

Human resources

Manfred Mulder, teamleider van Rabobank Den Haag en omgeving

WEET WAT JE IN HUIS HAALT



foto: ZilverBeeld

Een groot deel van de dertig klantadviseurs werkzaam op het Virtueel Kantoor van Rabobank Den Haag en omstreken is door werving- en selectiebedrijf SPARQ geselecteerd. Met aandacht, weet Manfred Mulder. "Eerder wist ik nooit goed wat ik in huis haalde."

Mulder is teamleider van het virtuele contactcenter van de Rabobank-vestiging. Na vier jaar samenwerking is hij nog altijd te spreken over de inzet van SPARQ. "Vanaf dag één lieten ze een goede indruk op ons achter. We delen dezelfde ideeën over normen en waarden en hechten allebei veel waarde aan betrokkenheid en aandacht voor zowel de klant als de medewerker", meent de ervaren rot in het vak. Volgens Mulder is de Haagse divisie van de bank er sterk op vooruitgegaan sinds deze klantcontactprofessionals de agents voor het Virtueel Kantoor aandragen. "Voorheen plaatsten wij zelf vacatures in de krant, maar dat was tijdrovend en leverde niet altijd het gewenste resultaat op. Opleidingen sloten niet goed aan bij de functie en soms kwam je er in een later stadium achter dat een nieuwe medewerker toch niet echt in het team paste."

Screening

Het contactcenter in kwestie bestaat inmiddels negen jaar. Daarvoor vingen de eigen bankmedewerkers het binnenkomende klantcontact nog op. Maar toen de vragenstroom toenam, bleek een andere oplossing nodig. "Je kunt natuurlijk zelf geschikt personeel zoeken, maar zo'n traject kost veel tijd en je weet ook niet wat voor kwaliteiten je in huis haalt. De cv's die wij nu binnenkrijgen zijn al gescreend door SPARQ. Het diplomaniveau en de motivatie van een kandidaat staan daarbij centraal."

Wat Mulder betreft is de voorselectie van nieuw personeel in goede handen. "Zij weten wat er op onze afdeling leeft, kennen de klantadviseurs en luisteren mee met telefoongesprekken. Klantadviseurs zijn allesbehalve een nummer. De begeleiding is intensief; ze krijgen een hoop individuele aandacht. Reken maar dat ze hiermee nieuwe kandidaten weten te enthousiasmeren", benadrukt Mulder.

NPS

Een ander onderdeel dat SPARQ namens de bank voor rekening neemt, is het verzorgen van de opleiding à drie dagdelen. Een van de belangrijkste deelgebieden daarin is de gespreksetiquette. "Daarbij leren de toekomstige personeelsleden waar een goed gesprek aan moet voldoen. Ieder gesprek kent natuurlijk een bepaalde inleiding, standaardvragen en een samenvatting. Maar waar het om draait, is dat de adviseur de vraag achter de vraag weet te herleiden. Op zo'n manier dat de klant geheel tevreden is. Want klantenbinding weegt bij ons zwaar, net als een goede NPS-score. Bij alle gesprekken willen we dan ook weten: zou u ons aanbevelen bij een vriend, collega of familielid?"

Opvallend vindt Mulder dat de opleidingseisen over de hele linie steeds hoger worden. "Wij verlangen van kandidaten dat ze over een MBO4-diploma beschikken, maar om je heen zie je dat die eis langzaam naar HBO verschuift. Medewerkers moeten steeds breder inzetbaar zijn. Meer kennis over de diverse producten is bijvoorbeeld een vereiste en certificeringen mogen niet meer ontbreken. Wat dat betreft wordt de grens steeds meer opgezocht. Misschien heb je straks wel een WO-diploma nodig voor dit werk."