

7 vereisten voor een goed call script

Veel contact centers maken gebruik van belscripts of callscripts voor hun medewerkers. Het primaire doel van scripting is het ondersteunen van medewerkers tijdens complexe gesprekken. Echter, wil een script deze functie ook daadwerkelijk vervullen, dan dient er wel aan een aantal voorwaarden te worden voldaan.

Belscripts worden lang niet altijd op positieve wijze met call center werkzaamheden geassocieerd. Het nauwkeurig moeten volgen van een vaste gespreksstructuur kan de spontaniteit uit een gesprek halen en bovendien de persoonlijke ruimte van medewerkers sterk inperken. En inderdaad: het is ook u vast wel eens overkomen dat u een gesprek probeerde te voeren met een telemarketeer of klantenservice medewerker die als een robot geprogrammeerd bleek.

Groeiende belangstelling

Toch is het niet voor niets dat er nog altijd veel interesse is in de ontwikkeling van goede belscripts. Sterker nog: nu steeds meer eenvoudige callcenter gesprekken worden geautomatiseerd en de complexiteit van de overgebleven gesprekken groeit, lijkt de belangstelling voor scripting te groeien.

Altijd Structuur

En eigenlijk is dat heel logisch. Want hoewel zowel verkoop als service gesprekken enorm divers kunnen zijn, ligt het doel bijna altijd vast: een tevreden (potentiële) klant die geholpen wordt met service of de aankoop van een product of dienst. En dat met een gesprek dat niet alleen effectief is, maar ook efficiënt. (Potentiële) klanten bellen doorgaans niet voor hun plezier en tijd is geld, voor iedereen. Ook klantvriendelijkheid is een belangrijke parameter.

Op basis van deze uitgangspunten dienen gesprekken met klanten structuur te krijgen en een bepaald soort uniformiteit. Op deze manier kan een (merk)beleving worden gecreëerd die in lijn is met wat een organisatie wil uitstralen. Deze merkbeleving oftewel 'branding' wordt voor organisaties steeds belangrijker.

Vak apart

Dat betekent niet dat het eenvoudig is om goede callscripts te ontwikkelen. Sterker nog: scripting is een vak apart! Goede scripts kunnen alleen worden geschreven door mensen die verstand hebben van communicatie en feeling hebben voor de klant. Dergelijke experts weten waarschijnlijk wel dat een goed telefoonscript voldoet aan een aantal eisen:

Omvattend

Via het script kan alle relevante informatie over een product of dienst worden gevonden en verstrekt. Steeds vaker wordt er –zeker in inbound klantenservice- een directe link gelegd met de kennisbank. Dit kan een eenvoudige FAQ zijn, maar ook een meer complexe oplossing als Trinicom of Rightnow.

Structuur

Het script heeft een duidelijke lijn. Dit kan bijvoorbeeld de DANCE® methodiek zijn, die een gesprek in 5 fasen onderkent: Diplomacy, Acceptance, Negotiate, Consensus en Effectuate.

Flexibiliteit

Een script kan volledig worden uitgewerkt, maar idealiter biedt een belscript ruimte voor afwijkingen cq zijsprongen. Hoewel een goede contact center medewerker het gesprek stuurt, kan hij/zij niet uitsluiten dat zich onverwachte wendingen voordoen. Juist dat maakt een gesprek vaak levendig en potentieel onderscheidend. Bied die ruimte

Klare taal

Gebruik van jargon uit het bedrijf of het vakgebied is een grote vakuil voor call center agents, verkoopadviseurs, helpdeskmedewerkers etc. Juist de meer ervaren medewerkers maken zich hier vaak onbewust schuldig aan. Het risico dat hier aansluiting met potentiële klanten verloren gaat is absoluut aanwezig. Irritatie (wáár gaat dit over?) of onzekerheid (ben ik nou zo dom dat ik dit niet weet?) moeten worden voorkomen. Spreek de taal van de klant.

Persoonlijk

Hoewel gebruik van jargon en vaktaal niet is gewenst, moet een gesprek wel dichtbij de medewerker staan. Hij/zij moet de interactie persoonlijk kunnen maken, zodat er een 'klik' ontstaat. Het veelvuldig gebruik van de naam van een (potentiële) klant is daarbij een achterhaald fenomeen. Het gaat meer om het gevoel in het gesprek: betrokkenheid die een medewerker toont.

Doelgericht

Inherent aan het vorige punt; het script moet toewerken naar een positief einddoel. De structuur leidt naar het gewenste doel. Vaak is dit inclusief een afsluitende controle vraag waarbij het antwoord ondubbelzinnig duidelijk moet maken dat de klant naar tevredenheid is geholpen.

Verbetering

consumentengedrag verandert, producten en diensten ook. Scripts dienen dus ook dynamisch te zijn. Evalueer scripts op basis van Quality Monitoring sessies en feedback van klanten en medewerkers. Laat zien dat u wat doet met deze input (feedbackloop). Blijf de effectiviteit altijd ter discussie stellen, voor voortdurende verbetering.

Training

Philipse Business School organiseert tweedaagse trainingen voor mensen die belscripts moet ontwikkelen. We behandelen tal van voorbeelden uit de praktijk (best en worst cases) u werkt actief aan eigen call scripts, zodat u uw verbeterde scripting vaardigheden direct in de praktijk kunt brengen. Kijk op www.philipsebusinessschool.com voor actuele data en achtergrond informatie.