



# Praktijkcase

## B/S/H/

BSH Huishoudapparaten B.V. is een dochteronderneming van BSH Bosch and Siemens Home appliances Group en is inmiddels uitgegroeid tot een mondiale speler van formaat. Met een wereldwijd netwerk van sales- en servicelocaties bestaat de BSH-familie nu uit ruim zeventig organisaties in 46 landen, met in totaal bijna 43.000 medewerkers. Hiermee is het een van 's werelds toonaangevende producenten van huishoudelijke apparatuur.

### KLANTGERICHTHEIDSTRAINING VOOR BOSCH SIEMENS HUISHOUDAPPARATEN

In november 2011 opende het gloednieuwe BSH inspiratiehuis in park 20|20 in Hoofddorp zijn deuren. Consumenten kunnen hier inspiratie opdoen voor de inrichting van hun keuken en kennismaken met huishoudelijke apparatuur van de merken Siemens, Bosch, Neff en Gaggenau. Om de voorheen twee showroomequipes te laten samensmelten en de medewerkers te trainen in het voeren van adviesgesprekken, verzorgde Tele'Train een tweedaagse klantbelevingstraining.

Hans van der Bilt is voor het inspiratiehuis 20|20 aangesteld als manager Hospitality Services, een nieuwe functie. Hij vertelt: "In de oude situatie hadden we twee showrooms: in Amsterdam voor de merken Bosch en Neff en in Zoetermeer voor de merken Siemens en Gaggenau. In het nieuwe inspiratiehuis 20|20 brengen we niet alleen de vier merken samen, we steken ook meer in op de beleving van de klant. We prikkelen alle zintuigen. Consumenten kunnen bijvoorbeeld deelnemen aan kookdemonstraties of kookworkshops."

In het pand is tevens het hoofdkantoor van BSH Nederland gevestigd. De begane grond en eerste etage zijn toegankelijk voor alle bezoekers, de kantoren alleen voor de medewerkers. "De adviseurs die werkzaam zijn voor het inspiratiehuis 20|20 hebben een representatieve functie, niet alleen richting consumenten maar ook naar hun andere collega's", vertelt Van der Bilt.

### KLANTINFORMATIE VERZAMELEN

In de oude situatie gaven de adviseurs voornamelijk informatie naar aanleiding van de vragen die bezoekers stelden. In het nieuwe inspiratiehuis 20|20 is het de bedoeling consumenten te inspireren. Daar hoort een ander type advies bij, vindt Van der Bilt.

"Natuurlijk is het nog altijd belangrijk dat de adviseurs technisch goed op de hoogte zijn en vragen beantwoorden, maar ze moeten meer leidend worden in hun adviesgesprekken. In het inspiratiehuis 20|20 is als doel gesteld dat de merk-adviseurs zoveel mogelijk informatie van de klant verzamelen, zodat ze gericht kunnen adviseren. Door meer de nadruk te leggen op het stellen van vragen kunnen adviseurs beter filteren waar de exacte behoefte ligt van de consument en wordt het mogelijk om advies op maat te geven. Klanten stellen namelijk ook een heleboel vragen niet. Het is de kunst om de informatiebehoefte van de klant te achterhalen en daar gericht op in te spelen."

Op die manier wordt meteen voorkomen dat bezoekers in verwarring raken doordat ze teveel apparaten zien en hier uitleg over krijgen. "We willen een beleving creëren bij onze bezoekers die hen nog een lange tijd bijblijft. Daarin speelt gedegen advies een rol, maar minstens zo belangrijk zijn hartelijkheid en welgemeende interesse vanaf het moment van aankomst tot en met het punt van vertrek."

### TEAMBUILDING

Van der Bilt koos ervoor om die nieuwe vaardigheden bij te brengen door middel van een tweedaagse training door Tele'Train. Dat moment werd meteen gebruikt om de twee teams samen te smeden.

TELE TRAIN

*Grensverleggend klantcontact*

“De training was nadrukkelijk ook gericht op teambuilding. Hoe beter je immers je collega’s kent, hoe beter je gebruik kunt maken van elkaars sterke punten.” Door in de training uitgebreid met elkaar te praten over hoe klanten in de nieuwe situatie worden behandeld, is er een gezamenlijk referentiekader ontstaan. Er zijn gedragsregels afgesproken. “Daardoor wordt de onderlinge communicatie vanzelf ook opener. Het is makkelijker elkaar ergens op aan te spreken”, ervaart Van der Bilt.

Hij geeft een pluim aan de beide trainers van Tele’Train. “Door de open sfeer die ze creëerden, zijn zij erin geslaagd om medewerkers uit hun schulp te laten komen.” Op de eerste trainingsdag lag de nadruk op elkaar leren kennen: wie ben je en wat neem je mee? Daarnaast werd gepraat over ervaringen die medewerkers hadden op momenten dat ze zelf klant zijn: wat vindt je zelf prettig als klant en wat kun je daarvan meenemen in je eigen adviesgesprekken?

De tweede dag stond in het teken van rollenspelen. De medewerkers konden in een veilige omgeving oefenen hoe ze meer de leiding in een adviesgesprek kunnen nemen, zonder de klant het gevoel te geven dat hem iets wordt opgedrongen.

### OMGAAN MET VERANDERINGEN

Van der Bilt merkt bij zijn adviseurs een verandering in houding en gedrag. “Medewerkers durven meer verantwoordelijkheid te nemen. Ze voelen zich zekerder in hun gesprek met klanten.” Ook de onderlinge communicatie is verbeterd. “Het is nu makkelijker om elkaar aan te spreken op dingen die wel of niet goed gaan, en om elkaar om hulp te vragen. Voorheen deden adviseurs hun eigen ding, ze werkten redelijk individueel. Nu maken ze meer gebruik van elkaars expertise. Ze stuwen elkaar op die manier naar een hoger niveau.”

Van der Bilt is dan ook trots op hoe zijn team met de veranderingen omgaat. “Er is namelijk nogal wat veranderd: een nieuwe werkomgeving, de samenvoeging van twee teams, nieuwe merken die ze moeten leren kennen, nieuwe gesprekstechnieken die ze moeten hanteren en last but not least de wetenschap dat vele ogen binnen BSH Nederland en BSH wereldwijd gericht zijn op het nieuwe concept van het inspiratiehuis 20|20. De combinatie van een groot showroomoppervlak voor alle merken in hetzelfde pand als het hoofdkantoor is vrij uniek binnen BSH. Dat maakt de adviseurs enerzijds trots om hier te werken, maar het brengt natuurlijk ook druk met zich mee.”

### OMGAAN MET VERANDERINGEN

De Tele’Train training heeft adviseurs geholpen beter met die druk om te gaan en hun gedrag in relatief korte tijd te veranderen. “Door te kiezen voor een extern bureau dat de training verzorgt, biedt je medewerkers een veilige omgeving. Ik was als manager niet bij de training, waardoor medewerkers niet het gevoel kregen dat ze en passant ook nog even werden beoordeeld.

Bovendien kan een extern bureau vanuit een nulpunt starten. Zij hebben geen last van bedrijfsblindheid, zij weten niet hoe de cultuur was in de showrooms in Amsterdam en Zoetermeer. Zij praten vanuit de nieuwe cultuur die we willen neerzetten in het inspiratiehuis 20|20. Dat maakt dat medewerkers ook veel sneller in die nieuwe cultuur meegaan. Dat zij ook letterlijk weer vanaf nul beginnen.”

Van der Bilt is dan ook tevreden. “We moeten de vruchten nog gaan plukken, want het duurt even voordat een gedragsverandering ook echt is verankerd. Daarom zou ik graag een herhaaltraining willen om het effect te borgen. Maar ook nu kan ik al zeggen dat het effect van de training groot is. Er staat nu één team, medewerkers zijn trots en zelfbewust. Ze weten beter van zichzelf waar hun sterke punten liggen, en weten ook waar ze nog aan moeten werken. Dat geeft een heel nieuwe dynamiek en energie in het team. Het is mooi om dat te zien.”

### TELE’TRAIN VOOR BOSCH SIEMENS HUISHOUDAPPARATEN

- Adviseurs hebben meer vanuit de klant leren denken.
- Door nieuw aangeleerde gespreksvaardigheden treden ze in een adviesgesprek leidend op Expertleren.
- Collega’s die voorheen op verschillende locaties werkten hebben elkaar beter leren kennen, waardoor de twee culturen snel samenvloeiden. Attitudeverandering.
- Door de open houding leren adviseurs van elkaar en stuwen ze elkaar naar een hoger niveau en worden gezamenlijk verantwoordelijk voor de kwaliteit van hun werkzaamheden.

Tele’Train is gespecialiseerd in het optimaliseren van klantcontacten op allerlei gebieden en bedrijfssegmenten. In 15 jaar geschiedenis hebben veel grote bedrijven kennis kunnen maken met de aanpak van Tele’Train om samen met de klant de grens te verleggen in klantbeleving.

### MEER INFORMATIE

Tele’Train  
Paasheuvelweg 1  
1105 BE Amsterdam Zuidoost  
T 020 – 470 46 58  
F 020 – 470 46 59  
E [info@teletrain.nl](mailto:info@teletrain.nl)  
W [www.teletrain.nl](http://www.teletrain.nl)



*Grensverleggend klantcontact*