



Huisstijl handboek

Klantgericht werken in het KlantContactCentrum



Samenwerken, Klantgericht, Ondernemend, Omgevingsgericht en Resultaatgericht!

SKOOR

Inhoudsopgave

1. INLEIDING KLANTGERICHT WERKEN EN HET HUISSTIJLHANDBOEK	5
2. COMMUNICATIETHEORIE	7
3. OPTIMALE INTERNE COMMUNICATIE.....	8
4. KLANTGERICHT GEDRAG.....	10
5. HOUDING	13
6. WOORDKEUZE EN STEMGEBRUIK	15
7. GESPREKSTECHNIEK: LUISTERVAARDIGHEDEN	17
8. GESPREKSTECHNIEK: VRAAGTECHNIEKEN	20
9. HUISSTIJL TELEFOONSTRUCTUUR GEMEENTE UDEN	22
10. OPZOEKEN EN BEANTWOORDEN VAN VRAGEN	27
11. KLACHTENBEHANDELING EN OMGAAN MET LASTIGE GESPREKKEN	29
12. TOT SLOT	33

1. INLEIDING KLANTGERICHT WERKEN EN HET HUISSTIJLHANDBOEK

De gemeente Uden is klantgericht: vragen en wensen van de klant (burger of bedrijf) staan centraal in jullie manier van werken. Klanten hebben één duidelijke ingang, hoeven maar één keer hun vraag te stellen en krijgen direct antwoord. Dit huisstijlhandboek is een leidraad het klantgericht werken te realiseren. Lees verder.

2. COMMUNICATIETHEORIE

Het kenmerk van communicatie is het uitwisselen van een boodschap. Bij elke vorm van communicatie komen er drie elementen voor: de zender, de ontvanger en de boodschap. De zender is verantwoordelijk voor het communicatieproces en dus voor het goed ontvangen van de boodschap. Om communicatie te verbeteren heb je terugkoppeling nodig van de ontvanger naar de zender dat de boodschap is aangekomen en begrepen, Lees verder.

3. OPTIMALE INTERNE COMMUNICATIE

Optimale interne communicatie zorgt voor een positieve sfeer en leidt tot professionalisering van het interne en externe klantcontact. Samenwerken betekent meer bereiken! Om samen te werken en voor het beste resultaat te gaan is nodig dat een team samenwerkt en inzicht heeft in wat verbeterd kan worden. Het op een positief opbouwende wijze feedback geven leidt ertoe dat er naar elkaar wordt geluisterd en de tips worden aanvaard. Lees verder.

4. KLANTGERICHT GEDRAG

Wat zijn de voorwaarden voor klantgericht gedrag? Geef de klant: AANDACHT door de ander aan het woord te laten, LEIDING in het gesprek door een oplossing aan te dragen of met een alternatief te komen, ERKENNING EN RESPECT laat je merken door hem op de hoogte te stellen waar je mee bezig bent. INVLOED door de klant keuzemogelijkheden te geven. Samen hebben we bepaald wat jullie irriteert wanneer je zelf klant bent. Gezamenlijk hebben we de volgende afspraken gemaakt wat je er vanaf vandaag zelf aan kan doen om dit te voorkomen bij jouw klanten. Lees verder.

5. HOUDING

Vaak krijg je door de telefoon een indruk of beeld van degene die je aan de lijn hebt. Als iemand moe of chagrijnig is, hoor je dit direct. De manier waarop je spreekt, wordt beïnvloed door je fysieke én psychische houding. Je houding wordt bepaald door Geloof in jezelf en de gemeente Uden, Ontspanning, (gespast) Enthousiasme, (professionele) Relatie, Opgewekt en Eerlijk (G O E R O E). Lees meer.

6. WOORDKEUZE EN STEMGEBRUIK

Hoe je iets zegt is soms belangrijker dan wát je zegt. Zorg dat je overkomt als iemand die duidelijk is en weet wat er gedaan moet worden. Op het gebied van woordkeus zijn er woorden die wél overtuigen en woorden die minder of niet overtuigen. Afgezien van je woordkeus breng je met je stem een beeld over van jezelf. Je kunt er zelf voor zorgen dat een gesprek prettig overkomt door je aan te passen aan de ander. In een klantgesprek wordt je stem bepaald door zes hoorbare factoren; spreektempo, volume, hoonhoogte, timing, articulatie en zinsmelodie. Lees meer.

7. GESPREKSTECHNIEK: LUISTERVAARDIGHEDEN

Actief luisteren, betekent dat je de klant kenbaar maakt dat je geïnteresseerd bent. Dit moedigt de klant aan om verder te praten zonder dat je al direct vragen stelt. Neem de rust om te luisteren en

begin niet te snel met praten of vragen stellen. Het luisterproces bestaat uit vier activiteiten: horen, begrijpen, evalueren en reageren. Daarnaast zijn er ook belemmerende factoren voor actief luisteren. Lees verder.

8. GESPREKSTECHNIEK: VRAAGTECHNIEKEN

Door vragen te stellen aan de klant kun je verschillende doelen bereiken: de klant raakt actief betrokken, voelt zich gewaardeerd en je kunt hierdoor ook het gesprek sturen. In jouw functie aan de telefoon maak je het meeste gebruik van gesloten vragen. Door het stellen van gesloten vragen houd je op een positieve manier de leiding in het gesprek en kun je het gesprek kort houden. Bij het gebruik van open vragen kan de klant alle kanten op. Het gevaar van open vragen is dat je snel op een zijspoor belandt waardoor het gesprek onnodig lang duurt. Lees verder.

9. HUISSTIJL TELEFOONSTRUCTUUR GEMEENTE UDEN

De gemeente Uden ontvangt veel telefoongesprekken van klanten. De klant wil snel, direct antwoord en persoonlijk contact. Om ergernissen van de klant te voorkomen is het van belang dat je vertrouwd bent met het computersysteem, het telefoontoestel en dat je kunt multitasken. De huisstijl tijdens het telefoongesprek; wat zeg je als je de telefoon opneemt, wat zeg je als je iemand in de wachtstand zet, hoe verbind je door en hoe sluit je af. Lees meer.

10. OPZOEKEN EN BEANTWOORDEN VAN VRAGEN

De gemeente Uden heeft de ambitie 80% van de klantvragen direct te beantwoorden. In het KCC komt veel informatie op je af via steeds meer kanalen. Overzicht over wat je moet doen en waar je iets kunt vinden geeft rust en ruimte in je hoofd. Hierbij is van belang dat je vertrouwd bent met alle informatiekkanalen zoals internet, intranet, KCC module, chat module en het telefoontoestel. Zodat je tijdens het telefoongesprek informatie snel en gemakkelijk kunt opzoeken. Lees verder.

11. KLACHTENBEHANDELING EN HET BRENGEN VAN EEN SLECHT NIEUWS BERICHT

Een klacht is een uiting van onvrede, er wordt niet aan de verwachting van de klant voldaan. Een klacht is altijd terecht omdat de klant het zo ervaart. Dit is het gevoel van de klant. Hoe kun je het beste reageren op klachten en wat moet je vooral niet zeggen.

Hoe vervelend ook “nee” is ook een antwoord! Soms weet je al van te voren dat je een “nee” moet zeggen, kies er dan niet voor om eerst aan te geven dat je het gaat uitzoeken en de klant gaat terugbellen. Je stelt het hierdoor alleen maar uit en maakt het voor jezelf lastiger. Gebruik voor een slecht nieuws bericht de volgende tips. Lees verder.

12. TOT SLOT

Je bent nu volledig geïnformeerd over het belang, het doel en de inhoud van klantgericht werken binnen het Klant Contact Center van de gemeente Uden. Door jezelf te richten op de huisstijl zoals de gespreksstructuur en klachtenbehandeling kun je het gewenste imago van de gemeente Uden ondersteunen en etaleren. Het succes van de huisstijl van de gemeente Uden is afhankelijk van jouw inzet! Werk er met veel plezier en passie aan.

1. Inleiding klantgericht werken en het huisstijlhandboek

De gemeente Uden is klantgericht: vragen en wensen van de klant (burger of bedrijf) staan centraal in jullie manier van werken.

- Klanten hebben één duidelijke ingang waar ze met al hun vragen aan de gemeente terecht kunnen.
- Klanten hoeven maar één keer hun vraag te stellen.
- Klanten krijgen direct antwoord (of een product) bij het KCC of worden goed doorverwezen. (Doelstelling: KCC beantwoordt 80% van de vragen in één keer goed)

Dit huisstijlhandboek is een leidraad het klantgericht werken te realiseren. De gemeente Uden wil een betrouwbare partner zijn: 'de overheid is er voor de burger'.

Huisstijlhandboek

Bellen is één van de belangrijkste manieren voor mensen om in contact te komen met de overheid. Maar telefonisch contact met overheidsinstanties is voor mensen nog vaak een bron van ergernis, omdat ze lang moeten wachten, van het kastje naar de muur gestuurd worden, geen gehoor krijgen of niet teruggebeld worden.

Dit huisstijlhandboek heeft tot doel richting te geven aan de invulling van het telefonische kanaal. Het is essentieel dat jij als medewerker op de hoogte bent van de huisstijl. Zodat je weet wat van jou wordt verwacht aan de telefoon.

Een huisstijl biedt de mogelijkheid om als eenheid naar buiten te treden. Alle communicatie uitingen zijn voorzien van hetzelfde logo, dezelfde kleuren en een gelijkvormige lay-out. De stijl van het huis komt naar voren in een groot aantal huisstijlitems zoals briefpapier, brochures, advertenties, vacatures en internet. Maar ook jouw gedrag en jouw manier van communiceren maken onderdeel uit van de huisstijl. Kortom, alle zaken waarmee je naar buiten treedt.

In het huisstijlhandboek maken we afspraken met als doel:

- Het gewenste imago van de gemeente Uden te ondersteunen.
- Herkenbare diensten en het niveau van klantgericht werken van de gemeente Uden te etaleren.
- Jou te ondersteunen in klantgericht werken.

Om de huisstijl te kunnen toepassen in jouw klantgesprekken vind je in dit handboek alle richtlijnen, procedures en hulpmiddelen. Dit handboek is je naslagwerk om de huisstijl op de juiste wijze toe te passen.

De eerste indruk is essentieel want je laat bij de klant een bepaald beeld achter. Dit is hét visitekaartje voor de gemeente Uden. Elke uiting die jij doet is bepalend en draagt bij aan het gevoel van de klant dat hij/zij bij de gemeente Uden aan het juiste adres is.

Dit huisstijlhandboek is ook naslagwerk op de training van Alexsales gericht op het multitasken aan de telefoon in het klantcontactcentrum. De training behandelt deze onderwerpen, de cursisten oefenen klantgesprekken en luisteren deze terug. De cursisten krijgen tips voor allerlei situaties en typen klanten in de eigen werksituatie. Voor iedere cursist wordt duidelijk waar je sterk in bent en op welke punten je jezelf kunt verbeteren.

Belangrijk is dat je op een passende en persoonlijke manier de juiste vaardigheden toepast. Ondanks dat er specifieke regels zijn, is het essentieel dat je op een natuurlijke manier overkomt. Het mag geen keurslijf zijn waarbinnen je fungeert als robot. De voorwaarden van de huisstijl kan je stimuleren een stijl te vinden die bij je past.

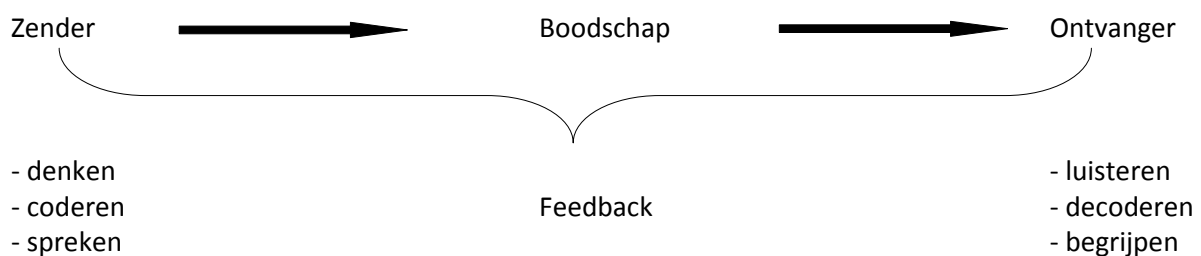
Een te rigide huisstijl streeft zijn het doel voorbij. Improvisatie blijft mogelijk. Door te kunnen improviseren zal de tevredenheid van de klant alleen maar toenemen.

De sfeer die de gemeente Uden wil uitstralen is klantgericht, klantvriendelijk, uniform én professioneel. Je neemt de klant serieus en je helpt haar of hem verder. Het is belangrijk dat je in staat bent om een positieve regie in het gesprek te nemen én te houden, zonder dat de klant het gevoel heeft te weinig aandacht te krijgen. Tevens heeft de klant op de juiste momenten en in de juiste mate empathie nodig van jou!

In dit handboek wordt vaak gesproken over klant, vanzelfsprekend kan overal waar 'klant' staat ook 'burger' of 'interne klant' gelezen worden.

2. Communicatietheorie

Het kenmerk van communicatie is het uitwisselen van een boodschap. Bij elke vorm van communicatie komen drie elementen voor: de zender, de ontvanger en de boodschap. De zender is verantwoordelijk voor het communicatieproces en dus voor het goed ontvangen van de boodschap. Om communicatie te verbeteren heb je terugkoppeling nodig van de ontvanger naar de zender. De zender moet weten of de boodschap goed is aangekomen en begrepen - of juist niet. De terugkoppeling is eigenlijk een nieuwe boodschap, waarbij de ontvanger van de eerste boodschap de zender is, dit noemen we feedback.



Interne en externe ruis:

Bij het zenden van de boodschap is belangrijk dat de zender geen vaktaal gebruikt, waardoor de ontvanger de boodschap niet begrijpt. De ontvanger kan ook slecht gehumeurd zijn en de boodschap verkeerd opvatten. Het niet goed overbrengen van een boodschap noemt men 'ruis'. Ruis is een storing in de communicatie. Ruis kan ontstaan vanuit vier verschillende bronnen: de zender, de ontvanger, de boodschap en / of de omgeving. Dit noemt men een interne ruis. Externe ruis is een telefoon die kraakt of te weinig geluid geeft of harde muziek op de achtergrond van een radio. Ruis kun je voorkomen door goed door te vragen, de feitelijke informatie te herhalen en de ontvangen informatie samen te vatten. Je geeft dan dus feedback aan de zender (de klant).

Voordelen telefooncommunicatie

In tegenstelling tot schriftelijke communicatie kun je aan de telefoon *direct* op elkaar reageren. Tevens is telefoneren *niet plaatsgebonden* want je kunt de ene minuut iemand uit Uden spreken terwijl je een minuut later iemand uit Volkel, Odiliapeel of zelfs uit Amsterdam spreekt. Ook kun je zeggen dat telefoongesprekken relatief *minder tijd* kosten dan persoonlijke gesprekken.

Nadelen telefooncommunicatie

Telefooncommunicatie is *uitsluitend verbaal*, je mist de non-verbale communicatie de uitdrukking van het gezicht, houding van het lichaam. Wanneer jij een klant aan de telefoon hebt, is het van belang dat je verschillende soorten boodschappen ontvangt en overbrengt. Bedenk echter wel dat telefooncommunicatie ook heel dichtbij kan zijn doordat alles wat je zegt direct aankomt.

3. Optimale interne communicatie

Optimale interne communicatie zorgt voor een positieve sfeer en leidt tot professionalisering van het interne en externe klantcontact. Samenwerken betekent meer bereiken! Om samen te werken en voor het beste resultaat te gaan is nodig dat een team samenwerkt en inzicht heeft in wat verbeterd kan worden. Op de juiste manier communiceren is heel moeilijk. Iemand kan denken dat zij op een prettige manier communiceert maar de manier waarop kan door de ontvanger juist als onprettig ervaren worden. Het op een positief opbouwende wijze feedback geven leidt ertoe dat er naar elkaar wordt geluisterd en de tips worden aanvaard.

Richtlijnen voor het geven van een zorgvuldige tip (ZIP)

1. Vorbereiding
Bedenk vooraf wat je precies wilt zeggen en wat je wilt bereiken. Zeker als je het lastig vindt om een ZIP te geven, schrijf dan uit hoe je het gaat zeggen.
2. Richt je op gedrag.
Richt je gedrag dat positief of gewenst is. Als je ZIP geen betrekking heeft op waarneembaar gedrag, is het moeilijker voor je collega het positieve gedrag te ontwikkelen of te herhalen.
3. Wees specifiek.
Beschrijf het gedrag dat je bij de ander ziet, en waardeert of juist niet prettig vindt. Hierdoor zal je collega dit gedrag herhalen (of juist niet). Geef als je algemene complimenten maakt, zoals "Dat doe je geweldig" of "Je doet het goed" ook steeds enkele specifieke voorbeelden. Geef daarbij aan wat voor effect dat gedrag op jou heeft en maak duidelijk wat je wilt. Vertaal verwijten in wensen.
4. Handel snel.
Een ZIP heeft meer waarde, naarmate je het direct na waarneming uit. Beschrijf dan ook duidelijk **welk** gedrag je waardeert en **wat** het belang hiervan is voor de samenwerking. Beperk je tot de waarneming, haal er geen andere zaken bij die in het verleden zijn gebeurd. Mochten de emoties door je lijf gieren, wacht dan even en houd eerst wat afstand.
5. Wees consequent.
Open communiceren is iets dat consequent moet gebeuren; onafhankelijk van jouw stemming of voorkeur voor bepaalde collega's.
6. Breng je boodschap op positieve wijze.
Zorg dat je woordkeuze, stemgebruik en non-verbale gedrag positief en met elkaar in overeenstemming zijn. Als je iets niet echt meent, zeg het dan ook niet. Spreek in de ik-vorm (voorkom de aanvallende jij-uitspraken) en blijf bij je eigen waarneming. Je kan de 'sandwich' techniek gebruiken: zeg eerst iets positiefs, vervolgens geef je het verbeterpunt en je sluit weer af met iets positiefs.
7. Wees bereid om naar de ander te luisteren en commentaar terug te ontvangen.

Voorbeeld voor het geven van een ZIP:

1. Ik merk, constateer, beluister, voel, zie dat je zei / deed / aangaf.
2. Het effect wat dit op mij heeft is dat ik me er heel ongemakkelijk bij voel / komt bij mij over alsof je het niet interesseert.
3. Ik zou het heel prettig vinden als je dat een volgende keer anders doet (benoemen hoe).

Als zender heb je de verantwoordelijkheid om je boodschap zorgvuldig te brengen om jouw intentie duidelijk te maken.

Als ontvanger heb je de verantwoordelijkheid om de boodschap goed te ontvangen. Dit bereik je door het geven van feedback. Indien de boodschap niet duidelijk is, geef je feedback bijvoorbeeld door het stellen van controlevragen, zoals: *“Bedoel je dat ...?”* *“Ik begrijp nog niet helemaal wat je precies bedoelt, kun je het uitleggen?”*

Wanneer een ZIP niet op een positieve wijze gebracht of begrepen wordt, of wanneer de ontvanger niet openstaat voor tips of verbeterpunten, is er sprake van miscommunicatie. We herkennen hier de ZAP of de BOINK.

Een ZAP is het afwimpelen van een ZIP door deze door te schuiven naar een ander.

Bijv. *“En Jan dan, die doet het ook altijd zo”.*
“Ik moest dit van Jeroen zo opstellen”
“Ja maar, dat komt door...”

Een BOINK is het negatief brengen van commentaar:

Bijv. *“Dit slaat nergens op, je snapt er niets van.”*
“Je bent erg ongeïnteresseerd naar de klant..”

of het weigeren van een ZIP door een negatieve feedback te geven.

Bijv. *“Ik doe dat altijd zo en nog nooit heeft iemand gezegd dat het niet goed is.”*

Door de termen ZIP - ZAP - BOINK te gebruiken, wordt het als zender makkelijker om de bedoeling van je boodschap over te brengen. En als ontvanger kun je zo makkelijker jouw beleving van de boodschap communiceren.

Door te handelen volgens de richtlijn voor het geven van een ZIP en het inzetten van de termen ZIP - ZAP - BOINK wordt meer inzicht en helderheid gegeven over de intentie en ervaren van de boodschap. Hierdoor ontstaat er op de afdeling een positief werkende communicatie die leidt tot meer vertrouwen, een beter beeld van de eigen prestatie en een structurele focus op verbeteren.

4. Klantgericht gedrag

Wat zijn voorwaarden voor klantgericht gedrag?

1. Aandacht

Aandacht komt tot uiting in de mate waarin je de ander aan het woord laat. Zorg ervoor dat je actief luistert. Geef de klant de gelegenheid om rustig zijn vragen of ideeën naar voren te brengen. Ga vervolgens serieus in op zijn vraag of opmerking. Aandacht is ook begrip tonen voor problemen en opvattingen van een ander, ook al heb je zelf een andere mening. Noteer altijd de naam van de klant aan het begin van het gesprek en gebruik deze af en toe tijdens het gesprek. Dit maakt het telefoongesprek veel persoonlijker.

2. Leiding

De klant verwacht dat je leiding neemt in het gesprek en dat je een oplossing kan aandragen of indien deze er niet is, met een alternatief kan komen. Vat de woorden van de klant kort samen. Stel een controlevraag om te controleren of je het goed weergegeven hebt en vertel de klant vervolgens wat je gaat doen, waarom en wanneer.

3. Erkenning en respect

Bij sommige klanten kan het wel eens moeilijk zijn om waardering te geven. Bedenk dan dat vriendelijkheid vaak het meest succesvol is. Je maakt een goede indruk en je bereikt eerder je doel. Verplaats je in de klant, biedt oplossingen aan en geef een snelle terugkoppeling. Het kan wel eens voorkomen dat je een vraag voorgelegd krijgt die je even wilt opzoeken of bespreken met een collega. Laat merken dat je de klant respecteert door hem op de hoogte te stellen waar je mee bezig bent. Sluit je gesprek goed af want het einde van het gesprek is heel belangrijk. Het laatste gedeelte van het gesprek blijft altijd hangen. Stel vragen als: "is uw vraag hiermee beantwoord" of "kan ik u verder nog ergens mee van dienst zijn". In de slotzin noem je de klant bij zijn naam en wens je hem een goedemorgen of –middag.

4. Invloed

Een klant voelt zich al snel onder druk gezet. Daarom is het van belang dat hij genoeg ruimte krijgt om zelf zijn reactie te bepalen op wat jij zegt. Geef de klant keuzemogelijkheden zodat je zelf de leiding houdt maar de klant tegelijkertijd het gevoel geeft dat hij invloed kan uitoefenen op wat er gaat gebeuren.

Irritaties

Samen hebben we bepaald wat jullie irriteert wanneer je zelf klant bent. Deze irritaties ervaren jullie klanten ook naar de gemeente Uden. Gezamenlijk hebben we de volgende afspraken gemaakt wat je er vanaf vandaag zelf aan kan doen om dit te voorkomen bij jouw klanten?

1. Lange wachtrij:

- Mezelf inwerken zodat er breder gewerkt kan worden (dit kan ik het makkelijkste doen op woensdagen aan de balie, aan de telefoon kan dit op andere dagen).
- Flexibel omgaan met het rooster.
- Ik informeer mijn klant dat hij een volgende keer sneller geholpen kan worden door het maken van een afspraak.
- Op t.v. scherm in gemeentehal uitleg geven waarom sommige klanten eerder aan de beurt zijn omdat zij een afspraak hebben gemaakt.
- Overuren uitbetalen en alleen ingeroosterde uren werken.

2. Systemen werken niet:

- Ik blijf doorgeven waar de hiaten zitten.
- Ik investeer in programma's en techniek om dit beter te beheersen.
- De formulieren voor SZ zouden efficiënter opgesteld kunnen worden.

3. Verkeerde voorlichting geven / geen kennis van zaken:

- Ik zorg ervoor dat mijn inhoudelijke kennis op peil blijft (zie ook punt 1 en 2).

4. "Hijger" in je nek:

- Gaat niet zo op voor ons.
- Ik bewaar altijd de rust naar de klant.

5. In je tas willen kijken: niet van toepassing.

6. Kletsten van personeel (over privé, collega of klant):

- Concrete afspraak: ik doe dit niet achter de balie of als er collega's met klanten aan de telefoon zitten.
- Ik spreek mijn collega hierop aan met een ZIP indien ik merk dat zij zich hier niet aan houdt.

7. Niet luisteren:

- Ik verplaats mij continue in de gedachtengang van de klant.
- Ik geef aandacht aan de klant en neem de rust om te luisteren.
- Ik luister, vat samen en vraag door (LSD).

8. Niet nakomen van afspraken:

- Ik geef altijd een terugkoppeling ongeacht de boodschap.
- Ik veer mee, toon begrip en luister.
- Ik koppel indien nodig terug naar de leiding.

9. Van kastje naar de muur / doorkiesnummers:

- Ik zorg ervoor dat ik altijd goed doorvraag.
- Ik bedenk wat ik zelf kan afhandelen.
- Ik maak indien nodig een terugbelnotitie.

10. Belerend gedrag:

- Ik zorg ervoor dat ik nog beter luister en toon vriendelijk gedrag.
- Ik laat op een vriendelijke manier de klant zien (bijv. via de computer) hoe hij zelf al voor geïnformeerd kan zijn.

11. Onvriendelijk en / of ongeïnteresseerd gedrag:

- Ik ben vriendelijk, geïnteresseerd en denk na over een (alternatieve) oplossing.
- Ik vraag goed door.

12. Niet bereikbaar:

- Ik zorg ervoor dat ik flexibel omga met het rooster.
- Duidelijk communiceren dat de donderdagavond niet voor alle producten toegankelijk is (bijv. WOZ beschikking, dit staat niet op de website).

13. Openingstijden:

- Bij voorkeur altijd open: dus alle middagen tot 17.00 uur.
- Donderdagavond handhaven + eventueel een andere avond.
- Kan er een 'snelbalie' opgesteld worden voor bijvoorbeeld een parkeerpas?

14. Terugkomen voor andere afspraak:

- Ik werk mezelf in op alle balies.
- Ik werk mezelf in op het KCC.
- Doordat ik alle hiaten doorgeef m.b.t. de KCC module zorg ik er zelf voor dat deze op korte termijn compleet gevuld is, makkelijk te raadplegen is en up-to-date is.

15. Oogcontact:

- Ik geef zelf het goede voorbeeld.
- Deze irritatie komt verder weinig voor bij de gemeente Uden.

16. Afvallen van collega's:

- Ik geef een ZIP aan mijn collega indien ik merk dat dit gebeurt (niet waar de klant bij is).

17. Formulieren in moeten vullen:

- Ik communiceer naar de klant dat hij dit zelf moet doen, indien hij dit zelf niet kan dan adviseer ik om 's middags een afspraak in te plannen.

18. Hanteren van andere taal:

- Ik spreek Nederlands.
- Ik hanteer geen ambtelijke taal.

5. Houding

Vaak krijg je door de telefoon een indruk of beeld van degene die je aan de lijn hebt. Als iemand moe of chagrijnig is, hoor je dit direct. Als iemand vrolijk en enthousiast overkomt, heeft dit doorgaans een positieve invloed op jouw humeur. Zo kun je zelf ook invloed uitoefenen op de klant die je aan de telefoon hebt: je gedrag werkt als een spiegel. De manier waarop je spreekt, wordt beïnvloed door je fysieke én psychische houding.

Geloof

Heb vertrouwen in jezelf, je collega's, de gemeente Uden, jullie dienstverlening en je boodschap. Geef nooit de schuld aan een ander.

Ontspanning

Als je persoonlijke problemen hebt, neem ze niet mee naar je werk. Laat spanningen het werk niet beïnvloeden.

Enthousiasme

Om enthousiasme kan niemand heen, enthousiasme werkt aanstekelijk. Toon indien van toepassing 'gepast' enthousiasme.

Relatie

Iedereen wil op een persoonlijke manier benaderd worden. Zorg daarom voor een goede band met de klant op een professionele manier.

Opgewekt

Laat horen dat je je werk met plezier doet. Houd stemmingen en humeur onder controle. De klant kan je glimlach horen!

Eerlijk

Hiermee wordt bedoeld: eerlijk ten opzichte van de klant, jezelf, de dienstverlening en de gemeente Uden. Iedereen klaagt wel eens over dingen die op het werk niet zo verlopen als je zelf zou willen. Het is echter wel belangrijk dat je eerlijk tegenover jezelf bent en keuzes maakt.

Goeroe

De eerste letters van boven naar beneden vormen het woord goeroe. Je kunt heel gemakkelijk je psychische houding controleren door het woord goeroe (leermeester) te onthouden.

Om je werk goed te kunnen doen, is het nodig om een aantal zaken voor te bereiden. Om geen dingen over het hoofd te zien, kun je de volgende checklist gebruiken:

- ik heb een alerte zithouding
- mijn werkplek is georganiseerd
- ik heb alle gegevens onder handbereik (ik heb een pen en papier klaarliggen en de schermen van mijn systeem zijn geopend)
- het is mij duidelijk wat het doel is van elk gesprek
- ik weet welke vragen ik kan verwachten
- ik weet wat ik vooral niet moet zeggen
- mijn houding is positief
- ik ben ingesteld op actief luisteren
- ik heb mijn mobiel uitstaan of op de stille modus
- de telefoon is altijd bemand binnen de openingstijden, als ik afwezig ben dan meld ik me af (pauze, vergadering, enzovoorts) en zorg voor een vervanger die op de hoogte is van mijn zaken
- ik weet wat er moet gebeuren bij ongevallen; ik ken de veiligheidsvoorschriften en alarmnummers, weet brandblussers en nooduitgangen te vinden
- ik zorg ervoor dat elke klant zich welkom voelt
- ik toon ook persoonlijke belangstelling

Presentatie van jezelf

- mijn psychische houding wordt bepaald door GOEROE
- ik spreek klanten altijd aan met 'u' en 'goedemorgen' of 'goedemiddag'
- ik duid mijn collega's altijd aan met 'meneer / mevrouw + achternaam'

Zorg er dus altijd voor dat je alle informatie binnen handbereik hebt, hierdoor:

- voel je je zekerder van je zaak en straal je dat ook uit naar de klant
- werk je efficiënter
- hoeven de klanten niet lang te wachten
- heb je meer kans om het doel van je gesprek te bereiken

Als je achteraf onvoldoende was voorbereid op een vraag of antwoord van de klant, maak dan een notitie. Denk op een rustiger moment na, wat je de volgende keer beter kunt doen in deze situatie.

6. Woordkeuze en stemgebruik

Net zoals je houding, bepaalt ook je woordkeus het beeld dat je overbrengt. Hoe je iets zegt is soms belangrijker dan wát je zegt. De juiste woordkeus en zinsbouw zijn essentieel in je klantcontact. Zorg dat je overkomt als iemand die duidelijk is en weet wat er gedaan moet worden.

Op het gebied van woordkeus zijn er woorden die wél overtuigen en woorden die minder of niet overtuigen.

Overtuigend

1. spreek in tegenwoordige tijd
2. spreek in de ik-vorm
3. gebruik positieve zinsbouw
4. spreek correct Nederlands
5. gebruik actietaal
6. gebruik spreektaal, spreek natuurlijk
7. maak korte en bondige zinnen
8. gebruik beeldspraak
9. spreek de klant altijd aan met u

Minder of niet overtuigend

1. vermijd stopwoorden
2. vermijd mode termen of populaire taal
3. vermijd verkleinwoorden
4. vermijd vaktaal
5. vermijd ontkennend/negatief woordgebruik
6. vermijd verleden tijd
7. vermijd dwangwoorden
8. vermijd twijfelwoorden
9. spreek niet deftig, geaffecteerd of geleerd

Afgezien van je woordkeus, breng je vooral met je stem een beeld over van jezelf. Je hebt vast wel eens een gesprek gehoord in een taal die je niet kon verstaan. Waarschijnlijk kreeg je toch een indruk van de sfeer van het gesprek. Bijvoorbeeld als mensen aan het roddelen zijn of de één de ander probeert te overtuigen. Als je goed spreekt, houd je de aandacht vast en er ontstaat een prettige sfeer. Je geniet meer aanzien en het kost je minder moeite de klant te overtuigen.

Je kunt er zelf voor zorgen dat een gesprek prettig overkomt door je aan te passen aan de ander. In een klantgesprek wordt je stem bepaald door zes hoorbare factoren:

1. Spreektempo

Als je te snel spreekt bestaat de kans dat je over je woorden struikelt of dat je delen van woorden inslikt. Het kan je communicatie onduidelijk maken. Bovendien werkt het opdringerig, het geeft de klant het gevoel dat je eigenlijk geen tijd voor hem hebt. Probeer ook niet teveel informatie in één zin te krijgen, hierdoor ga je vaak automatisch sneller spreken. Als je te langzaam spreekt in vergelijking met de klant, wordt het gesprek al snel traag.

2. Volume

Als je zo hard spreekt dat de klant de hoorn op een armlengte afstand kan houden of dat andere klanten in de gemeentehal kunnen meeluisteren kan heel bedreigend overkomen. Wanneer je te zacht spreekt verlies je aan overtuigingskracht. Je komt onzeker over en de aandacht van de klant verslapt. Door variatie in volume kun je bepaalde gevoelens uitdrukken.

3. Toonhoogte

Een stem die permanent hoog is, klinkt schrill en onaangenaam. Een hoge stem kan onzeker overkomen. Uit onderzoek blijkt dat een lage stem vertrouwen wekt en zelfbewust klinkt. Als je

gespannen bent, ben je geneigd op hogere toon te spreken. Door bewust de toonhoogte te verlagen, laat je deze spanning niet merken.

4. Timing

Dit is het bewust inlassen van pauzes op het juiste moment. Als je geen gebruik maakt van timing, wordt je verhaal te lang en verslapt de aandacht van de klant. Het wordt vaak gebruikt om speciale effecten te creëren. Door vóór of na een belangrijke zin te pauzeren krijgt deze meer aandacht van de klant.

5. Articulatie

Slechte articulatie komt onzeker over, hierbij worden de woorden onduidelijk uitgesproken. De klant moet moeite doen om de niet verstande delen aan te vullen, totdat hij de moed verliest om je geheimtaal te ontraadselen. Goed articuleren betekent zinnen en woorden duidelijk en nauwkeurig uitspreken. De belangrijkste valkuilen bij articulatie zijn: zinnen niet afmaken, letters niet uitspreken of woorden verkeerd uitspreken. Je komt professioneel over wanneer je articulatie helder en duidelijk is. Wanneer de klant regelmatig vraagt of je iets wilt herhalen betekent dit vaak dat je articulatie niet voldoende is. Zorg ervoor dat je rustig spreekt en alle letters van een woord zorgvuldig uitspreekt.

6. Zinsmelodie / intonatie

Door gevarieerd en doelmatig gebruik van tempo, toonhoogte, volume en timing ontstaat er melodie in je stemgebruik. Met behulp van melodie maak je jouw verhaal levendig en klinkt het boeiend. Bij monotoon sprekende mensen verlies je snel de aandacht. Zorg dus voor een goede variatie in toonhoogte en benadruk soms bepaalde woorden extra. Sommige mensen intoneren van nature heel goed, anderen moeten hierin oefenen. Als je hiermee oefent, zul je merken dat het niet aanstellerig of overdreven overkomt. Je houdt de aandacht van de klant vast. Let erop dat teveel intonatie in een zin ook niet goed is.

Echte communicatie betekent onder andere dat je de reactie krijgt die je beoogt. Daarvoor is het belangrijk om op dezelfde golflengte te zitten. Als je een klant spreekt die heel joviaal is, kun je beter niet te formeel reageren. En als iemand heel zacht en terughoudend spreekt, zal deze persoon schrikken als jij druk en snel praat. Vorm je daarom snel een beeld van het type klant en pas je aan (tot op een zekere hoogte).

Qua woordkeus kom je op gelijke golflengte door:

- De klant gedurende het gesprek enkele keren bij zijn naam te noemen (niet overdrijven).
- Namen van personen te noemen die de klant kent, of te verwijzen naar gemeenschappelijke ervaringen of achtergronden.
- De klant naar zijn mening of visie te vragen, hiermee toon je aandacht en interesse (indien de tijd het toelaat).
- Dezelfde woorden te gebruiken als de klant.
- De klant duidelijk maken dat je een win-win situatie nastreeft, waarin beide partijen voordeel ondervinden.

7. Gesprekstechniek: luistervaardigheden

Actief luisteren, betekent dat je de klant kenbaar maakt dat je geïnteresseerd bent in hem. Dit moedigt de klant aan om verder te praten zonder dat je al direct vragen stelt. Neem de rust om te luisteren en begin niet te snel met praten of vragen stellen. In een persoonlijk gesprek maak je al kenbaar dat je actief luistert door oogcontact, je non-verbale communicatie en het maken van aantekeningen. In een telefoongesprek mis je deze elementen en moet je deze compenseren door zogenaamde luistersignalen. Andere manieren om de klant te laten weten dat je geïnteresseerd bent in zijn verhaal zijn om de klant uit te laten praten, een goede samenvatting te geven en juiste vragen te stellen.

De voordelen van actief luisteren zijn:

- Je krijgt meer informatie en je vergroot je kennis.
- Je wint de sympathie van de klant en je geeft hem aandacht.
- Je geeft aan dat je interesse hebt voor zijn situatie.
- Je loopt niet het risico de klant te vervelen.
- Je merkt of je boodschap bij de ander overkomt en je kunt jouw volgende bericht hierop afstemmen.
- Je ben in staat leiding in het gesprek te houden.
- Gebrekkig luisteren is altijd een verspilling van tijd, geld en energie.

Als je onvoldoende naar de klant luistert, kun je hiervoor verschillende excuses aanvoeren. Je hebt je dag niet, je aandacht wordt door meerdere mensen tegelijkertijd opgeëist, of de ander steekt een verhaal af zonder kop of staart. Toch, hoe moeilijk het soms kan zijn, tijdens je werk ben jij er verantwoordelijk voor dat de boodschap van de ander duidelijk wordt, dat je begrijpt wat er bedoeld wordt.

Het luisterproces bestaat uit vier activiteiten:

Horen

Horen is niets meer of minder dan het opvangen van geluid met je oor. Je kunt dingen horen zonder te luisteren. Denk bijvoorbeeld aan het lawaai van het verkeer dat je dagelijks op de achtergrond hoort.

Begrijpen

Aan de woorden en geluiden die je tijdens het gesprek opvangt, ken je een bepaalde betekenis toe.

Evalueren

Conclusies trekken over de klant en zijn bericht.

Reageren

Je laat merken hoe de boodschap is overgekomen, bijvoorbeeld door het geven van feedback. Iedereen luistert op een andere manier. Geen mens is in staat alles wat hij hoort te onthouden. Je leert al vroeg in je leven om alles wat je waarneemt te selecteren. Iedereen maakt een andere selectie van wat hij hoort. Waarnemingen worden geleid door persoonlijke interesses en / of

verwachtingspatronen. Dit noemt men selectieve waarneming. Je luistert voornamelijk naar de dingen die je interesseren. En als iets afwijkt van je verwachtingspatroon, valt dat niet zo snel op.

Wees jezelf bewust van je vooroordelen. Zorg ervoor dat deze geen hindernis vormen voor het luisteren. Je kunt vooroordelen uitschakelen wanneer je doelgericht en actief luistert. Je kunt luisteren met als doel:

1. Begrip (begrijp wat de ander bedoelt).
2. Conclusie (ontdek wat een antwoord kan zijn op de vraag van de klant).
3. Sturing (stuur het gesprek door op het juiste moment de juiste vraag te stellen).

Belemmerende factoren voor actief luisteren:

- Teveel zelf willen praten.
- Te snel conclusies trekken.
- Het voortijdig formuleren van een antwoord.
- Alleen horen wat je wilt horen (selectieve perceptie).
- Voorspellen wat de klant gaat zeggen.
- Woorden verkeerd uitleggen.
- Vooroordelen en vooringenomenheid.
- Afhaken.
- Intolerantie.
- Aannames doen.

Als je je bewust bent van deze hindernissen, kun je jouw gedrag controleren. Beter luisteren is te leren! Weiger om ondoelmatig luistergedrag van jezelf te tolereren en vervang je slechte gewoontes door doeltreffende gewoontes.

Om in staat te zijn om goed en aandachtig te luisteren volgen hieronder 9 luistertips.

1. Luistersignalen geven

Met reacties als hm, ja en juist, geef je te kennen dat je geïnteresseerd bent en luistert.

2. Juiste manier van onderbreken

Onderbrekingen brengen de klant in de war en geven het idee dat wat hij vertelt niet interessant is. Zorg ervoor dat je enkele seconden wacht nadat de ander is uitgesproken. Dit geeft de klant de kans om zijn antwoord aan te vullen en jou de kans om je reactie voor te bereiden. Indien een klant niet meer te stoppen is dan wacht je tot de klant een korte adempauze inlast. Noem vervolgens de naam van de klant, geef feedback en stel een vraag of doe een voorstel.

3. Meeveren/begrip

Zet vooroordelen en emoties opzij, luister niet te veel naar hoe maar vooral naar wat er gezegd wordt. Ga niet in discussie. Gebruik niet: "ja maar", maar: "ik kan me voorstellen dat ...".

4. Notities maken

Zorg dat je pen en papier klaarligt en maak aantekeningen.

5. Concentratie

Leg alles opzij (letterlijk en figuurlijk) als je met iemand spreekt en concentreer je op de klant.

6. Feedback

Door kort en bondig in eigen woorden weer te geven wat de ander zegt denkt of voelt, kun je controleren of je goed begrepen hebt wat de klant zegt (samenvatten). Wanneer de klant geen duidelijke informatie geeft, heeft het geen zin om samen te vatten. Je kunt dan beter vragen stellen om erachter te komen wat hij bedoelt.

7. Timing

Op het juiste moment iets zeggen of op het juiste moment bewust je mond houden / niets zeggen.

8. Ruis vermijden

Wees je bewust van je luisterdoel. Zorg ervoor dat je niet met gesprekken van collega's meeluistert en dat je headset goed werkt.

9. GOEROE

8. Gesprekstechniek: vraagtechnieken

Door vragen te stellen aan de klant kun je verschillende doelen bereiken.

- De klant raakt actief betrokken bij het gesprek doordat je iets vraagt waarover hij moet nadenken.
- Als je vragen stelt toon je aandacht voor de klant, hij voelt zich hierdoor gewaardeerd.
- Doordat je vragen stelt neem je op een positieve manier de leiding in het gesprek, je kunt hierdoor ook het gesprek sturen

Gesloten vragen

In jouw functie aan de telefoon maak je het meeste gebruik van gesloten vragen. Door het stellen van gesloten vragen houd je op een positieve manier de leiding in het gesprek en kun je het gesprek in de juiste richting leiden. Tevens kun je het gesprek kort houden. Een nadeel van gesloten vragen kan zijn dat het op een kruisverhoor gaat lijken. Als je gesloten vragen gebruikt, stel je vragen over de aspecten van het onderwerp die jij belangrijk vindt. Je krijgt op deze manier snel en zakelijk informatie. Bedenk wel dat de klant passief blijft. Het gevaar bestaat dat de antwoorden die de klant geeft steeds korter en oppervlakkiger worden. Gebruik ze dus op de juiste manier. Gesloten vragen zijn vragen waarbij het aantal keuze mogelijkheden voor de klant beperkt is.

Kenmerken van gesloten vragen zijn:

- een ja of nee antwoord;
- één antwoord mogelijk;
- het omvat een vaststaand feit.

Voorbeelden van verschillende soorten gesloten vragen zijn:

1. Controle vragen

Om te controleren of je het begrepen hebt, kun je gebruik maken van controlevragen.

“Is hiermee uw vraag voldoende beantwoord”

2. Alternatieve vragen

Deze gebruik je om het gesprek in een bepaalde richting te sturen. De klant kan kiezen uit een aantal mogelijkheden. Het laatst genoemde alternatief wordt het meest gekozen, vooral als het iets aantrekkelijker of concreter wordt gemaakt.

“Wilt u zelf terugbellen, óf (timing) zal ik u op een tijdstip terugbellen wanneer het u schikt”

3. Suggestieve vragen

Het antwoord ligt al in de vraag, dit soort vragen zijn af te raden omdat je hiermee veel druk uitoefent op de klant en ze opdringerig overkomen.

“U heeft zeker verder geen vragen meer”

Open vragen

Bij het gebruik van open vragen kan de klant alle kanten op. Het gevaar van open vragen is dat je snel op een zijspoor belandt waardoor het gesprek onnodig lang duurt. Het doel van open vragen is om iemand aan het praten te krijgen. Bij het gebruik van open vragen verkrijg je een volledig beeld van de situatie. Wanneer je open vragen stelt raakt iemand actief betrokken bij het gesprek en het schept een prettig gespreksklimaat. Het meest ideaal is een combinatie van beide soorten vragen. Je begint met een open vraag om de klant de kans te geven zijn zegje te doen. Vervolgens stel je gesloten vragen naar aspecten die nog niet aan de orde zijn gekomen om achter de juiste informatie te komen. Indien de tijd het toelaat kan je gebruik maken van meerdere open vragen. In jouw functie maak je relatief weinig gebruik van open vragen.

Kenmerken van open vragen zijn:

- meerdere antwoorden mogelijk;
- je krijgt meer informatie;
- het nodigt de klant uit om te praten;
- als je op zoek bent naar een bepaalde mening, reden, ervaring, wens of gedachte;
- je komt achter de gedachte van de klant, niet alleen de feiten maar ook de achterliggende gedachte.

Om ervoor te zorgen dat je een volledig beeld krijgt, maak je gebruik van de volgende open vraagtechnieken:

1. Breedtevragen

Om er zeker van te zijn dat de klant alle mogelijkheden noemt, herhaal je de vraag nog eens in een andere vorm.

“Wat vindt u nog meer belangrijk”.

2. Dieptevragen

Om meer informatie te krijgen over het besproken onderwerp, maak je gebruik van dieptevragen. Hier gebruik je het antwoord van de klant om de volgende vraag te stellen. Als iets onduidelijk is, kun je om verduidelijking gebruik maken van dieptevragen.

“Waarom wilt u dat u snel antwoord heeft”.

9. Huisstijl telefoonstructuur gemeente Uden

De gemeente Uden ontvangt veel telefoongesprekken van klanten. De klant wil snel, direct antwoord en persoonlijk contact. Om ergernissen van de klant te voorkomen is het van belang dat je vertrouwd bent met het computersysteem, het telefoontoestel en dat je twee of drie dingen tegelijk kunt doen (multitasken). Als je de telefoon op de juiste manier gebruikt, beschik je op een armreikende afstand over een krachtig communicatie instrument.

Het telefoongesprek

Aanvang

- 1) Beantwoord de telefoon binnen vier keer (óók als de telefoon overgaat bij een collega die niet op haar plaats zit).
- 2) Spreek duidelijk in de microfoon van je headset.
- 3) Inkomend:
“Goedemorgen / -middag, gemeente Uden u spreekt met...(voor- en achternaam) waarmee kan ik u van dienst zijn, waarmee kan ik u helpen of wat kan ik voor u doen”.

Uitgaand:

*“Goedemorgen / -middag, u spreekt met....(voor- en achternaam) van de gemeente Uden”.
Gevolgd door: “komt het gelegen dat ik u nu bel” of “schikt het dat ik bel”.*

- 4) Naam van de klant en telefoonnummer noteren en teruggroeten. Het klinkt persoonlijker en prettiger om aangesproken te worden met mevrouw De Vries in plaats van alleen met mevrouw of meneer. Heb je de naam van de klant niet verstaan, vraag daar dan direct naar in het begin van het gesprek (nooit aan het eind van het gesprek en al zeker niet “hoe was uw naam ook al weer”).
- 5) Duidelijk, verstaanbaar spreken, goed articuleren en correct Nederlands.
- 6) Glimlach in je stem terwijl je spreekt. De intonatie (zie hoofdstuk stemgebruik) van de aanvang van het gesprek is belangrijk. Het gebruik maken van de juiste intonatie zorgt ervoor dat de klant vrijwel altijd zal teruggroeten. Dit heeft twee voordelen: de toon van het gesprek begint vriendelijk en de naam van de klant is beter te verstaan en dus beter te noteren.
- 7) Naast de inhoud, volgorde en intonatie is het spreektempo ook belangrijk (zie hoofdstuk stemgebruik). Het tempo van de aanvang is iets langzamer dan je normale spreektempo. De aanvang is compleet met een goede articulatie oftewel een nauwkeurige en duidelijke uitspraak van alle woorden, de juiste toonhoogte en het juiste volume.
- 8) Een klant voelt zich het prettigst wanneer jij gelijkwaardig spreekt. Pas je daarom aan op de klant.

Analyse

- 1) Concentreer je op wat de klant zegt, toon actief luistergedrag (zie hoofdstuk luistervaardigheid).
- 2) Maak aantekeningen en val de klant niet in de rede.
- 3) Geef luistersignalen.
- 4) Stel controlevragen (zie hoofdstuk vraagtechnieken) ten behoeve van het inventariseren van de klantvraag = feedback.

Beantwoordt zoveel mogelijk (80%) zelf de vraag van de klant, zoek het antwoord op via de KCC module in de producten en diensten catalogus of bij de lopende aanvragen. Leg de gegevens direct vast in het systeem bij een Melding openbare ruimte: vraag naar het BSN nummer of de postcode en het huisnummer. Het systeem geeft de verdere gegevens, die wij verifiëren bij de klant. Leg de klant uit wat je doet en geef aan binnen welke termijn een melding is afgehandeld.

- 5) Indien de kern van de vraag van de klant nog niet duidelijk is vraag dan door.
- 6) Vermijd storende achtergrondgeluiden = ruis.

Aanbod

- 1) Beantwoord de vraag van de klant alleen wanneer je zeker weet dat je de vraag goed begrepen hebt.
- 2) Wees helder, concreet en vermijd vaktaal.
- 3) Als je iets belooft, zeg dan precies wat en wanneer het gebeurt.
- 4) Dwaal niet af van de vraag.
- 5) Stel controlevragen, indien het onduidelijk is of de klant het antwoord heeft begrepen "is hiermee uw vraag beantwoord".
- 6) Verleen ongevraagd extra service waar de klant baat bij heeft.

Afsluiting

- 1) Geef een korte samenvatting van het gesprek.
- 2) Stel controle vragen voor de proefafsluiting en voor de afsluiting.
Proefafsluiting: "heb ik u hiermee voldoende ingelicht, heb ik u hiermee goed geholpen of heb ik u hiermee een duidelijk en volledig antwoord gegeven".
Afsluiting: "heeft u verder nog vragen, heeft u nog andere vragen of kan ik u nog ergens anders mee van dienst zijn"
- 3) Als laatste vraag je of de klant interesse heeft in onze digitale nieuwsbrief.
"Ontvangt u al de wekelijkse digitale nieuwsbrief van de gemeente Uden, hoe zou u het vinden om snel en makkelijk actueel nieuws en een overzicht van de bekendmakingen uit uw buurt digitaal te ontvangen?"
"U krijgt dan wekelijks een nieuwsbrief per e-mail met actueel nieuws en een overzicht van de bekendmakingen".

Meld de klant aan via de website – actueel – nieuwsbrief – aanmelden nieuwsbrief.
"Mag ik uw email adres?"
- 4) Sluit het gesprek af en noem de klant bij zijn achternaam.
"Dan wens ik u een prettige dag/middag/ meneer.../mevrouw.. (achternaam klant)".
"Ik wens u nog een prettige dag/middag/ meneer.../mevrouw.. (achternaam klant)".
- 5) Wacht tot de klant de verbinding verbreekt, hang altijd zelf als laatste op.

De wachtstand

In de wacht

- 1) Wanneer je iets moet uitzoeken of navragen geef je de klant, voordat je hem in de wacht zet, een korte uitleg waarom je hem in de wacht zet.
"Ik ga dit voor u uitzoeken"
- 2) Vraag de klant of hij wil wachten.
"Heeft u een ogenblik / moment alstublieft"
- 3) Wacht op het antwoord van de klant en bedank hem.
"Dank u wel"
- 4) Plaats de klant in de wachtstand

Tijdens de wachtstand

- 1) Wanneer je langer dan 30 seconden de tijd nodig hebt om iets op te zoeken, laat dan de klant weten dat je nog bezig bent en vraag of de klant nog wil wachten. Mocht je van te voren al weten dat je langer dan 30 seconden nodig hebt, geef dit dan ook aan. Dit gaat op gevoel, het is geen gegeven en is afhankelijk van de situatie. In jullie geval kan het wat langer duren voordat je de informatie voor een klant hebt opgezocht. Dit maakt het soms lastig. Geef daarom altijd een positieve reden aan waarom de klant in de wacht gezet wordt. Geef duidelijk aan (bijvoorbeeld in minuten) hoe lang het wachten kan gaan duren of bied een terugbelactie aan.

“Meneer../ mevrouw...(achternaam klant), ik heb nog wat tijd nodig, heeft u nog een ogenblik”

“Meneer../ mevrouw...(achternaam klant), het uitzoeken hiervan gaat mij wat meer tijd kosten, wilt u hierop wachten of zal ik u uiterlijk eind van de dag terugbellen”

- 2) Wacht op het antwoord en bedank de klant.

Uit de wacht

- 1) Noem de naam van de klant. Op het moment dat de klant aan het wachten is, is hij met andere zaken bezig, wanneer hij zijn naam hoort zal hij weer aandachtig naar jou luisteren.
- 2) Bedank hem voor het wachten.

“Meneer../ mevrouw...(achternaam klant), (wacht op antwoord klant), dank u wel voor het wachten”

Het gebruik van de klantnaam

Om de klant persoonlijke aandacht te geven gebruik je de naam van de klant. Het voordeel van het gebruiken van de naam is niet alleen de persoonlijke aandacht die je geeft maar ook om de aandacht van de klant weer bij het gesprek te krijgen. Op het moment dat de klant aan het wachten is en hij hoort zijn naam dan is hij weer aandachtig bij het gesprek. Ook op het moment dat de klant emotioneel is en hij hoort zijn naam dan zal hij (even) stil zijn. Het gebruiken van de klantnaam bij de afsluiting heeft een grote impact. Wanneer de klant zijn voor- en achternaam gebruikt, gebruik jij alleen de achternaam van de klant. Hoe vaak je de naam van de klant in het gesprek gebruikt is afhankelijk van hoeveel aandacht de klant nodig heeft en hoe lang het gesprek duurt. Maak hier op een gepaste en persoonlijke manier gebruik van.

Doorverbinden

Als een klant naar een specifieke collega of afdeling vraagt dan verbind je deze gesprekken niet blindelings door (uitzonderingen daar gelaten). Door het toepassen van de analyse fase onderzoek je eerst of je het gesprek zelf kunt afwikkelen (denk er hierbij aan dat 80% in één keer van een juist antwoord wordt voorzien). Zorg ervoor dat je niet meer dan één keer doorverbindt! Indien dit niet lukt, maak dan een terugbelnotitie. Klantgericht doorverbinden verloopt middels de volgende stappen:

- 1) Vraag de klant wat zijn vraag is of waar je hem mee kan helpen en of hij naast deze vraag nog andere vragen heeft. *“Waar gaat het over of wat is uw vraag zodat ik dit alvast kan doorgeven?”*. Wanneer alle vragen beantwoord zijn, geef dan aan wat je gaat doen.

“Meneer.../ mevrouw..., ik ga contact opnemen met Ik zal tevens aangeven welke vraag u heeft zodat u niet voor de tweede keer uw verhaal hoeft te vertellen”.

“Heeft u een ogenblik (wacht op antwoord), dank u wel”.

- 2) Ga aan de hand van de vraag op zoek naar een collega die deze klant kan helpen.
- 3) Vertel jouw collega om wie en waarover het gaat en indien je toestemming van jouw collega krijgt verbind je dit gesprek direct door.
- 4) Indien een doorverbinding niet lukt, neem dan na maximaal 30 seconden het gesprek terug en maak een terugbelnotitie. Wanneer jouw collega de klant zelf terug gaat bellen vraag dan altijd aan de klant wanneer hij te bereiken is (onaangekondigd terugbellen heeft als risico dat de klant er niet is of dat het ongelegen komt).

“Wilt u zelf terugbellen óf zal ik noteren dat mijn collega u terugbelt op een moment dat het u schikt”

Terugbelnotities

Verbind één keer door en maak dan een terugbelnotitie. Maak direct in het systeem een telefoonnotitie en sluit het gesprek af met een samenvatting van het bericht dat je doorgeeft. Bij dringende/spoedeisende gevallen bellen wij zelf onze collega op waarom het nodig is dat zij eerder terugbellen.

10. Opzoeken en beantwoorden van vragen

De gemeente Uden heeft de ambitie 80% van de klantvragen direct te beantwoorden in het KCC. In het KCC komt veel informatie op je af via steeds meer kanalen. Het houden van overzicht over de informatie en taken wordt steeds ingewikkelder. Overzicht over wat je moet doen en waar je iets kunt vinden geeft rust en ruimte in je hoofd. Die rust en ruimte heb je nodig om te luisteren naar de klant en de klantvraag te achterhalen. Hierbij is van belang dat je vertrouwd bent met alle informatiekkanalen, de digitale systemen en het telefoontoestel en zodat je tijdens het telefoongesprek informatie snel en gemakkelijk kunt vinden.

Zorg er in elk geval voor dat je jouw (digitale) werkplek altijd goed organiseert en structureert. Open alle benodigde programma's zodra je begint te werken, de klanten hoeven dan niet elke keer te wachten. Zorg bovendien dat je op de hoogte bent van alle actualiteiten en werk je mail elke dag bij.

Het inrichten van je werkplek bestaat uit:

1. Opstarten van je computer met de benodigde systemen. Gebruik zoveel mogelijk een vaste volgorde, zodat je makkelijk kunt switchen tussen programma's.

Programma's:	
Verkenner	Voor het bladeren door schijven en mappen met benodigde bestanden.
GroupWise	Mailprogramma; voor het maken van een terugbelnotitie, voor het ontvangen van persoonlijke informatie en informatie voor alle KCC medewerkers.
My ICS	Voor telefoonnummers en beschikbaarheid van medewerkers.
Word	Welbekende tekstverwerker, wordt in een enkel geval gebruikt voor de verwerking van aanvragen.
Internet	Voor algemene informatie over Uden bijv. stadsprojecten, raadsstukken en weg reconstructies. (Uiteraard ook toegankelijk voor burgers.)
Intranet	Voor alle algemene informatie over de organisatie. (Voor alle medewerkers van de gemeente.)
KCC-Module	Voor het digitale loket (informatie over producten en diensten) en bestaande aanvragen (het zakensysteem). (Specifieke applicatie en belangrijkste bron van informatie voor KCC-medewerkers.)
Zaaksysteem	Applicatie om aanvragen af te handelen.
Live Chat	Applicatie voor KCC-medewerkers om chats via de site van burgers te beantwoorden.

Programma's:
Key 2 Burgerzaken Voor het opzoeken of paspoort, rijbewijs e.d. aanwezig zijn.
Q-matic Applicatie voor o.a. baliewerkzaamheden en het maken van afspraken voor burgerzaken.

Bovenstaande tabel toont de verschillende programma's waar KCC-medewerkers mee werken.

2. Lezen van het actuele nieuws op intranet en internet. Het is belangrijk om goed op de hoogte te zijn van alle ontwikkelingen, alleen dan kun je klanten goed helpen.
3. Lezen van belangrijke mails in GroupWise; zowel in je eigen account als het gezamenlijke 'CallCenter'-account.
4. Inloggen in MyICS en de telefoon (met je eigen nummer).



Alle benodigde informatie over de systemen vindt je terug in de 'Handleiding Systemen KlantContactCentrum'. Hierin staan de meest gebruikte functies uitgelegd van de programma's in de bovenstaande tabel. Bovendien staat er onder andere tips in over hoe je handig met meerdere programma's tegelijk kunt werken.

11. Klachtenbehandeling en omgaan met lastige gesprekken

Wat is een klacht?

Een klacht is een uiting van onvrede, er wordt niet aan de verwachting van de klant voldaan.

Is een klacht altijd terecht?

Ja, de klant in kwestie ervaart het zo en is ontevreden. Dit is het gevoel van de klant, hij meldt het niet voor niets! Zorg ervoor dat je de klant altijd met respect behandelt.

Meld je het zelf een klacht?

Uit onderzoek blijkt dat als een persoon niet tevreden is, hij het gemiddeld aan 11 mensen doorvertelt. Deze 11 mensen vertellen het gemiddeld weer aan 5 mensen door ($1 + 11 + 55 = 67$). Dit betekent dat voor elke ontevreden persoon, 67 mensen een negatief verhaal te horen krijgen over een bepaalde organisatie. Als de klant als eerste bij jou terecht komt, geeft dit je de kans om de klant tevreden te stellen!

Wat wil de klant van jou? Een goed uitgangspunt voor het omgaan met lastige gesprekken is: behandel de klant zoals je zelf behandeld zou willen worden.

Als je zelf te maken hebt met dit soort gesprekken, zijn er een aantal zaken waar je rekening mee moet houden. Let op je houding, stem- en woordgebruik, luistervaardigheid en vraagtechnieken.

Hoe reageer je op klachten?

Elke klant heeft zijn eigen normen en waarden en verwacht een persoonlijke behandeling.

Tijdens je werkdag spreek je veel klanten. Hieronder zitten ook emotionele, soms vervelende klanten. Toch is het belangrijk dat je ook op deze mensen vriendelijk reageert. Jij bent mede bepalend voor de uitstraling van de gemeente Uden. Al die mensen die je op zo'n dag spreekt zijn heel verschillend. Het is aan jou om te bepalen hoe je met elke klant omgaat. Dit is een kwestie van ervaring, maar ook van inzicht en oefenen.

Laat de klant eerst uitpraten, val hem in het begin van het gesprek niet in de rede (hij moet zijn ei kwijt). Indien de klant door blijft gaan kun je de spraakwerval het beste onderbreken op het moment dat de klant ademhaalt. Je noemt de klant bij zijn naam, vat de kern van zijn verhaal samen en stelt gesloten vragen om het gesprek kort te houden. Bij een zwijgzaam persoon is het de kunst om vragen te stellen die de juiste informatie opleveren. Bij het 'ouwe jongens, krentenbrood type' zorg je ervoor dat je een beetje mee gaat, maar toch zakelijk, beleefd en vriendelijk blijft. Een 'zeurpiet' heeft behoefte aan een luisterend oor, begrip en het gevoel dat hij serieus genomen wordt. Net als dat het belangrijk is dat je vriendelijk bent tegen de klant, is het ook belangrijk om vriendelijk te zijn tegen je collega's.

Stel dat je collega's jouw tevredenheid als eerste doel hebben. Zou je hier dan effectiever door gaan werken? Als een collega niet op tijd doet wat hij beloofd heeft, werk je dan effectiever of minder effectief?

Ook al werk je min of meer zelfstandig, je hebt medewerking nodig van je collega's en je collega's verwachten bepaalde dingen van jou. Denk alleen al wat het doorgeven van een boodschap of van een vrije dag voor een effect heeft.

Als je het regelmatig erg druk hebt, ben je geneigd om bepaalde verzoeken als inbreuk op je kostbare tijd te zien 'wat nu weer' of 'weer die telefoon'. Als je dit laat merken werp je barrières op, zodat anderen je niet meer lastig durven te vallen. En dan raak je, zonder dat je het wilt, vervreemd van je collega's. Een negatieve instelling wordt al snel overgenomen door iedereen binnen de gemeente Uden. Net zo goed heeft een positieve instelling een goede invloed op de interne sfeer.

Soms wordt het ongenoegen van een klant op zo'n manier geuit, dat je bij jezelf denkt 'hoe los ik dit op'? Sommige klanten houden jou persoonlijk verantwoordelijk voor alle ellende die hen is overkomen, sommigen blijven maar razen en tieren. Andere klanten blijven onredelijk doen. En hopelijk hoef je het niet mee te maken maar sommige kunnen zelfs agressief worden.

Wat je vooral niet moet zeggen:

- Dat is uitgesloten....
- Dat kan niet kloppen....
- U moet zich vergissen.....
- Dat bestaat helemaal niet.....
- Dat heb ik nog nooit gehoord....
- Dat kan ik me helemaal niet voorstellen....
- U bent de eerste die.....
- Dan moet u toch zelf ergens iets fout gedaan hebben....
- Wilt u even niet vergeten met wie u te maken heeft....
- Zoiets kan bij ons helemaal niet voorkomen.....
- Geen één klant heeft hier ooit een aanmerking op gemaakt....
- U bent zeker heel gevoelig....
- Ik doe mijn best.....
- Ik moet.....
- Om eerlijk te zijn.....
- Is het mogelijk dat.....
- Mag ik u even storen.
- Daar kan ik niets aan doen.
- Daarvoor moet u bij ... zijn.

Huisstijl klachtenbehandeling

1. Opvangen

- Blijf tijdens het gesprek rustig, persoonlijk en beleefd.
- Luister actief en geconcentreerd.
- Laat de klant uitpraten, val hem niet in de rede (hij moet z'n ei kwijt).
- Laat merken dat je luistert door luistersignalen te geven.
- Laat merken dat je de klant serieus neemt.
- Ga nooit in conflict met de klant, je verliest het hoe dan ook.
- Schrik niet (of laat het in ieder geval niet merken).

2. Ondersteunen

- Toon op het juiste moment en in de juiste mate empathie en begrip voor de situatie.
- Maak duidelijk dat je wilt helpen.
- Val een collega, een andere afdeling of de gemeente Uden in het geheel niet af.
- Pas je stem aan.
- Zoek alvast naar een oplossing.

3. Onderzoeken

- Stel voldoende feitelijke (gesloten) vragen om de aard van de klacht te onderzoeken.

4. Overeenstemming

- Vat de klacht samen (zonder dat je het woord 'klacht' gebruik = negatieve woordkeus).
- Controleer of je de klant begrijpt zodat je op één lijn zit en geef een samenvatting.

5. Oplossing

- Formuleer een concrete oplossing, zeg wat je gaat doen en wanneer.
- Gebruik actietaal.

6. Opvolging

- Sluit je gesprek positief en plezierig af.
- Maak, indien nodig, concrete vervolgspraken.
- Verontschuldig je duidelijk indien er door jou, een collega, een afdeling of door de gemeente Uden in het geheel een fout is gemaakt.
- Laat merken dat je het op prijs stelt dat de klant heeft gebeld en bedank hem voor het melden.
- Gebruik de naam van de klant bij het afsluiten van het gesprek.
- Neem, indien mogelijk, na verloop van tijd contact op met de klant om te vragen of alles naar tevredenheid is opgelost.

Hier volgen nog een aantal tips voor moeilijke situaties:

1. De persoonlijke aanval

- Vat het niet persoonlijk op, de klant wil stoom afblazen.
- Neem eventueel een time-out.
- Als het te emotioneel is, zorg er dan voor dat iemand anders het overneemt.

2. De klant die niet te stoppen lijkt

- Onderbreek de klant, als hij even ademhaalt door zijn naam te noemen.

3. De aanhoudende klant

- Herhaal rustig wat je wél voor de klant kunt doen.

Het brengen van een slecht nieuws bericht:

Hoe vervelend ook “nee” is ook een antwoord! Soms weet je al van te voren dat je een “nee” moet zeggen, kies er dan niet voor om eerst aan te geven dat je het gaat uitzoeken en de klant gaat terugbellen. Je stelt het hierdoor alleen maar uit en maakt het voor jezelf lastiger. Gebruik hiervoor onderstaande tips:

- Breng het direct en duidelijk (niet eromheen draaien, de klant wordt hier ongeduldig van).
- Denk in alternatieven voor de klant.
- Het letterlijk ‘NEE’ verkopen en vervolgens direct ‘JA’ aanbieden.
- Begrip tonen (het is weer een emotie).

Als een klant door blijft gaan:

- Mond houden;
- wordt minimaal;
- denk met de klant mee;
- toon begrip op emotie;
- verdedig jezelf niet teveel.



12. Tot slot

Je bent nu volledig geïnformeerd over het belang, het doel en de inhoud van klantgericht werken binnen het Klant Contact Center van de gemeente Uden.

Door jezelf te richten op de huisstijl zoals de gespreksstructuur en klachtenbehandeling kun je het gewenste imago van de gemeente Uden ondersteunen en etaleren.

De basis van de huisstijl is afhankelijk van jouw juiste houding, woordkeus en stemgebruik. Zorg ervoor dat je in ieder gesprek een prettige, positieve, betrouwbare en objectieve indruk achterlaat. Hierdoor zal de klant ervaren dat hij serieus genomen wordt.

Je zorgt voor een goede relatie met de klant door actief te luisteren en de juiste vragen te stellen. Hierdoor ben je in staat om op een effectieve manier je gesprek te voeren.

De gemeente Uden wil de klant op een klantgerichte, klantvriendelijke, uniforme én professionele manier aandacht geven. De klant dient met respect behandeld te worden en hij verwacht dat jij de leiding neemt en houdt in het gesprek maar wel op zo'n manier dat de klant invloed heeft en zelf een keuze kan maken.

Het succes van de huisstijl van de gemeente Uden is afhankelijk van jouw inzet! Werk er met veel plezier en passie aan.