



how to... #contact -

de menselijke factor in customer service

## Onderdelen van een inductietraining

**Welkom:** een welkomstwoord, de huisregels, een kennismakings- of introductieronde. Hierin kan je ook aandacht vragen voor de heterogeniteit van een trainingsgroep. Niet iedereen heeft dezelfde leerstijl. Je kunt wijzen op het feit dat er tijdens de training feedback gegeven en ontvangen moet worden en je kunt hiervoor en voor andere aspecten gedragsregels bespreken en hierover afspraken maken.

**Organisatiekennis:** bedrijfsinformatie, doelstellingen/commerciële ambities, werken in een contactcenter, gevraagde werkhouding, gedragscodes (bijvoorbeeld wanneer (zakelijke) klanten het contactcenter bezoeken), bedrijfsbeleid ten aanzien van klantgerichtheid, procesrelaties tussen contactcenter en andere afdelingen, gevolgen van fouten/onzorgvuldigheden die binnen het contactcenter zijn ontstaan, administratieve aspecten, leren omgaan met verschillende belangen (opdrachtgevers versus contactcenter versus beller).

**Klantkennis:** wat zijn kenmerken van de klant, welke groepen worden onderscheiden, welke markten worden bewerkt/bediend, wat zijn gedragskenmerken van de klant, volgens welke patronen worden verschillende kanalen door de klant gebruikt. Welke klantgegevens zijn interessant, hoe is het klantbeeld van de organisatie opgebouwd.

**Systeemkennis:** gebruik, navigatie, behendigheid en snelheid, interpretatie van gegevens, bewerken, toevoegen en verrijken van data, uitleg over verschillende systemen, wie gebruiken en beheren de systemen, wie kan welke informatie bewerken of raadplegen.

**Product- en marktkennis:** wat is het product, wat zijn USP's en eigenschappen van het product, welke specificaties zijn er, wie is de consument of afnemer, welke concurrenten zijn er, welk potentieel zit in de markt, voor projecten van externe opdrachtgevers: inzicht in de markt en de klant waarmee men te maken krijgt.

**Marketinginformatie:** hoe wordt het product via marketing op de markt geplaatst, welke campagnes worden gevoerd, hoe werken campagnes en wie is ervoor verantwoordelijk, in welke mate en op welke wijze speelt het contactcenter een rol bij het inrichten van campagnes.

**Procedurele kennis:** welke procedures zijn er, waar kan je ze vinden, wat gebeurt er als ze wijzigen, welke mogelijkheden zijn er om van procedures en voorschriften af te wijken, wat zijn consequenties van het niet volgen van procedures.

**Business conditions/voorwaarden:** wat zijn de rechten en plichten van de organisatie en van de klant, zijn er contracten of overeenkomsten en welke juridische aspecten zijn relevant, welke klanten zijn uitgesloten als klant, bestaan er zwarte lijsten.

**Financiële kennis:** hoe is de kostprijs van het product opgebouwd, wat kost een klant en wat levert deze op, hoe worden producten in rekening gebracht, welke betalingstermijnen en aanmaningsprocedures worden toegepast, hoe zit de factureringscyclus in elkaar, wat gebeurt er bij incassozaken.

**Communicatieve vaardigheden:** welke modellen worden gebruikt, hoe communiceren we (tone of voice, voorschriften), gesprekstechnieken (analyse/uitvraagmethoden, controlemethoden, conflicthantering, bondig formuleren, overtuigen, afspraken maken) en systeemcommunicatie (effectief gegevens registreren in crm-applicaties of gebruiken van social media, e-mail en chat toepassingen).

**Commerciële vaardigheden:** hoe herken je koopsignalen, hoe zet je een koop door, wat is retentie en waarom is het zo belangrijk, op welke wijze wordt het verkoopgesprek gevoerd, hoe ga je om met annuleringen en opzeggingen.

**Inwerkprogramma:** hoe werkt het inwerkprogramma, door wie wordt de agent begeleid en wat is het doel van deze begeleiding, wat mogen de coaches wel en niet.

**Afsluiting:** als de training afgesloten is: naar wie gaat uw dank uit?

*Bekijk ook de checklist didactische vormen.*