

KPN Academy: investeren in de ontwikkeling van mensen én onderneming

KPN heeft zich ten doel gesteld het meest klantvriendelijke bedrijf van Nederland te worden. Een van de instrumenten om dat te bereiken is de **KPN Academy**; hier kunnen medewerkers van KPN hun vakmanschap vergroten. En goed vakmanschap leidt weer tot een betere dienstverlening van KPN als onderneming, en dus tot tevreden klanten.

Het uitgangspunt voor het oprichten van de KPN Academy in 2011 was het vormen van de link tussen de strategie van KPN als onderneming en de mensen die het waar moeten maken in de dagelijkse praktijk. 'Een betere dienstverlening naar onze klanten toe kunnen we realiseren door te investeren in het vakmanschap van onze medewerkers', zegt Kristel van der Horst, Manager KPN Academy voor Verkoop & Service (V&S). Tot de doelgroep van dit deel van de KPN Academy behoren de winkels, het Customer Contact Center en de monteurs. 'De competenties van onze medewerkers zijn van grote waarde voor henzelf én voor onze klanten. Door in mensen te blijven investeren, kunnen zij zich steeds verder ontwikkelen en waarborgen wij het vakmanschap in ons bedrijf. De KPN Academy is onderdeel van de organisatie, en ook van de medewerkers.'

VERNIEUWEND CONCEPT

'De KPN Academy is zonder meer een vernieuwend concept te noemen', zegt Van der Horst.



Kristel van der Horst (KPN) vertelt enthousiast over KPN Academy aan Jeroen van de Star (TeleTrain).

'Een belangrijk verschil met de oude situatie is dat de vakmatige ontwikkeling is losgekoppeld van het organisatieonderdeel waarvoor iemand werkt. We hebben het klassieke model van opleiden losgelaten en vervangen door proactief opleidingen aan te bieden aan gedefinieerde doelgroepen. Elementen die verbonden zijn met het merk KPN en onze kernwaarden "persoonlijk, eenvoudig & vertrouwen" komen terug in de opleidingen, die zijn ingedeeld naar vakmanschap en functie. Die functies kunnen inhoudelijk verschillend zijn, maar hebben klantcontact als gemeenschappelijke deler. Doordat medewerkers uit verschillende onderdelen met elkaar training volgen, ontstaat er meer kennis van en begrip voor elkaars werkzaamheden. De focus is verschoven van product- en systeemkennis naar vaardigheden en een dienstverlenende attitude. De functiegerichte indeling schept ook duidelijkheid voor de medewerkers. Zij kunnen inloggen bij KPNAcademy.com, en daar een duidelijk overzicht vinden van de cursussen die er zijn voor hun vakgebied. De Academy biedt namelijk niet alleen training voor nieuwe medewerkers, maar

ook vervolgoopleidingen voor gevorderde medewerkers, in de vorm van refresh of verdieping.'

NIEUWE LEERVORMEN SLIM COMBINEREN

TeleTrain verzorgt een deel van de instroomleerstraat van nieuwe klantcontactmedewerkers. Samen met de KPN Academy en andere bureaus ontwikkelde het bedrijf onder meer het 'merkwaardige klantgesprek'. Van der Horst: 'Elk gesprek dat onze contactcentermedewerkers met klanten voeren, moet voldoen aan de waarden van KPN, vandaar de naam merkwaardig klantgesprek. In het vernieuwde instroomprogramma maken we gebruik van moderne leervormen, bovendien maken we hierin slimme combinaties. Een voorbeeld hiervan is het afwisselen van e-learning en klassikaal leren met wat wij 'buddybellen' noemen. Je leert het voeren van een effectief, efficiënt en servicegericht gesprek natuurlijk het beste in de praktijk, maar we willen mensen niet zomaar in het diepe gooien. Met een goede begeleiding kan de inhoudelijke kennis eerder dan voorheen op een veilige manier in de praktijk worden gebracht via bud-

dybellen, waarbij de nieuwe medewerker samen met een ervaren collega telefonische vragen van klanten beantwoordt. Nieuwe medewerkers krijgen zo eerder meer eigen verantwoordelijkheid, en ook dat draagt bij aan hun ontwikkeling.'

VOORTDURENDE GROEI EN ONTWIKKELING

Volgens Van der Horst wordt door de manier waarop de Academy is ingericht, op een meer strategisch dan operationeel niveau gewerkt als het om ontwikkeling en opleiding van de medewerkers gaat. 'Het is van groot belang dat wij goed in contact staan met zowel de medewerkers als het management. Onze keuzes zijn gebaseerd op de strategie van KPN, en daarbij is er een centrale plek voor de medewerkers. Wij zien medewerkers als kapitaal, en niet als kostenpost. Wij streven ernaar onze medewerkers optimaal te ondersteunen bij het bereiken van een zo hoog mogelijk professioneel niveau, daarbij rekening houdend met de strategie van de organisatie als geheel: één KPN, één merk en één manier van werken.' Systemen veranderen, en

hetzelfde geldt voor het product- en dienstenaanbod van KPN. Dat betekent dat de Academy voortdurend in beweging is. Inhoudelijk worden de trainingen regelmatig aangepast aan de actuele behoeften. Van der Horst: 'Ontwikkeling en groei zijn een voortdurend proces bij mensen, en daar is de KPN Academy op ingericht. Wat je bij KPN leert door werken en opleidingen, daar heb je de rest van je loopbaan profijt van.'