

FAGOMRÅDE KUNDESERVICE

HVEM ER MEDLEMMERNE INDEN FOR KUNDESERVICE?

Mange af de helt unge sidder i callcentre i et enkelt eller flere års sabbatår fra uddannelse. Blandt de lidt ældre er der mange, der sidder i receptioner eller som kundeassistenter, særligt i de større virksomheder. De møder ofte kunderne først enten telefonisk eller ansigt til ansigt. De tager imod ris, ros, spørgsmål, opsigelser/udmeldelser og opfordringer. De har en klar opfattelse af deres centrale rolle som serviceorgan.

TILGANG TIL JOBBET

Meget servicemindedede og handlingsorienterede. De er virksomhedens ansigt udadtil og har stor berøringsflade med både kunder, samarbejdspartnere og virksomhedens medarbejdere. De løser mange opgaver ad hoc og ved, at de skal have et svar klar på stort set alt.

SÅDAN BINDER DE DANMARK SAMMEN

Medlemmerne sidder i en nøgleposition i virksomheden. Som front-end-medarbejdere er de med til at tegne virksomhedens ansigt udadtil. De har indgående kendskab til virksomheden i alle led og ved, hvad virksomheden står for. De tager imod opkald og modtagelser og sender gæster/kald videre til rette vedkommende eller løser henvendelsen selv alt afhængig af opgavens karakter. De arbejder med kundeoplevelser og kunderelationer og bidrager til, at andre kan løse deres opgaver. Dermed binder de både kunder, samarbejdspartnere og leverandører sammen med relevante afdelinger i virksomheden, ligesom de skaber relationer indadtil.

10 %

AF HK/PRIVATS
MEDLEMMER
ARBEJDER INDEN
FOR FAGOMRÅDET.



TYPISKE ARBEJDSOMRÅDER:

KUNDESERVICE
KUNDEBETJENING
TELEFONBETJENING
FAKTURERING
SALG
TELEFONSUPPORT
UDLEJNING
SERVICE
MØDEBOOKING
BOGFØRING

MEDLEMMERNE OM

TILBUD FRA HK/PRIVAT

"Jeg synes egentlig, de har nogle fine tilbud. For mig er det rent og skær bare det, at arbejdsliv og familie skal hænge sammen. Det er et prioriteringsspørgsmål. Flere af kurserne ligger i arbejdstiden, og jeg får simpelthen ikke fri til det."

MULIGHEDER OG FREMTID

"Jeg skal håndtere it mere sikkert fremover, og det kan jeg ikke sidde med som hverdagsopgaver, som det er nu. Jeg ved heller ikke, om vi bliver lavet om til en form for callcenter... det ville sikkert give meget god mening, men det håber jeg ikke. Jeg kan godt lide den personlige kontakt."

KRAV TIL FAGLIG UDVIKLING

"Det primære er, at der altid er en forventning om, at vi skal være der og være klar med et svar på alt, hvad de spørger om. Hvis vi bliver uenige i receptionen, så er det svært at få talt færdigt, fordi vi skal tale med kunder hele tiden."



FORANDRINGER UDFORDRER FAGLIGHEDEN

EN DEL FUNKTIONER inden for kundeservice-området er i direkte fare for at blive afviklet, outsourcet og/eller erstattet af digitale selvbetjeningsløsninger. De funktioner, der bibeholdes på kundeservice-området, forventes at blive mere specialiserede, ligesom flere administrative områder vil smelte sammen. Kundeservice vil eksempelvis kunne varetage opgaver, der traditionelt ligger i økonomi eller administration m.v.

Den største fare består i, at medlemmerne ikke ønsker ændringer i deres arbejdsopgaver.

Fremtidens kundeservicemedarbejdere har dyb forretningsforståelse, arbejder projektorienteret og opkvalificerer deres kommunikative kompetencer – ikke bare på dansk, men også på engelsk, tysk m.v. De arbejder i et hurtigt tempo og nyder at have mange bolde i luften. De sætter en ære i at levere service.

CHEF OM KUNDESERVICENS FREMTID

”De skal være skarpe i det med info og have gode kompetencer med sprog. De skal klædes på til at tale med alle slags mennesker, og vi har en del kinesere. Det er det der med at håndtere forskellige kulturer.”

CHEF OM KUNDESERVICENS VÆRDISKABELSE

”Man skal være passioneret, hvis man er front end – det kan være lettere at gemme sig, hvis man er bagved. De skal kunne være på – og det skal ikke stresser dem at være på. De ved, hvad firmaet står for, de er bevidste om virksomhedens profil, og det er vigtigt.”

DE FIRE JOBROLLER INDEN FOR KUNDESERVICE

Medlemmerne kan opdeles i fire gennemgående roller i virksomheden. Rollerne beskriver bestemte funktioner, opgavetyper og kompetencer. De fleste medlemmer har job, der indeholder elementer fra flere af rollerne.



KOORDINATOR

Understøtter positive kundeoplevelser

- ✓ Sørger for, at kunderne oplever sammenhængen af overgange til andre led i virksomheden.
- ✓ Sikrer, at kunder og samarbejdspartnere forbindes med den medarbejder, der kan imødekomme deres behov.



KONSULENT

Vidensbank, der kvalificerer strategisk arbejde med stærke kundeoplevelser

- ✓ Har dyb viden om alle dele af virksomheden, produkter, m.v. og kan levere netop den information videre til kunder og kolleger, som de har brug for i situationen.
- ✓ Bidrager med indgående kundeindsigter til at klæde virksomhedens beslutningstagere på inden for udvikling af servicetiltag, kundeoplevelser og kundekommunikation.



DRIFT

Ansigt, stemme og personlighed i virksomheden

- ✓ Modtager, besvarer og viderestiller henvendelser – i receptionen, telefonisk og via mail. Primært fra kunder og samarbejdspartnere, men også fra kolleger i andre dele af virksomheden.
- ✓ Har ansvar for reception, rundvisninger og viderestillinger.
- ✓ Har ad hoc-administrative opgaver for andre dele af huset, herunder praktiske opgaver, fx booking og opdækning til møder.



KONTROLLANT

Sikring af solidt kunde-vidensgrundlag

- ✓ Sikrer, at service og kundeoplevelser lever op til virksomhedens procedurer, værdier, etik og strategi.
- ✓ Har styr på CRM-systemer og sørger for, at data omkring henvendelser er korrekte og up to date.