

# WORKZ GUIDE

WORKZ GUIDE TILL ATT REKRYTERA  
KUNDSERVICEMEDARBETARE FÖR 2020-TALET



# Inledning

Aldrig förr har människan varit så viktig för god service som nu. Ett kontroversiellt påstående kanske i dessa tider av tekniska under. Och det är sant, dagens kundservice står under omdaning. Många kontakter som tidigare behövde hanteras av kundservicemedarbetare kan numera automatiseras med hjälp av ny teknik och AI-applikationer.

Fastän Sverige är ett investerings- och teknikvänligt land, där nya applikationer gärna testas, vill vi ändå hävda att människan alltid kommer att ha kvar sin plats i kundservice. Dels för att de satsningar som genomförs inte alltid får kundtillfredsställande resultat och dels för att utförandet av mer kvalificerade uppgifter, och benägenheten att ge god service, kommer att vara avgörande för att bibehålla nöjda kunder. Men det betyder också att kraven som ställs på de kundservicemedarbetare som arbetar kvar höjs. Förbi är tiden då nästan vem som helst kunde ta inkommande samtal och bearbeta dem. Det medför även att företagen måste ändra sig inställning till rekrytering.

I den här guiden går vi igenom hur du går tillväga för att anställa och utveckla 20-talets kundservicemedarbetare. Och få ännu nöjdare kunder längs vägen.



# Investera i teknik, men satsa på människan

När det gäller nya tekniska lösningar är de utvecklade och framtagna baserade på erfarenheter och behov som de effektivt ska lösa. Massvis av forskning och testning ligger bakom en färdig produkt och köparna, det vill säga du, jämför och utvärderar olika lösningar och leverantörer innan ni väljer det som passar er bäst.

Så ser det tyvärr inte ut när det kommer till rekrytering, bemanning och sourcing. Det är fortfarande, än i dag, magkänslan som allt som oftast får avgöra vilken kandidat som få jobbet – trots att det är en metod som all arbetspsykologisk forskning dömt ut då den har en mycket svag reliabilitet och validitet.

Vårt viktigaste råd till dig som vill bygga en framgångsrik och lönsam kundserviceorganisation är därför: innan du försöker att investera dig fram tekniskt till bättre kundtillfredsställelse bör du gräva där du står och se till att det mest grundläggande – personalen – är rätt för kundserviceyrket.



# Spara pengar på att anställ rätt personer från början

Resultatet kan annars bli kostsamt.

Att rekrytera är dyrt, att felrekrytera är svindyrt. Det vet du säkert redan. Men hur dyrt? De senaste siffrorna är så skrämmande att vi knappt vågar skriva ut dem. Fackförbundet Vision har räknat på det och kommit fram till att slutsumman för en rekrytering inklusive onboarding samt kostnader för avveckling av medarbetaren som slutar i genomsnitt landar på 542 700 kronor. Som om det inte vore illa nog indikerar beräkningar från Poolias att en felrekrytering kostar cirka 700 000 kronor.

Då är kostnaderna inte inräknade för vad dålig kundservice kostar i form av sämre lönsamhet. Forskning från Accenture Strategy visar att 64 procent av de som byter leverantör gör det på grund av en dålig serviceupplevelse. Och när företag förlorar en kund gör de det oftast för all framtid (6 av 10 gånger). Resultatet? Företag måste ersätta dem med nya kunder, vilket är tidskrävande och kostsamt.



# Underskatta inte den personliga relationen

När enkla och repetitiva ärenden kan hanteras av bottar och andra tekniska lösningar blir personalens arbete mer stimulerande. Mer komplicerade och affärsrelaterade ärenden hamnar i dina anställdas knän. Och för att kunna hantera dem krävs en viss typ av personlighet och begåvning.

Forskning från CEB/Gartner Group visar att det finns sju typer av kundserviceprofiler. De kallar dessa för: den tillmötesgående, den utmanande, den kontrollerande, den empatiska, den hårda arbetaren, den innovativa och klippan. (Om detta har vi tagit fram en helt egen guide som du kan ladda ner från vår webb.)

Det visar sig vara den personlighetstypen som kallas för den kontrollerande som är bäst på att lösa kundernas problem – och uppskattas mest av de som kommer i kontakt med dem. De är inte bara bra på att diagnostisera kundens problem utan de kan lättare avgöra vem de pratar med, hur han eller hon vill bli bemött och skräddarsy en lösning och presentera den för kunden mer effektivt än andra profiler.



## Bättre lämpad att hjälpa kunden

Den kontrollerande fokuserar mindre på att fråga kunden vad den vill göra och mer på att berätta vad han eller hon behöver göra. Målet är alltid att hitta den snabbaste och enklaste lösningen på problemet. Det leder till att ett samtal med kundservicemedarbetaren känns mer mänskligt och mindre som att den läser från ett manus, särskilt eftersom denna personlighetstyp gärna frångår uppsatta checklistor när de märker att dessa inte passar kunden de pratar med. Resultatet blir att problemet får en kundanpassad lösning istället för en generisk. Samtidigt får kunden det han eller hon omedvetet vill ha: tydlig vägledning ut ur problemet.

## Forskningen är entydig - ta fram en kompetensprofil

Att ta fram en kompetensprofil för en yrkesroll är ett stort och omfattande arbete. Bakom en kompetensprofil för kundserviceyrket ligger år av forskning och mätningar av prestationer och personligheter hos tusentals individer. Baserat på denna data har faktorerna som avgör framtida arbetsinsatser och anställningstid mejslats ut. Sedan finjusteras den till en kravprofil beroende på inriktning.

Ska de sälja? Ska de hantera klassiska kundservicefrågor? Behöver de ha teknisk kompetens? Med en kompetensprofil i botten kommer du välja bort de som inte passar för yrket, samtidigt som du identifierar de med bäst förutsättningar att bli högpresterare i just din organisation.



**A SATISFIED  
CUSTOMER  
IS THE BEST  
BUSINESS  
STRATEGY  
OF ALL**

# Matcha alla kandidater mot profilen

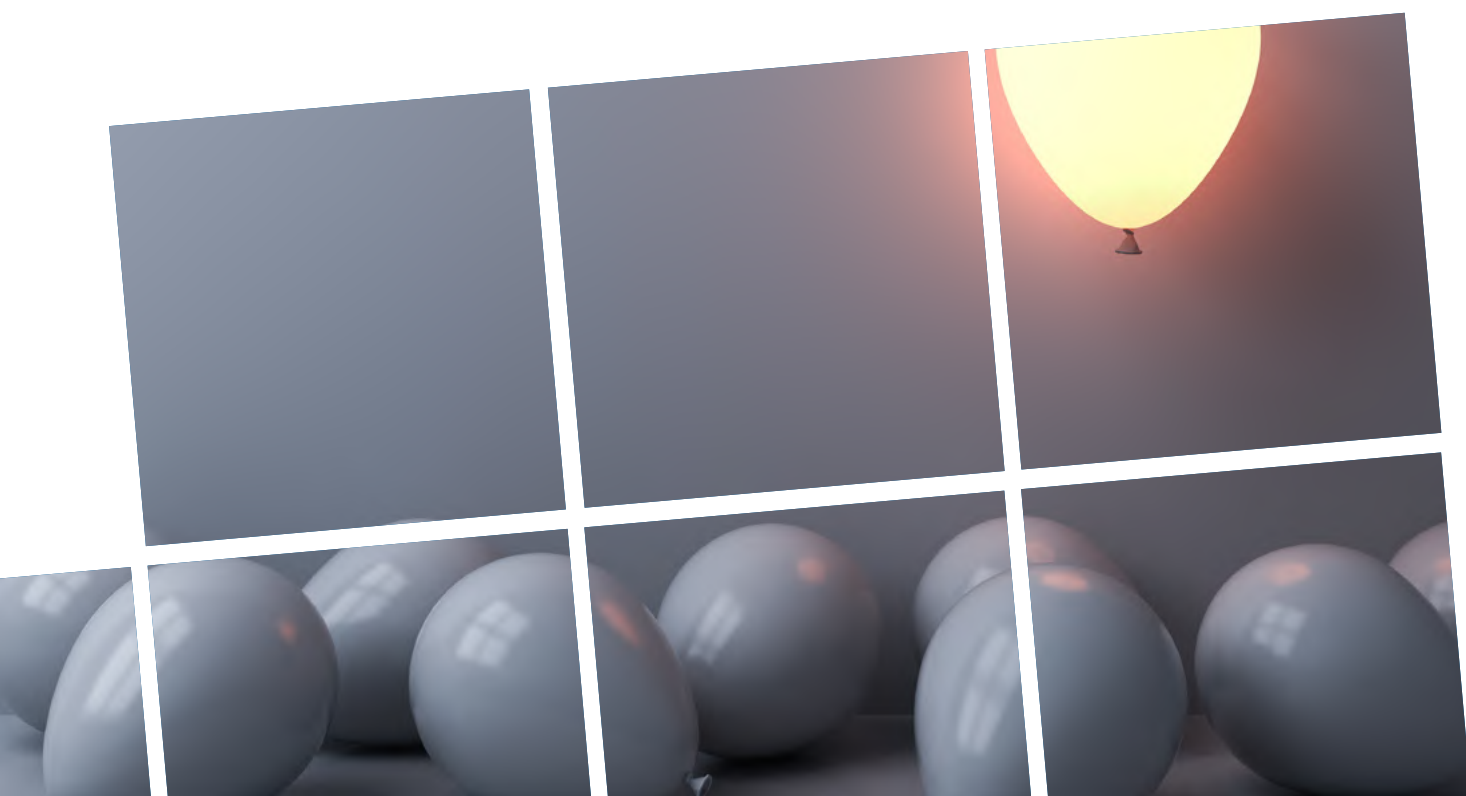
Samtliga kandidater matchas med kompetensprofilen. Detta sker genom särskilda tester som mäter hur väl enskilda individer mappar mot den önskade bilden. För något som fortfarande anses vara ett lågavlönat yrke kan det verka omständligt med en så pass gedigen rekryteringsprocess, men då vill vi påminna om att det är människorna som jobbar i kundservice som kommer i kontakt med flest kunder, dessutom ofta i kritiska skeenden när de behöver hjälp eller är missnöjda.

## Testa kontraproduktivt beteende

Det är centralt att testa servicebenägenheten, logiskt tänkande och problemlösningsförmåga. Men det finns även andra, minst lika viktiga faktorer att känna till om sin kandidat. Kontraproduktivt beteende är en sådan sak. Att testa detta redan tidigt i rekryteringsprocessen ger mervärde åt företaget eftersom frånvaro från arbete, bedrägeri eller farligt beteende kan orsaka stor skada och höga kostnader. Produktivitet och simultantkapacitet är andra viktiga saker att titta på.

Vidare är det av stort värde att förutse anställningstid. En god inblick i om en anställd kommer att stanna kvar i organisationen gör att företag både kan minska sannolikheten för en hög personalomsättning och minska rekryteringskostnader. Har du glömt varför detta är viktigt påminner vi om punkt 2 i denna guide.

Tack vare modern psykologi kan vi i dag mäta det mesta. På Workz tar vi hjälp av experter inom arbetspsykologi för att utveckla våra kompetensprofiler. Det möjliggör för Workz att skraddarsy profiler som styr mot kundens kpi:er och att följa upp och justera urvalsmodellen vid behov.



# Gör ditt urval med fokus på kvalitet – på riktigt

Workz matchar alla kandidater till uppdrag mot de olika kompetensprofilerna. Detta sker tidigt i processen. Rekryteringsprocessen blir helt fördomsfri då ingen annan information presenteras förrän matchningen är gjord och det första urvalet är framtaget. Processen blir tydlig och kostnadseffektiv i termer av färre nedlagda mantimmar, där mindre tid behövs till att genomföra intervjuer och cv-gallring. Hela processen går dessutom snabbare när en manuell värdering av ansökningarna kan begränsas till slutkandidaterna. Slutligen ökar kvaliteten på urvalet, eftersom metoden är vetenskaplig och genererar en högre statistisk träffsäkerhet än de gallringsmetoder som är alternativen när du ska hantera en större grupp sökande.

Vad innebär en sådan urvalsprocess? Jo, att 50 – 70 procent av de sökande sällas bort. Och det ska du vara glad för. Kvar återstår de som har bäst förutsättningar att leverera god service åt både verksamhet och kund.

## Luras inte av de sökandes erfarenhet

Tidigare erfarenhet från kundservice är inte av någon vikt för att lyckas i rollen. Det kan snarare vara en nackdel om kandidaten är fast i ett visst arbetssystem eller förlegade arbetssätt. Den enda gång tidigare erfarenhet spelar roll är den allra första tiden och då endast på grund av att de kommer igång snabbare tack vare att de känner igen miljön och systemen. Men när det kommer till sådant som är viktigt på riktigt, ex. kundtillfredsställelsen, kan tidigare erfarenhet och gamla hjulspår vara rent av negativt.





# Utbilda, utbilda, utbilda

För att rätt person ska fungera i kundserviceavdelningen räcker det inte med en gedigen rekryteringsprocess. Det krävs ett fortsatt engagemang i de rekryterade i form av gedigen utbildning och träning av personalen.

På Workz ger vi alla medarbetare en rejäl grundutbildning innan de ska ut på sitt uppdrag. Denna innehåller en rejäl duvning i grundläggande servicekoncept och handhavande av kunder i olika kanaler. Men den ger även personalen en insikt i kundserviceaffären, dvs. vilken roll en kundserviceavdelning spelar för ett företag, vad en högre kundtillfredsställelse innebär för ett företags resultat på kort och lång sikt och en förståelse för de mål och nyckeltal kundservice jobbar med, och varför de finns.

Den löpande kompetensutvecklingen sker därefter under minst 6 månader parallellt med att de är ute på sitt uppdrag. Den anställde får coaching och träning med fokus på varje individs personliga utvecklingsbehov och baseras på:

- ✓ individen själv, och dennes särskilda förutsättningar och behov
- ✓ individuellt coachande
- ✓ teknik som stöder utbildningen (ex. individuella tips och test som kommer direkt till agenternas mobiltelefoner)
- ✓ uppföljning av varje agents framsteg och framtida behov av stöd
- ✓ personligt ledarskap och eget ansvarstagande

Genom att satsa på personalen formar vi trygga och professionella kundservicemedarbetare som kan bygga upp våra kunders varumärken. Det leder till:

- ✓ ökad försäljning
- ✓ ökad kundtillfredsställelse
- ✓ ökad medarbetartrivsel
- ✓ lägre personalomsättning
- ✓ högre effektivitet

För en kandidat som har genomgått alla dessa steg under de 6 månader som det tar att genomföra dem är en certifiering aktuell. Vi är ensamma om att certifiera kundservicepersonal och det är ett tryggt sätt för dig att veta att dina konsulter har bäst förutsättningar att bemöta dina kunder med den respekt, kunnighet, erfarenhet och det mottagande de förtjänar. Certifieringen är ett bevis på att de är drillade i de senaste metoderna för att kunna arbeta med merförsäljning, teknisk support och traditionell kundservice.



# Ett utvecklande samarbete

För oss på Workz är det viktigt att ha en långsiktig strategi för våra anställda – och de kunder vi hjälper.

Minst en gång i månaden stämmer vi av med våra kunder och går igenom prestationer och planerar vidareutveckling på individnivå. Vi följer upp KPI:er, arbetar med individuella utvecklingsplaner och genomför sociala avstämningar för att säkerställa att både medarbetare och kund trivs och har rätt förutsättningar att leverera god kundservice. Vid mötena avsätter vi även tid för att kunna diskutera kundservicefrågor brett och vara ett bollplank för angränsande utveckling.

Detta är minst lika viktigt för dig som vill rekrytera och utbilda personal på egen hand. En kundserviceavdelning och dess personal är aldrig fulländad utan kräver en ständig handpåläggning.

## Slutligen

Efter att ha jobbat med kundservice i så många år (tre decennier!) kan vi se att detta sätt att rekrytera och utbilda kundservicepersonal på fungerar.

Vi hittar individer som passar bättre för yrket, helt enkelt. Det innebär att de trivs bättre och stannar längre. Dessutom levererar de bättre kundservice än genomsnittet. Det ser vi inte minst när vi besöker kunder som använder sig av en kombination av egen och vår inhyrda personal. När vi följer upp gemensamma KPI:er för hela avdelningen ser vi tydligt när det kommer till kundtillfredsställelse och lösningsgrad att vår personal sticker ut - redan efter några månader.

Hemligheten bakom vår personal är i och med denna guide inte särskilt hemlig längre: vår rekryterings- och utbildningsstrategi resulterar i personal som lätt kan ta till sig ny information, lösa problem självständigt och bemöta kunder på ett personligt vis.





## Om Workz

Workz är ett resursföretag inom kundservice, med fokus på bemanning med rätt personal. Våra anställda består av individer som har handplockats av oss och utbildats och certifierats till kundservicekonsulter. Certifieringen står vi själva för. På så sätt vet vi att våra medarbetare har rätt förutsättningar för att kunna hjälpa dig – och dina kunder. Dessutom kan de börja leverera från första arbetsdagen. Vi fungerar även som ett verksamhetsstöd till kundservicechefen inom alla olika delar av den komplexa kundservicevärlden. Sist men inte minst hjälper vi kundservice- och företagsledningar med att utveckla och förbättra strategier inom kundservice och förbereder dem för framtiden.



## Kom i kontakt med oss

Workz Sweden AB, Box 160, 101 23 Stockholm

Besöksadress: Vasagatan 16, Stockholm

workz.se | kontakt@workz.se | Telefon: 08 - 22 45 22

