

Telefoneren

De zakelijke praktijk

Praktijk- en informatieboek

J.H. Altena



Altena-tca Zwolle

Telefoneren

De zakelijke praktijk

Praktijk- en informatieboek

voor de secretaresse, de personal assistant
en andere (management)assistenten

MBO, niveau 3 en 4

J.H. Altena

2017



Altena-tca Zwolle

© 2017 J.H. Altena

Vormgeving: Altena-tca

NUR: 164

Deze digitale uitgave komt overeen met de paperback met
ISBN/EAN: 9789082678321 (te bestellen via www.altena-tca.nl)

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Licentiehouders mogen (delen van) de inhoud vermenigvuldigen, doch uitsluitend voor gebruik binnen de vestiging van de instelling waarvoor de licentie is aangeschaft.

Voor andere uitgaven in deze serie: www.altena-tca.nl

Inhoud

Over dit boek	5
De klant	7
1 Communicatie bij Silmex	9
Communicatie – achtergrondinformatie	12
2 Zakelijk telefoneren	18
Achtergrondinformatie algemeen en melden	19
Achtergrondinformatie doorverbinden en telefoonalfabet	23
Achtergrondinformatie deskundigheid en terugbellen	26
Achtergrondinformatie bereikbaarheid	28
Achtergrondinformatie boodschap juist overbrengen	36
Achtergrondinformatie vragen stellen en gespreksopbouw	39
Achtergrondinformatie klachtengesprekken	46
Achtergrondinformatie slechtnieuwsgesprekken	49
De kern van zakelijk telefoneren	55
2.1 De secretaresse als filter	56
2.2 Telefonisch vergaderen	59
2.3 Telefoonnummers	60
3 Internationaal telefoneren	62
Samenvatting	69
Bijlage I Telefoon-/bezoeknotieblad	70
Bijlage II Checklist telefoongesprekken	71
Illustratieverantwoording	72

Over dit boek

Dit boek is anders opgebouwd dan de andere boeken in deze serie, die bestaan uit aparte praktijk- en informatieboeken. In dit boek is sprake van een mengvorm. De praktijk staat centraal, maar daar waar bij die praktijk (in hoofdstuk 1 en 2) achtergrondinformatie nuttig of noodzakelijk is, is die tussengevoegd. Daarbij is gekozen voor een wat kleinere letter en een licht getinte achtergrond. Soms is even doorlezen voldoende, soms zul je die informatie echt grondig moeten bestuderen om geen (domme) fouten te maken bij het zakelijk telefoneren.

Bij de aanvullende hoofdstukken is gekozen voor een 'gewone' opbouw van de - hier meer theoretische - lesstof.

Dit boek gaat dus vooral over de *praktijk* van het telefoneren. En daarmee komen we dan meteen bij een enorm probleem: dat leer je namelijk niet uit een boekje. Wel kun je je een paar handigheidjes eigen maken en je bewust proberen in te leven in de vragen en problemen van anderen (wat trouwens ook in tal van andere situaties erg nuttig kan zijn).

Oefenen kunnen we dus wel, maar echt toetsen of je het zakelijk telefoneren beheerst kan alleen in de echte praktijk, op school bij de receptie en bij projecten of tijdens je stage (die hier de officiële benaming 'beroepspraktijkvorming' dan ook echt verdient). Daarom zul je in dit boek veel oefenopgaven tegenkomen en weinig opgaven die mee kunnen tellen bij je uiteindelijke beoordeling. Beide soorten opgaven zijn als volgt te herkennen:

Oefenopgaven

Opgaven die mee kunnen tellen voor je beoordeling

Bij het beantwoorden van een telefoontje kun je soms voor verrassingen komen te staan. Juist het kunnen inspelen op onverwachte situaties is essentieel bij telefoontechniek. Daarom zal in veel gevallen de instructie slechts aan een van de twee 'spelers' gegeven worden. De andere partij wordt gespeeld door de docent of door iemand die zonder dat de anderen dat horen door de docent geïnstrueerd wordt. In die zin is dit boek dus niet compleet (en staat de aanvulling alleen in de docentenhandleiding).

Wees je bij de komende oefeningen, maar vooral ook in de praktijk altijd bewust van het volgende:

Het allerbelangrijkste bij telefoontechniek is de klant of de relatie. Die moet tevreden zijn, die moet je vasthouden!

Ik hoop dat dit boek je helpt een competente secretaresse, managementassistent of 'personal assistant' (PA) te worden die door klanten en relaties al bij de eerste indruk als zodanig wordt herkend.

Jan Altena

De klant

De secretaresse of de persoonlijk assistent (een wat breder begrip, meestal aangeduid met de Engelse benaming 'Personal Assistant' of PA), legt en onderhoudt interne en externe contacten. Dat is een onderdeel van de kerntaken voor je toekomstige beroep en dus bijzonder belangrijk.

Externe contacten met wie?

Met de klant!

En hoe ziet die klant er dan wel uit?

Wie of wat is die klant dan wel dat hij onze aandacht zo verdient?

Bij Silmex, het bedrijf waar je nu gaat werken (zie volgende hoofdstuk), hangt bij de receptie de volgende poster.

Laat de tekst maar eens goed op je inwerken!

WAT IS EEN KLANT?

Een klant

- is de belangrijkste persoon in ons bedrijf, onverschillig of hij persoonlijk aanwezig is, schrijft, mailt of telefoneert;
- hangt niet af van ons, maar wij van hem;
- vormt geen onderbreking van ons werk, maar de zin en het doel ervan;
- is geen buitenstaander, maar een levend deel van onze zaak;
Wij bewijzen hem geen dienst wanneer wij aan zijn verlangens voldoen. Hij bewijst ons een dienst wanneer hij ons de gelegenheid geeft dit te doen;
- is geen dorre statistiek, maar een mens van vlees en bloed die zijn vooroordelen en zijn vergissingen kan hebben;
- is niet iemand met wie men een twistgesprek houdt of zijn intellect meet. Er is geen mens die ooit een debat met een klant gewonnen heeft;
- is iemand die ons zijn wensen voorlegt. Het is onze taak deze wensen zowel voor hem als voor ons winstgevend uit te voeren.

Wat is de kern van klantgericht denken?

Dat is dat je altijd probeert je in te leven in de ander!

Wat zou je zelf willen als je op dat moment in de schoenen van die ander stond?

Hoe zou jij reageren als jou zoiets was overkomen?

Zou jij hetzelfde reageren als je opgegroeid was in die andere cultuur?

Met andere woorden:

DENK MET HET HOOFD VAN DE ANDER.

Het voorkomt misverstanden (communicatiestoringen) en het toont bovendien je (echte) belangstelling voor de ander. Iets wat zeker ook positief werkt buiten je werkkring.

Opgave 0

Je leest het goed: opgave 0.

Deze opgave is bedoeld als een soort voortoets waarbij je je vanuit jezelf en je eigen situatie realiseert wat klantenbenadering inhoudt.

Eerst ben je zelf de klant, daarna kruip je in de huid van degenen die met die klant te maken hebben.

.....
.....
.....