te komen met uw onderneming?

Onze trainingen staan bekend om een praktische aanpak, de goede sfeer en onze enthousiaste presentatie.

Uw doel is ons uitgangspunt en onze jarenlange ervaring garandeert concreet resultaat.

Onderneming: De Vries advies & training

Telefoon (050) 314 34 70 of 06 212 37 342

Telefoondiensten website: www.telefoonopleiding.nl

E-mail: info@telefoonopleiding.nl

Zakelijke Diensten website: www.devries-adviesentraining.com

E-mail: info@devries-adviesentraining.com

Motto: kleine stapjes zijn beter dan grote woorden

“Met de bereikbaarheid van bedrijven en instellingen in Nederland gaat het bergafwaarts.

Ook met de (terugbel)moraal is het beroerd gesteld”

Bron: TACT barometer 2003. Zie www.tact.nl

O p m e r k e l i j k e c i j f e r s :

1. Daadwerkelijke bereikbaarheid van algemene nummers van bedrijven en instellingen ligt op 68 procent. De norm is gesteld op 90 procent.
2. Van de bijna 37.000 testoproepen voor doorkiesnummers is slechts 42 procent bereikbaar. De norm bij SNT TACT ligt op 80 procent.
“Daarbij is het opvallend dat slecht gescoord wordt, omdat in veel gevallen niet actief een alternatief wordt geboden, wanneer de gezochte medewerker niet beschikbaar is”
3. Van de gemaakte terugbelafspraken wordt één op de drie niet nagekomen.
4. Wanneer aangeboden is om terug te bellen heeft de beller weinig geduld: meer dan 4 op de 10 bellers wil binnen 4 uur worden teruggebeld.
5. Wat wil de beller? 68 procent verbreekt de verbinding na 30 seconden (6 maal overgaan), 28 procent doet dit al na 25 seconden.
6. 47 procent van de bellers een muzikje tijdens het wachten niet prettig vindt, slechts 28 procent waardeert dit. Bedrijfsinformatie (bijvoorbeeld over producten en diensten) tijdens het wachten wordt door 74 procent als niet prettig ervaren, door slechts 4 procent als prettig.
7. Informatie over de te verwachten wachttijd wordt gewaardeerd.

Kleine stapjes:

- a. u bent altijd bereikbaar (of er wordt altijd een alternatief geboden)
- b. u belt altijd terug en zo snel als mogelijk is
- c. u neemt binnen vier keer op
- d. u neemt vriendelijk op met “goede ..., bedrijfsnaam, u spreekt met... voor- en achternaam”

Motto: kleine stapjes zijn beter dan grote woorden

“De baliemedewerker is het visitekaartje van het bedrijf. Altijd in het zicht van de klant heeft hij een moeilijke taak. Een klant ziet een moment van onvriendelijkheid of desinteresse meteen”.

Bron: Een klant komt altijd van rechts. A. van Galen. ISBN 90.70512.29.7

Wat bepaalt de eerste indruk?

- ◆ ziet de baliemedewerker er representatief uit?
- ◆ ziet de klant meteen waar hij naartoe moet?
- ◆ staat de balie goed in het zicht?
- ◆ voelt de klant zich welkom?
- ◆ is de ruimte aantrekkelijk ingericht?
- ◆ staan er naamkaartjes van de medewerkers?

Het moment van de waarheid

Wellicht overdreven gesteld: elk contact is een moment van waarheid. John Carlzon, directeur van luchtmaatschappij SAS stelt: *SAS heeft 10 miljoen passagiers per jaar. De gemiddelde passagier heeft contact met vijf medewerkers van SAS. Dus is SAS het product van tien miljoen keer vijf. SAS kent 50 miljoen momenten van de waarheid per jaar. 50 miljoen unieke kansen, die zich nooit meer voordoen, om ons op indrukwekkende wijze te onderscheiden van onze concurrenten.*

Een voorbeeld

Bij een internetbedrijf kan een klant onder de indruk zijn van:

- de creativiteit op de website
- de snelheid waarmee verzoeken om informatie worden gehonoreerd
- de snelle en veilige levering van bestelde goederen
- de kwaliteit van de lopende (telefonische) contacten.

Kleine stapjes: vragenlijst: momenten van waarheid (een voorbeeld)

	Goed	Neutraal	Slecht
Eerste indrukken – toegang (visuele indruk)			
Eerste contact (niet-visuele indruk)			
Het bedrijf is schoon			
Begroeting door medewerkers			
Het personeel is professioneel			
Vriendelijkheid van het personeel			
Manier waarop medewerkers een klant uitgeleide doet			

Als u en uw medewerkers deze lijst bekijkt op neutrale en slechte score(s) vanuit het oogpunt van de klant, dan bent u zich waarschijnlijk wel van bewust hoe u die momenten van waarheid (contact met de klant) beter zou kunnen maken. U kunt gezamenlijk bepalen welke verbeteringen u op korte termijn kunt invoeren en welke meer tijd nodig hebben.

Motto: kleine stapjes zijn beter dan grote woorden

“Een klacht is een kans”

E e n k r i t i s c h e b l i k i n d e s p i e g e l (e e n v o o r b e e l d)

Wij zijn

Zet een kruisje

als het waar is:

Altijd aardig tegen de klanten, zelfs als ze niet aardig tegen ons zijn	
Altijd bereid om naar suggesties van klanten en collega's te luisteren over mogelijke verbeteringen	
Altijd in staat om onze excuses aan te bieden aan een klant, zelfs als het helemaal onze schuld niet was	
Bereid om met aandacht en begrip te luisteren naar klanten om erachter te komen wat ze willen	
In staat om kalm en professioneel te blijven als een klant kwaad wordt	

Bron: Kruip in de huid van de klant. J. Kitching (red). ISBN 90.5871.381.4

Kleine stapjes:

- ♦ Ga na waar verbeteringen plaats kunnen vinden binnen uw organisatie.

K l a c h t e n o m z e t t e n i n k a n s e n

U kunt een klacht verwelkomen als een tweede kans om de klant te behouden.

Probeer eens drie redenen te verzinnen waarom klachten nuttig kunnen zijn en u ze dus kan verwelkomen.

Moraal van het verhaal:

Iets rechtzetten maakt veel indruk ... maar is erg lastig ...