

De frontoffice als visitekaartje

Bij het inrichten van een goed telefonisch frontoffice is niet alleen de techniek belangrijk. Het zijn juist de houding en het gedrag van de medewerkers van dit frontoffice die de kwaliteit van de dienstverlening bepalen. In dit whitepaper leggen we uit hoe u ervoor zorgt dat klanten merken waar de organisatie voor staat, aan welke werkafspraken u moet denken en hoe de samenwerking tussen de front- en backoffice verbeterd kan worden.

Klanten willen snel een goed antwoord

Sommige klanten handelen alles het liefst online af maar er zijn ook nog genoeg mensen die liever de telefoon pakken bij een vraag of een klacht. Zij zijn op zoek naar een snel en compleet antwoord op hun eigen specifieke vraag. Veel organisaties sturen er echter op aan om zoveel mogelijk vragen af te handelen via de e-mail, chatprogramma's, forums, FAQ's en digitale loketten. Toch is daarbij vaak de ervaring dat de vraag maar half of niet beantwoord wordt. Dit komt meestal omdat er weinig of geen interactie tussen agent en klant is. Beiden kunnen niet doorvragen en dat is vaak juist waar de meerwaarde ontstaat van het contact.

Voor een hoge klanttevredenheid blijft de kwaliteit van de telefonische dienstverlening dus heel belangrijk. Steeds meer organisaties besluiten het inkomende verkeer op de meest gebelde klantengangen centraal in één frontoffice op te vangen. Doelstellingen daarbij zijn:

- Betere bereikbaarheid voor klanten
- Meer inzage in klantverkeer
- Betere dienstverlening
- Hogere klanttevredenheid
- Makkelijker organiseren interne bereikbaarheid

Het inrichten van de frontoffice gaat verder dan technische oplossingen. Het frontoffice is immers het visitekaartje van de organisatie. In het volgende hoofdstuk bespreken we het belang van een dienstverleningsconcept.

**“Houding en gedrag
van medewerkers
bepalen de kwaliteit
van de dienst-
verlening.”**

Het dienstverleningsconcept

In het dienstverleningsconcept wordt geformuleerd hoe de organisatie zich naar buiten wil presenteren en hoe dat zich vertaalt in houding, kennis en gedrag van medewerkers en de processen rondom klantvragen en klachtafhandeling. Het dienstverleningsconcept wortelt diep in de organisatie want het is de vertaling van de waarden van de organisatie. Deze waarden dragen de medewerkers naar buiten uit. Dit noemen we 'interne merkcommunicatie'.

Interne merkcommunicatie

De kwaliteit van de communicatie van uw medewerkers met de buitenwereld is uiterst belangrijk. Medewerkers dragen de waarden van de organisatie in al hun communicatie naar buiten toe uit en zijn daarmee het visitekaartje van een organisatie. Elke organisatie heeft voor zichzelf dit soort waarden geformuleerd. Maar hoe vertalen deze waarden zich concreet in houding en gedrag?

Als een organisatie zichzelf bijvoorbeeld de waarde 'betrokken' toedicht, hoe wil je dan dat een medewerker zich gedraagt aan de telefoon? Beantwoordt deze medewerker puur en alleen de gestelde vraag vanuit het standaard protocol, of denkt hij/zij actief mee met de situatie van de beller en met welke informatie of dienst deze persoon het beste geholpen is? Of als een organisatie zegt dat de klant centraal staat, wat heeft dat dan voor invloed op werkafspraken betreffende bereikbaarheid?

De kwaliteit van het klantcontact bepaalt uiteindelijk het imago van een bedrijf. Als er een groot verschil zit tussen de gecommuniceerde klantbelofte en de uiteindelijke klantervaring wordt dat het bedrijf extra hard aangerekend.

Sterke interne merkcommunicatie verbetert de klantbeleving en het verhoogt bovendien de betrokkenheid van medewerkers, omdat zij zelf ook beter ervaren waar de organisatie voor staat. In brainstormsessies kan samen geformuleerd worden hoe de waarden van de organisatie zich vertalen naar het dienstverleningsconcept en bijbehorende procedures en werkafspraken. Het is vervolgens de taak aan het management en de leidinggevenden om ook actief te sturen op het naleven van deze afspraken. We geven nu een overzicht van de praktische werkafspraken omtrent dienstverlening en bereikbaarheid die vastgelegd worden in het dienstverleningsconcept.

**“Sterke interne
merkcommunicatie
verbetert de
klantbeleving.”**

Werkafspraken voor goede bereikbaarheid

Naast houding en gedrag van medewerkers zijn er ook nog een aantal meer praktische vragen omtrent telefoonverkeer waar in het dienstverleningsconcept antwoord op wordt gegeven.

Directe beantwoording bij frontoffice

- Wat zijn de meestgestelde vragen aan het frontoffice?
- Hoe snel wil de organisatie bellers te woord kunnen staan en wat betekent dit voor de snelheid waarmee de telefoon beantwoord moet worden?
- Welke vragen moeten er meteen door de frontoffice beantwoord kunnen worden? En waar vinden medewerkers deze informatie?
- Welk percentage van de vragen moet door de frontoffice direct beantwoord kunnen worden?
- Welke kennis is aanwezig bij de medewerkers van het frontoffice en hoe hou je deze kennis op peil?
- Is er voor de beller informatie over de actuele wachttijden?

Doorverbinden naar backoffice

- Hoe weten medewerkers naar wie ze kunnen doorverbinden?
- Hoe gaat het doorverbinden in zijn werk? Wordt de beller aangekondigd?
- Wordt er een terugbelnotitie gemaakt als de juiste persoon niet beschikbaar is?

Met de laatste drie vragen komen we meteen op een ander heel belangrijk aspect voor de klantervaring: de communicatie tussen front- en backoffice.

De communicatie tussen front- en backoffice

De samenwerking tussen front- en backoffice is heel belangrijk. Goede afspraken voorkomen dat belangrijke informatie verloren gaat bij de overdracht, dat werk dubbel wordt gedaan of juist helemaal niet. Geregeld feedback organiseren over deze samenwerking is vaak van grote toegevoegde waarde in organisaties. Eén van de belangrijkste zaken die de frontoffice medewerker wil weten is: is de gezochte persoon beschikbaar voor dit telefoontje? En op welk toestel? Vast of mobiel? Dit kan makkelijk inzichtelijk gemaakt worden met Unified Communications.

“Welke vragen moeten er meteen door de frontoffice beantwoord kunnen worden?”

Unfied Communications

Hierin geeft je altijd je actuele status in, bijvoorbeeld 'beschikbaar' of 'niet storen'. Je kunt Unified Communications zó instellen dat een bepaalde beschikbaarheidsstatus, bijvoorbeeld 'thuis', gekoppeld is aan je huistelefoon of mobiel. Door de frontoffice kan dan heel makkelijk worden doorverbonden, ook naar toestellen buiten de deur. Dit vraagt wel een bepaalde transparantie van werknemers over hun doen en laten en wat discipline: je moet bijvoorbeeld in je agenda, indien gekoppeld aan de software, consequent afspraken en andere activiteiten buiten de deur bijhouden.

Ook moet nagedacht worden over wat er gebeurt met een doorgeschakeld telefoontje. Als iemand onbereikbaar is, gaat het belletje dan naar de voicemail, naar een collega van de afdeling die de vraag kan beantwoorden of wordt er een terugbelverzoek genoteerd? Elke keuze vraagt om een bepaalde discipline van medewerkers: een voicemail moet afgeluisterd en beantwoord worden, een collega moet de rinkelende telefoon opnemen en een terugbelverzoek moet opgeschreven en nageleefd worden.



Verder professionaliseren met 'skill sets'

Je kan de frontoffice verder professionaliseren door inzichtelijk te maken wie over welke kennis en vaardigheden beschikt. Deze 'skill sets' worden dan ook getoond op het scherm bij de frontoffice. Soms is een beller niet op zoek naar een bepaald persoon, maar naar bepaalde kennis. Dit noemen we functioneel telefoonverkeer. Als bij de frontoffice inzichtelijk is wie over welke kennis beschikt, kan er vaker succesvol worden doorverbonden. Om dit binnen de organisatie te implementeren, moet in kaart worden gebracht wie over welke kennis beschikt en wie welke klantvragen kan beantwoorden.

“Elke keuze vraagt om een bepaalde discipline van medewerkers.”

Conclusie

Om een frontoffice in te richten dat een goed visitekaartje afgeeft, is het van belang om aandacht te schenken aan houding en kennis van de frontoffice medewerkers en eenduidige werkafspraken te maken. Ook is het zaak dat medewerkers de waarden van de organisatie naar buiten toe uitstralen. Dit verbetert de klantbeleving. Klanten willen daarnaast een snel en correct antwoord op hun vraag. Duidelijke interne afspraken over wie welke vraag beantwoordt, hoe men beschikbaarheid organiseert en hoe er doorverbonden wordt zijn belangrijke stappen in de juiste richting voor goede telefonische bereikbaarheid en dienstverlening.

“Heldere communicatie, duidelijke werkafspraken en goede bereikbaarheid zijn essentieel.”

Waarom WCS TeleAdvies

WCS TeleAdvies geeft samenwerking vorm. Dit doen wij door samen met onze klanten een communicatie-omgeving in te richten die perfect is afgestemd op de strategie, kernactiviteiten en werkprocessen binnen de organisatie. Ook bieden wij praktische gereedschappen om de visie over klantcontact en bereikbaarheid te vertalen naar de juiste houding en kennis van medewerkers. Heldere communicatie, duidelijke werkafspraken en goede bereikbaarheid zijn essentieel voor het succes van elke organisatie. Neem gerust contact op voor meer informatie of een vrijblijvende kennismaking. Wij zijn u graag van dienst!



Wilco Smit, Business Consultant

WCS TeleAdvies B.V. | Stemerdingweg 5 | Soesterberg

0346 - 350808 | www.wcsteleadvies.nl | info@wcsteleadvies.nl