

# De 5 A's

De training 'gespreksvaardigheden' is opgebouwd rondom vier verschillende fasen in een gesprek, de 5 A's.

- 1. Aanvang:** maak goede afspraken over hoe je een gesprek begint. Noem je bijvoorbeeld wel of niet je naam?
- 2. Analysefase:** soms vragen klanten van alles, maar wat is de feitelijke behoefte achter een vraag?
- 3. Aanbod:** aanbieden van een oplossing. Dat kan een afspraak zijn, maar ook de introductie van een specialist.
- 4. Afsluiting:** check of de vraag voldoende is beantwoord en vat de gemaakte afspraak samen.
- 5. Aftersales:** en ten slotte volgt een vijfde A: aftersales, ofwel de nazorg.

Voor meer informatie over de training 'gespreksvaardigheden' kijkt u op [brw.nl/training](http://brw.nl/training)

De basistraining 'gespreksvaardigheden' van BRW Groep helpt organisaties het telefonisch klantcontact te verbeteren. De klantadviseurs van de gemeente IJsselstein weten inmiddels hoe het moet.

# Beseffen wat een klant doormaakt

"Trainen is doen", vindt Jeannette van Beek, managing consultant en trainer van BRW Groep. Ze ziet graag dat medewerkers positief formuleren en woorden gebruiken die een klant enthousiast maken. "Vertel niet wat een klant niet kan, maar adviseer wat dan wél de snelste of beste route is. Stel open vragen en gebruik controlevragen om te kijken of de klant het antwoord heeft begrepen. En neem de regie in een gesprek, anders geef je te snel een (verkeerd) antwoord."

Klantadviseurs moeten heel gericht de behoefte van een klant achterhalen, vindt Jeannette. "Je kunt zelf een antwoord

geven, maar ook het antwoord 'organiseren'. Wat heeft een klant nodig, en wat kan mijn organisatie hem bieden? Verplaats je in de klant. Veel KCC-medewerkers vergeten dat ze zelf ook regelmatig klant zijn en schieten op hun werk in de rol van functionaris. Ze redeneren vanuit processen en daardoor vanuit onmogelijkheden. Bedenk hoe jij zelf als klant behandeld en benaderd wil worden, en handel daarnaar."

**'De zin 'Wat kan ik voor u doen?' was een concreet leermoment'**



# trainer VS cursist

**Trainer en managing consultant**  
**Jeannette van Beek:**  
*Er voor de klant zijn*

Volgens trainer Jeannette van Beek beginnen medewerkers van contactcenters niet zelden met een gezonde dosis weerstand aan de training, maar worden ze gaandeweg enthousiast om te experimenteren.

De gemeente IJsselstein volgde de standaardtraining gespreksvaardigheden en besloot tot een vervolg in de vorm van een training klantgerichtheid. Jeannette had de leiding over de workshop die met veertig deelnemers uniek te noemen was. Ze liet heel tactisch de IJsselsteinse teamleiders zelf als docent voor de groep staan. "Het beste wat ik kan bereiken, is dat deelnemers door elkaars ervaringen worden gestimuleerd om nieuwe dingen uit te proberen. Trainen is doen."

"Als ik nu de gemeente IJsselstein bel, hoor ik na 'Goedemorgen' en 'Met de gemeente IJsselstein' direct de vraag 'Wat kan ik voor u doen?'" , vertelt Jeannette. "Dat is een belangrijk onderdeel van de training. Daarmee nodig je de klant uit. Jij bent er voor hem."

**Opdrachtgever en cursist**  
**Jeanpaul van Esschoten:**  
*Delen is de grote kracht van deze training*

KCC-manager Jeanpaul van Esschoten vond de doe-het-zelf methode van Jeannette erg goed. "Je begrijpt een lesstof pas echt als je die aan een ander kunt uitleggen. De opzet is geschikt om na de training bezig te blijven met wat je hebt gedaan. We hebben als deelnemers veel met elkaar gedeeld; dat was de grote kracht van deze training."

"De workshop was specifiek toegesneden op onze organisatie", vertelt Jeanpaul. "De vervoltraining is niet alleen bedoeld voor de medewerkers telefonie, maar ook voor andere klantadviseurs, zoals balie medewerkers." De boodschap dat een klantmedewerker boven alles met een klant moet kunnen meedenken, werd er flink ingepeperd. "We kregen een filmpje te zien uit de serie Little Britain, een ultiem voorbeeld van hoe het niet moet. We leerden juist hoe je een klant een goed gevoel geeft."

Ook Jeanpaul beschouwt het zinnetje 'Wat kan ik voor u doen?' als een concreet leermoment. "De klant voelt zich meteen serieus genomen en het gesprek loopt. Ook belangrijk: een gesprek mag niet worden onderbroken door een collega die vraagt of je nog koffie wil. Besef wat een klant doormaakt."