

Veel werknemers durven niet te bellen: baas loopt flinke bedragen mis

SOPHIE ZIMMERMAN

Gisteren, 19:25 in ONDERNEMEN

AMSTERDAM - Telefoons zijn alom aanwezig in onze levens, ook op de werkvloer. Toch worden de apparaten steeds minder gebruikt zoals ze ooit bedoeld waren: om te bellen. In plaats van telefonisch een dialoog aan te gaan, kiezen mensen vaker voor een mail, appje of spraakbericht als communicatiemiddel. „Zonde, want daarmee lopen bedrijven omzet mis”, betoogt 'belexpert' Janneke van Meenen.



Werknemers zitten de hele dag op hun telefoon, maar ermee bellen durven ze niet.

© GETTY IMAGES

„Telefoneren is veel efficiënter en effectiever dan heen en weer mailen of appen”, stelt Van Meenen die met haar bedrijf Callstories advies, training en coaching aan bedrijven geeft over goed zakelijk bellen. „Met één telefoontje kun je vaak meteen gedaan krijgen waar je anders tien berichten heen en weer voor nodig hebt.”

Uit onderzoek van Motivaction en Tele2 in 2018 bleek dat 40% van de jongeren en 15% van de mensen boven de 30 last had van belangst. „Als je dat vertaalt naar de werkvloer houdt dat in dat er ongeveer twee miljoen mensen actief zijn in het arbeidsproces die bang zijn om te telefoneren”, rekende Van Meenen uit. „Ze groeien op met zoveel andere communicatiemiddelen dat de drempel om de telefoon te pakken steeds hoger wordt.”

Onzeker

Jongvolwassenen zijn volgens de belexpert bang om fouten te maken: „Als je een mail of berichtje stuurt, kun je van tevoren bedenken wat je wil zeggen, maar in een telefoongesprek kun je voor een onverwachte vraag of gesprekswending komen te staan en daar worden ze onzeker van”, vertelt Van Meenen.

Dat is ook de ervaring van Jung Terwijn, oprichter van SEO en marketingbureau Ambismart: „Wij hadden twee twintigers in dienst die continu met hun telefoon in de weer waren; appen, mailen, alles. Ik zei dan vaak: 'bel even want dan heb je het zo geregeld', maar dat deden ze niet.”

Training

Voor Jung was het de reden om Van Meenen in te schakelen voor een beltraining. De cursus van Callstories, waar naast de jonge medewerkers ook andere collega's aan meededen, heeft volgens de ondernemer een blijvende invloed op de manier van werken binnen het bedrijf gehad.

Door intern te bespreken wat voor telefonisch contact wenselijk is en samen te kijken hoe medewerkers in specifieke situaties kunnen reageren, haal je de schroom bij het personeel weg, stelt Van Meenen. „Goede voorbereiding is de beste manier om belangst te bestrijden. Ik pleit altijd voor een goed belscript. Je hoeft niet van A tot Z uit te schrijven wat degene aan de telefoon moet zeggen, maar het is goed van tevoren te bedenken hoe je het beste kunt reageren in situaties, bijvoorbeeld op welke manier je boze klanten te woord kunt staan.”

Bellen voorkomt veel misverstanden stellen beide ondernemers. „Bij platte tekst is het toch vaak lastig om precies te snappen wat iemand bedoelt”, zegt Terwijn. „Helemaal in communicatie met mensen die je nog nooit 'live' hebt gezien of gesproken. Wij zijn ooit een klant kwijtgeraakt omdat hij een mail van mij verkeerd had begrepen.”

Ondanks de vele voordelen, merkt Van Meenen dat nog niet veel ondernemers actief nadenken over het belgedrag binnen hun bedrijf. „Er is een overtuiging ontstaan dat bellen niet efficiënt is, terwijl het juist in deze digitale tijden een heel machtig medium kan zijn. Met persoonlijk contact win je uiteindelijk meer dan alleen met efficiëntie.”

Schroom

Ze pleit er dan ook voor dat er meer aandacht komt voor telefoneren op de werkvloer. „Door intern het gesprek aan te gaan over belangst en samen na te denken over de juiste belscripts, haal je al veel schroom weg. En daarna gaat het vooral om zo vaak mogelijk die telefoon te pakken. Uiteindelijk verdwijnt de angst alleen door het gewoon te doen.”

Oefening baart kunst, is ook de overtuiging bij AmbiSmart. „Wij hebben inmiddels twee vaste belmomenten per dag”, vertelt Terwijn. „Aan het begin van de dag en aan het eind van de dag bellen we even gezamenlijk in om te bespreken waar iedereen mee bezig is. Ik merk dat we allemaal veel makkelijker de telefoon pakken, waardoor dingen veel sneller duidelijk en geregeld worden dan voorheen. En klanten waarderen onze persoonlijke aanpak, juist in de digitale wereld waarin wij werkzaam zijn.”