

Klantcontactberoepen

Factsheet arbeidsmarkt



Medewerkers klantcontact zijn het eerste aanspreekpunt voor de klant en beantwoorden tal van vragen via de telefoon, maar ook via mail, chat of andere kanalen. Soms wordt gesproken over callcentermedewerker of klanten-servicemedewerker, de branche zelf spreekt liever van klantcontactmedewerker. Het werk is onder te verdelen in:

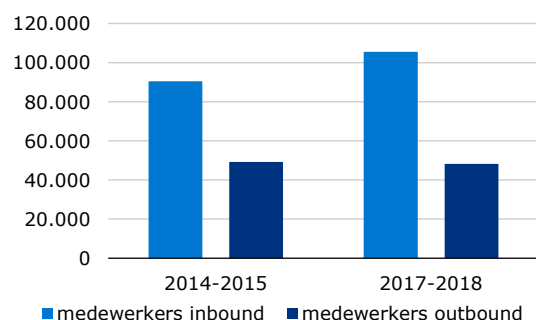
- **Inbound:** het ontvangen en beantwoorden van klantvragen. Het kan hier gaan om informatieve, adviserende of commerciële contacten;
- **Outbound:** het initiatief voor het gesprek ligt bij de medewerker klantcontact en kan zowel informatief (bijvoorbeeld 'uw artikel is binnen') als commercieel van aard zijn (gericht op de verkoop van producten of diensten of bijvoorbeeld de werving van donateurs voor goede doelen).
- **Inhouse contactcenters:** dit zijn afdelingen klantcontact van het bedrijf zelf. Men verzorgt de afhandeling van het klantcontact in eigen beheer en op eigen locatie;
- **Facilitaire contactcenters:** het gaat hier om bedrijven die klantcontactdiensten verzorgen voor externe opdrachtgevers. Deze opdrachtgevers doen het klantcontactwerk dus niet zelf, maar besteden het uit.

In het klantcontact gaat het de laatste jaren steeds vaker om 'inbound' werkzaamheden: het opvangen van vragen en verzoeken van (potentiële) klanten of - als het de overheid betreft - burgers.

Werkgelegenheid klantcontact stijgt

Er zijn geen exacte cijfers over het aantal werkenden in het klantcontact. Volgens een grove schatting van CBS gaat het om circa 154.000 mensen. Dat is bijna 2% van de totale beroepsbevolking. Dit aantal is gebaseerd op de omvang van een viertal beroepssegmenten.¹ De afbakening van deze segmenten is niet helemaal sluitend - voor een deel worden er ook beroepen in meegerekend die niet tot het klantcontactwerk behoren, zoals commercieel medewerker binnendienst².

Ontwikkeling werkende beroepsbevolking 2-jaarsgemiddelde 2014/2015 en 2017/2018



Bron: CBS, op verzoek van UWV

Grootste groei voor inbound werk

Tussen 2014/2015 en 2017/2018 is het aantal medewerkers inbound gestegen, terwijl het aantal medewerkers outbound licht daalde.

De groei van het aantal medewerkers inbound wordt o.a. veroorzaakt door de toename van online aankopen en het steeds meer aanbieden van diensten via internet door bijvoorbeeld de overheid, bank of energie-leverancier. Deze toename zorgt ervoor dat face-to-face contact verschuift naar telefonisch of digitaal contact. De afname van de outbound werkgelegenheid heeft te maken met privacywetgeving, zoals het bel-me-niet-register en de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Medewerkers outbound mogen klanten alleen nog benaderen als deze daar expliciet toestemming voor hebben gegeven. Daarmee is er een verbod op zonder meer 'koud bellen'.

¹ Op basis van CBS cijfers is een globaal beeld te geven van het aantal mensen dat werkzaam is in het klantcontact. Het gaat om een viertal beroepssegmenten, namelijk Informatievertrekkers, Callcentermedewerkers inbound, Callcentermedewerkers outbound en Telefonisten.

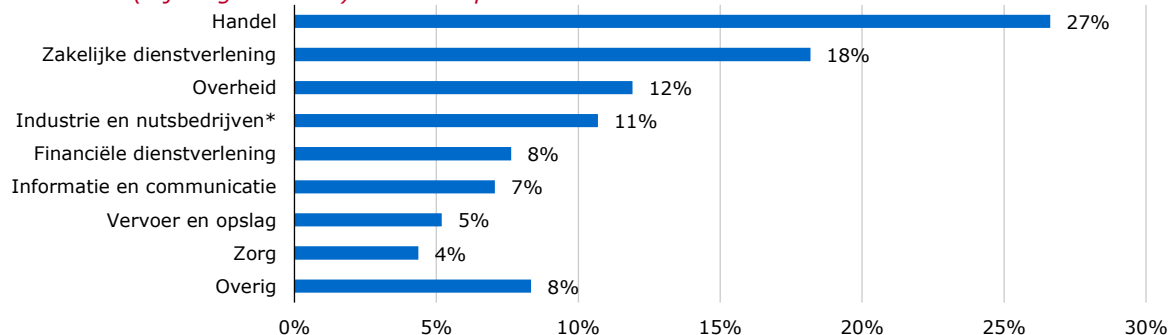
² De commercieel medewerker binnendienst draagt zorg voor de verkoop van artikelen of diensten en regelt de administratieve afhandeling daarvan. Ondersteunt de commerciële buitendienst en de afdeling inkoop en logistiek.

Klantcontact functies komen overal voor

Het werk is niet aan een bepaalde bedrijfssector gebonden. De meeste werkgelegenheid is te vinden in de sectoren handel (zowel detail- als groothandel) en zakelijke dienstverlening (waartoe onder andere de facilitaire contactcenterbedrijven behoren). Bijna de helft van het aantal werkende medewerkers klantcontact doet dat in één van deze twee sectoren. Andere sectoren waarin klantcontactmedewerkers veel voorkomen zijn de overheid (bijvoorbeeld bij gemeenten), industrie en nutsbedrijven, financiële dienstverlening en de ICT. Maar ook in sectoren als de zorg worden steeds vaker contactcenters ingericht.

In welke sectoren werken medewerkers klantcontact?

2017-2018 (2-jaarsgemiddelde) werkzame personen



* hieronder vallen o.a. ondernemingen voor gas, water, elektriciteit en afvalverwerkingsbedrijven

Bron: CBS, op verzoek van UWV

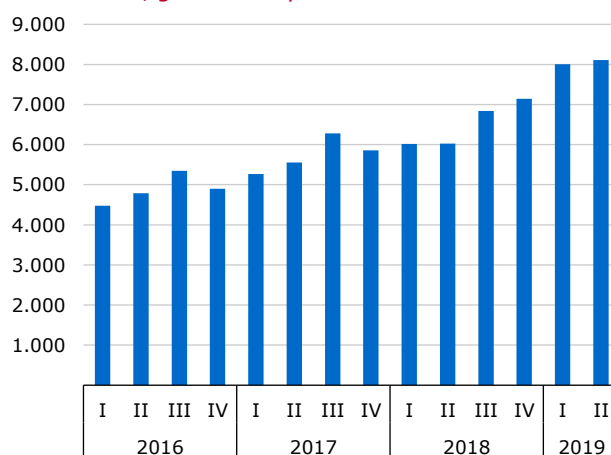
Knelpunten in personeelsvoorziening

Sterke vacaturegroei

Zolang organisaties hun contacten met klanten en burgers verder digitaliseren, blijft er vraag naar klantcontactmedewerkers. Het aantal nieuwe vacatures voor klantcontactberoepen steeg de afgelopen kwartalen sterk: van bijna 4.500 in het eerste kwartaal van 2016 tot 8.000 in het eerste kwartaal van 2019 (+79%). In het tweede kwartaal van 2019 blijft het aantal vacatures op nagenoeg hetzelfde hoge niveau.

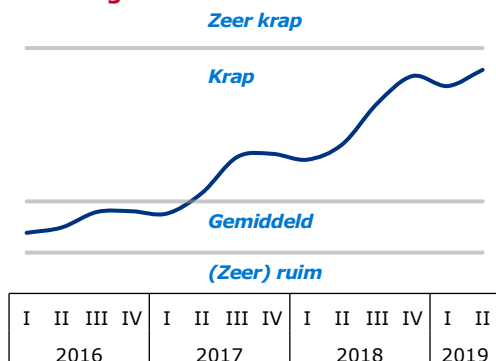
Binnen het klantcontact zijn er grote verschillen tussen sectoren. Uit het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek 2018 blijkt dat klantcontactcenters gemiddeld 8,4 vacatures hebben. Bij inhouse klantcontactcenters in de ICT is het aantal vacatures bijna twee keer zo hoog en bij facilitaire contactcenters ruim drie keer. De meeste vacatures zijn voor medewerkers klantcontact, maar er is ook grote behoefte aan stafmedewerkers op het gebied van business intelligence en workforce management³.

Schatting nieuwe vacatures klantcontactberoepen 2016 – 2019, gemiddelde per kwartaal



Bron: UWV

Ontwikkeling arbeidsmarktsituatie klantcontact



Bron: UWV, spanningsindicator

Krapte klantcontactberoepen neemt toe

Sinds het tweede kwartaal van 2017 is er sprake van een krappe arbeidsmarkt voor klantcontactberoepen. Deze krapte is in 2018 en 2019 verder toegenomen. Hoe krapper de arbeidsmarkt, hoe minder kortdurend werkzoekenden beschikbaar zijn per openstaande vacature. Dit maakt het lastiger voor werkgevers om vacatures te vervullen.

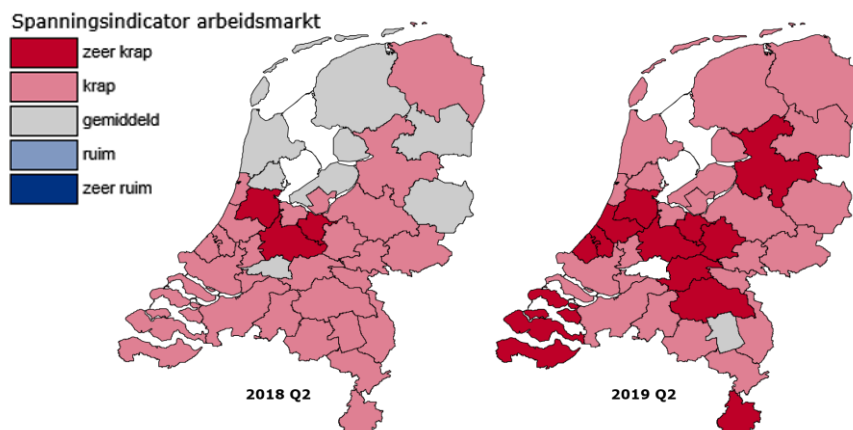
De tekorten zijn niet in heel Nederland en bij alle werkgevers even groot. In het tweede kwartaal van 2018 waren er 25 arbeidsmarktregio's met een krappe arbeidsmarkt en 3 met een zeer krappe arbeidsmarkt. Een jaar later was de arbeidsmarkt in 21 regio's krap en in 12 arbeidsmarktregio's zelfs zeer krap.

³ Workforce management (WFM) houdt zich bezig met het afstemmen van de personeelsinzet op de workload

In de arbeidsmarktregio's rond steden als Amsterdam, Utrecht en Amersfoort is er al langere tijd sprake van een zeer krappe arbeidsmarkt voor klantcontactberoepen. Daar zijn nu zes aanpalende regio's bijgekomen (Holland Rijnland, Zuid-Holland Centraal, Haaglanden, FoodValley, Rivierenland en Noordoost-Brabant). Ook rond Zwolle, in Zeeland en Zuid-Limburg is er inmiddels sprake van een zeer krappe arbeidsmarkt.

Ontwikkeling regionale spanning klantcontactberoepen

2018 (Q2) en 2019 (Q2), spanningsindicator UWV



Tekorten het grootst bij facilitaire contactcenters

In de facilitaire contactcenters ervaren werkgevers vaker dan gemiddeld knelpunten vanwege een tekort aan personeel. In de eerste 3 kwartalen van 2017 betrof dat circa een derde van de werkgevers. In 2019 is dit aandeel bijna verdubbeld (62%).

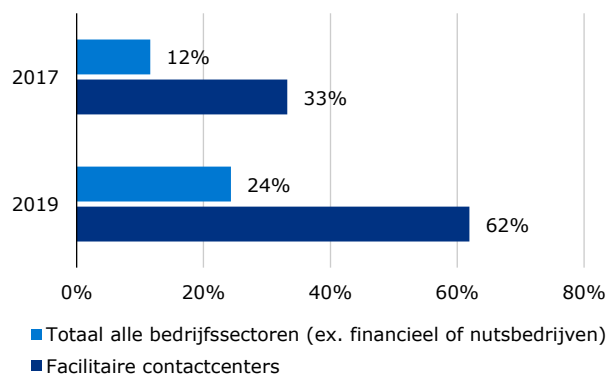
Veel bedrijven beschikken over een interne klantcontactafdeling ('inhouse'). Circa één op de vijf besteedt het klantcontactwerk (deels) uit aan een extern facilitair contactcenter.

Facilitaire contactcenters kampen over het algemeen meer met personeelstekorten dan bedrijven met een interne klantcontactafdeling. Onderzoek van KIRC geeft aan dat de omstandigheden tussen facilitaire en 'inhouse' contactcenters verre van gelijk zijn. Zo is er bij facilitaire contactcenters vaak minder mogelijk qua roosterflexibiliteit, salaris en tijd voor opleiding en coaching. Dit kan het werken bij facilitaire contactcenters minder aantrekkelijk maken.

Door personeelstekorten ontstaat een vicieuze cirkel: de werkdruk bij het zittend personeel stijgt. Mede hierdoor neemt de servicekwaliteit af en worden zowel de klant als de medewerker klantcontact minder tevreden. Dat leidt vervolgens tot een toename van 'herhaalverkeer' in klantvragen en tot een hoger verloop onder de medewerkers.⁴

Aandeel ondernemers dat productiebelemmering ervaart door personeelstekort

Gemiddelde kwartaal 1 tot en met 3



Bron: CBS, conjunctuurenquête

Oplossingen voor personeelstekorten

Om de tekorten tegen te gaan kunnen werkgevers verschillende maatregelen nemen.⁵ Allereerst zijn er oplossingen die relatief snel kunnen worden toegepast, zoals intensiever werven en het inzetten van (andere) wervingskanalen als social media of het aanpassen van de functie-eisen. Maar vaak is er meer nodig om tekorten op te lossen en de concurrentie aan te gaan met andere sectoren die ook op zoek zijn naar personeel. Andere oplossingsstrategieën die kunnen worden ingezet zijn:

Nieuw talent aanboren



Op zoek gaan naar nieuwe medewerkers kan onder andere door

- te werven onder **werkzoekenden uit aanpalende sectoren als detailhandel en hospitality**. Mensen die in dit soort segmenten hebben gewerkt kunnen relatief makkelijk aan de slag in het klantcontact: de beroepseisen en -vaardigheden komen deels overeen.

⁴ Bron: Stichting KIRC (2018), Bouwen aan je eigen succes, Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie

⁵ Bronnen: gesprekken met vertegenwoordigers uit de branche; Fintrex (2019), Arbeidsmarktanalyse klantcontact 2018-2019; KIRC (2018), Bouwen aan je eigen succes, Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie; KSF en Stichting KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact; customerservicevalley.nl

- Als nieuw personeel wordt geworven dat niet volledig aan de functie-eisen voldoet, neemt het belang van **scholing en coaching** toe. De meeste contactcenters verzorgen zelf interne cursussen en trainingen, waardoor de medewerkers klantcontact een goede basis krijgen om aan de slag te kunnen gaan.
- **Strategische samenwerking** met andere bedrijven op het gebied van personeelsbeleid. Bedrijven kunnen ervoor kiezen om met elkaar samen te werken bij het aantrekken en behouden van personeel. Een voorbeeld van zo'n samenwerking is Customer Service Valley in Limburg. Deze samenwerking stelt bedrijven in staat hun arbeidsmarktpositie en imago te versterken. Door samen op te trekken bij werving, scholing en loopbaanontwikkeling, kunnen werkgevers hun vacatures makkelijker vervullen en kunnen werknemers eenvoudiger doorstromen.

Werk anders organiseren



Voor bedrijven kan het anders organiseren van de werkzaamheden ook een oplossing zijn.

- De **inzet van technologie** kan het werk van medewerkers klantcontact verlichten en deels overnemen. Zo kunnen met een goede website veel klantvragen worden afgevangen. Ook in een 'mijn omgeving' kunnen klanten veel zaken zelf regelen, zoals bijvoorbeeld het doorgeven van een adreswijziging. Daarnaast kan het beantwoorden van eenvoudige klantvragen worden geautomatiseerd door de inzet van chatbots. De consequentie van de inzet van deze self-service kanalen is dat de vragen die voor de medewerkers klantcontact overblijven vaak complexer worden.

Boeien en binden



Goed werkgeverschap is cruciaal bij het behouden van personeel. Tevreden werknemers maken het bovendien makkelijker om nieuw personeel aan te trekken.

- Het **aanpassen van arbeidsvoorwaarden** kan een manier zijn om medewerkers aan te trekken en vast te houden, bijvoorbeeld door sneller een vast dienstverband aan te bieden.
- Het **vergroten van medewerkersbetrokkenheid** bij de organisatie is een ander aspect. Het werk kan interessanter worden gemaakt door bijvoorbeeld
 - de medewerkers klantcontact meer bevoegdheden te geven bij het afhandelen van klantvragen. Dit betekent dat medewerkers meer vrijheid hebben om het gesprek naar eigen inzicht te voeren en meer mandaat om beslissingen te nemen;
 - teams zelf verantwoordelijk te maken voor het roosteren, waardoor de medewerker klantcontact meer invloed heeft op zijn werktijden.

- **Leren en ontwikkelen.** Door de toenemende complexiteit van de klantvraag is het van belang dat medewerkers zich blijven ontwikkelen. Dit kan door zittende medewerkers scholings- en coachingstrajecten aan te bieden. Uit onderzoek van KIRC blijkt dat contactcenters steeds meer tijd besteden aan individuele coaching. Daarnaast kunnen loopbaanontwikkeltrajecten en traineeships bijdragen aan het carrièreperspectief van de medewerkers.
- Aandacht voor **positionering van klantcontact** in de organisatie. Werkgevers (h)erkennen steeds vaker de waarde van klantcontact voor het succes van hun organisatie. Een goede positionering is een belangrijke stap om het klantcontactwerk aantrekkelijker te maken.
- **Leuke dingen naast het werk.** Door de medewerkers centraal te zetten en als werkgever aandacht te hebben voor een informele, gezellige cultuur of het organiseren van (niet verplichte) activiteiten, wordt bijgedragen aan het 'werkgelek' van de klantcontactmedewerker. Uit onderzoek van Fintrex komt naar voren dat medewerkers klantcontact dit één van de belangrijkste factoren vinden die een werkgever aantrekkelijk maakt.
- **Locatiekeuze.** Als het gaat om de beschikbaarheid en het behoud van personeel kan ook de aantrekkelijkheid van de locatie (bijvoorbeeld qua bereikbaarheid) een rol spelen. Bij beslissingen over uitbreiding of een nieuwe vestigingsplaats kan dit een factor zijn om rekening mee te houden.

Kenmerken werkgelegenheid

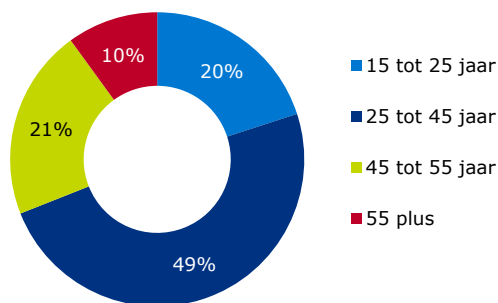
Relatief veel jongeren

Uit het Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact blijkt dat de **gemiddelde klantcontactmedewerker 37 jaar** is. Eén op de vijf is jonger dan 25 en één op de tien is ouder dan 55 jaar. Hiermee ligt het aandeel jongeren in het klantcontactwerk boven het landelijk gemiddelde (15%) en blijft het aandeel ouderen er bij achter (20%). Bij facilitaire contactcenters en bij inhouse contactcenters in de retail is het aandeel jongeren het grootst (relatief veel studenten), terwijl de gemiddelde leeftijd het hoogst is bij inhouse contactcenters in de financiële dienstverlening.

Meer vrouwen dan mannen

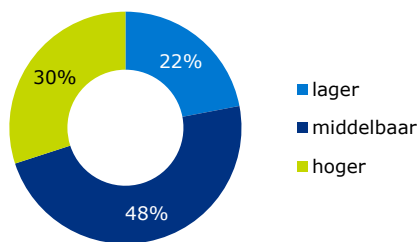
In het klantcontactwerk blijft het aandeel mannen achter bij het aandeel vrouwen. Ruim 6 op de 10 medewerkers klantcontact zijn vrouw.

Werkenden klantcontact naar leeftijd 2017



Bron: KSF & KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact

Werkenden klantcontact naar opleidingsniveau 2017

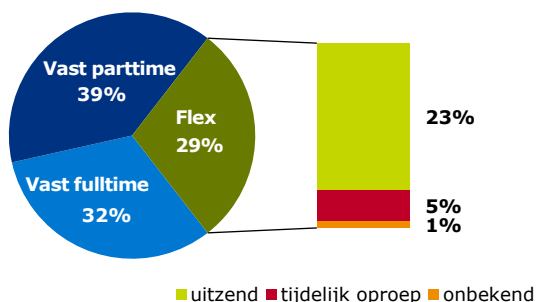


Bron: KSF & KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact

Parttime én fulltime banen

Klantcontactcenters hebben ruime openingstijden, vaak ook in de avonden of het weekend. Hierdoor is het in de meeste functies mogelijk zowel parttime als fulltime te werken. Het is belangrijk dat medewerkers klantcontact qua werktijden flexibel inzetbaar zijn, zodat er gedurende alle openingsuren voldoende bezetting is. Deze flexibiliteit speelt met name voor de medewerkers inbound, die eerstelijns klantvragen opvangen. De meeste medewerkers klantcontact hebben een baan van 20 uur of meer. Kleine banen van 12 uur of minder komen naar verhouding weinig voor. Wel is het aandeel voltijdse contracten lager dan gemiddeld. Binnen facilitaire contactcenters komen relatief de meeste kleine en tijdelijke banen voor. Deze contactcenters worden vaak ingeschakeld om piekdruk te op te vangen.

Contract soorten 2017

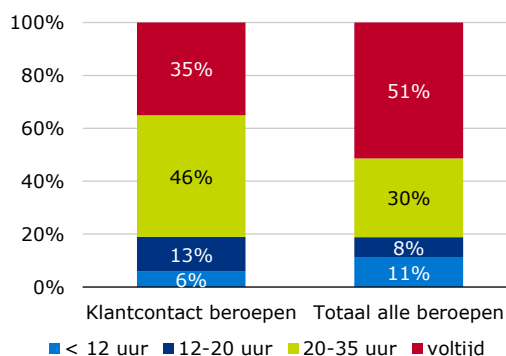


Bron: KSF & KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact

Merendeel is middelbaar opgeleid

Bijna de helft van de klantcontactmedewerkers heeft een **opleiding op middelbaar niveau**. Ruim 20% is laagopgeleid. Vooral bij facilitaire contactcenters zijn lager opgeleiden oververtegenwoordigd. Dit wordt deels verklaard door het grote aandeel jongeren dat hier een bijbaan heeft en (nog) geen opleiding heeft afgerond. Circa 30% van de klantcontactmedewerkers heeft een afgeronde opleiding op hbo- of wo-niveau. Hoogopgeleide medewerkers zijn vooral bij kleinere inhouse contactcenters werkzaam.⁶

Contract omvang 2017



Bron: KSF & KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact

Relatief veel uitzendcontracten

Gemiddeld werken klantcontactmedewerkers 28 uur per week. Volgens het Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact hebben zeven op de tien medewerkers een vast dienstverband, dit is in lijn met het landelijk gemiddelde van alle beroepen tezamen. Circa 29% heeft een flexcontract.

De flexibele schil wordt voor het grootste deel gevormd door uitzendcontracten, gevolgd door oproepcontracten. Het aandeel uitzendcontracten ligt in het klantcontact-werk ruim boven het gemiddelde van alle beroepen tezamen (4%). Naar verhouding maken vooral facilitaire contactcenters en inhouse contactcenters in de retail veel gebruik van uitzendkrachten.

Trends, kansen en bedreigingen⁷

Digitalisering zorgt voor kansen én risico's

Voor bedrijven is het een uitdaging om vragen en problemen van klanten snel en adequaat op te lossen en daarbij de informatie uit de verschillende contactkanalen met elkaar te verbinden. ICT systemen maken steeds meer mogelijk. Zo speelt digitalisering onder meer een rol bij

- de **kennismanagementsystemen** waarvan de medewerkers klantcontact gebruik kunnen maken bij het beantwoorden van klantvragen;
- **omnichannel**: het geïntegreerd kunnen volgen van klanten via verschillende contactkanalen, waarbij informatie die de klant verstrekt via het ene kanaal wordt meegenomen naar alle andere kanalen;
- **self-service kanalen**, zoals service-apps en een 'mijn omgeving';
- **gepersonaliseerd klantcontact**: door data over klanten te verzamelen, te verwerken en te analyseren, kunnen zij proactief worden geïnformeerd en een persoonlijk aanbod krijgen dat op hun situatie is toegesneden.



⁶ Bron: KSF & KIRC (2018), Nationaal Sectoronderzoek Klantcontact

⁷ Bronnen: gesprekken met vertegenwoordigers uit de branche; KIRC (2018), Bouwen aan je eigen succes, Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie; Klantcontact 2019: wat zijn de trends? www.bizzphone.com; Tien trends in klantinteractie 2020-2023 www.klantcontact.nl; 2020 Nieuwe regels Telemarketing. Van Outbound naar Inbound, contactons.nl; Wet Arbeidsmarkt in Balans: grote impact op klantcontactsector, www.klantcontact.nl

Het digitaliseren van klantcontact en het uitbreiden en integreren van (nieuwe) klantcontactkanalen is complex. Het welslagen ervan is een belangrijke voorwaarde voor de kwaliteit en de resultaten van de klantenservice.

Meer contactmomenten met medewerkers klantenservice

De groei van technologie betekent niet dat het aantal contactmomenten met medewerkers klantcontact vermindert. Integendeel: de **menselijke maat** staat (weer) voorop. Na een jarenlange daling van 'live-contacten' is daar sinds 2017 een kentering in gekomen. Zo is de afname van het telefoniekanaal tot stilstand gebracht. Eén van de oorzaken is dat self-service niet voor alles een oplossing is. Daarnaast dragen de 24-uurseconomie en de toename van e-commerce bij aan de groei van het klantcontact. Klanten vinden het vooral belangrijk snel geholpen te worden (dus korte wachttijden), een goede kwaliteit van de klantenservice (kanaalafhankelijk) en 24/7 beschikbaarheid. Afhankelijk van persoonlijke voorkeur, productkenmerken en onderwerp hebben klanten verschillende kanaalvoorkeuren. Zo blijkt uit onderzoek van Verint⁸ dat telefonie met name wordt gebruikt bij urgente vragen, de 'mijn omgeving' voor het doen van aankopen en betalingen en e-mail voor klachten.

Wet- en regelgeving

Door een **wijziging in de telecomwet** mogen medewerkers outbound vanaf 2021 klanten alleen nog benaderen als zij daar expliciet toestemming voor hebben gegeven. Uitgaand bellen zonder herkenbaar nummer is dan niet meer toegestaan. Met deze aanpassing in de wet vervalt het bel-me-niet-register. Deze wetswijziging sluit aan bij de AVG⁹. De verwachting is dat het aantal contactcenter medewerkers outbound daardoor verder zal afnemen. Ook de **Wet Arbeid in Balans** (WAB) zal vanaf 2020 naar verwachting impact hebben op het klantcontactwerk. Deze wet verkleint de kloof tussen vast en flexibel werk. Door de inhuur van flexibele arbeid minder aantrekkelijk te maken wil het kabinet werkgevers stimuleren meer vaste contracten aan te bieden. De nieuwe regels rond uitzend- en oproepkrachten en payroll-constructies raken de flexibele schil van de klantcontactcenters.

Ontwikkelingen in klantcontactberoepen¹⁰

Medewerkers klantcontact zijn als eerste aanspreekpunt belangrijk voor klantenbinding en klanttevredenheid. Ze vangen vragen en klachten op en kunnen bijdragen aan het verbeteren van het bedrijfsimago. Veel banen in het klantcontact hebben te maken met algemene klantenservice, waarbij het belangrijk is dat de medewerkers de producten en diensten van het bedrijf kennen. Soms is binnen het klantcontact ook specialistische kennis noodzakelijk. Denk aan:

- Financieel specialisten die informatie en advies geven over bijvoorbeeld hypotheek, beleggings- en verzekeringsproducten;
- ICT'ers om klanten te ondersteunen bij het installeren van ict-apparatuur of te adviseren bij het oplossen van (technische) problemen;
- Medewerkers met kennis van consumentenelektronica;
- Medewerkers met een goede beheersing van een vreemde taal (zoals Engels, Frans, Duits, Spaans).

Aanscherping functie-eisen klantcontact

Waar ooit de telefoon het enige communicatiekanaal was voor de klantenservice, heeft de klant steeds vaker de keuze uit onder andere e-mail, chat, Twitter, Facebook (Messenger) en WhatsApp. Standaardvragen kunnen in toenemende mate via de website, e-mail of apps worden beantwoord. Voor de meer ingewikkelde vragen of klachten blijft menselijke tussenkomst noodzakelijk. Dit betekent dat van de medewerkers steeds **meer** wordt verwacht op het gebied van **kennis en vaardigheden**.

Klantcontactwerk vraagt om medewerkers die

- Communicatief en sociaal vaardig zijn;
- Analytisch en oplossingsgericht;
- Snel kunnen schakelen;
- Een empathische houding hebben;
- Multi-skilled zijn.

Servicegerichtheid, empathisch vermogen en communicatieve vaardigheden zijn de meest gewenste skills. Het is belangrijk dat medewerkers klantcontact zich kunnen inleven in de klant(vraag), goed kunnen luisteren, kunnen omgaan met verschillende typen mensen en een zeker incasservermogen hebben. Daarnaast wordt het steeds belangrijker dat ze breed inzetbaar zijn ('multi-skilled') op verschillende communicatiekanalen en producten.

Servicegerichte klantcontactmedewerkers



⁸ Verint (2018), Defining the Human Age: een reflectie op Customer Service in 2030. Nederlandse resultaten, samengesteld voor het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2018

⁹ Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die sinds 25 mei 2018 door de Autoriteit Persoonsgegevens wordt gehandhaafd, zie voor meer informatie: autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/algemene-informatie-avg/algemene-informatie-avg

¹⁰ Bronnen: gesprekken met vertegenwoordigers uit de branche; KIRC (2018), Bouwen aan je eigen succes, Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie; Klantcontact 2019: wat zijn de trends? www.bizzphone.com; Chatbots in 2019 - 5 trends www.frankwatching.com

Integratie van frontoffice en backoffice

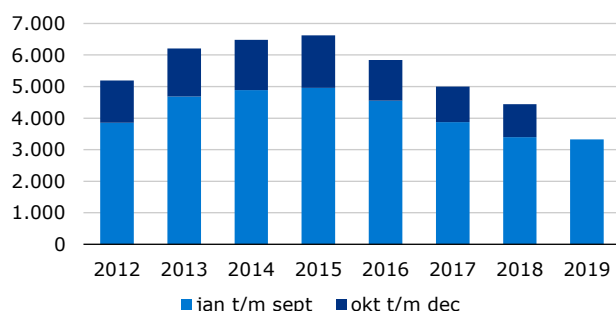
Er zijn de laatste jaren veel contactkanalen bijgekomen. Vooral de self-servicemogelijkheden zijn gegroeid. Het gevolg hiervan is dat de relatief moeilijke vragen overblijven voor de medewerker klantcontact. Het onderscheid tussen eerste- en tweedelijns klantvragen vervaagt. Sommige bedrijven kiezen ervoor om medewerkers backoffice ook frontofficetaken te geven. Bij andere bedrijven krijgen de medewerkers frontoffice juist meer bevoegdheden om zaken die eerst bij de backoffice lagen, nu zelf af te handelen.

Nieuwe functies

De digitaliseringsslag vraagt ook om ander personeel. Zo moeten **chatbots worden geïnstrueerd en ingericht**. Dat levert nieuw werk op. Daarnaast is er behoefte aan **data-scientists** en **medewerkers business intelligence** die in staat zijn de enorme hoeveelheid (ongestructureerde) data over de verschillende contactkanalen heen te combineren, te analyseren en op basis daarvan aanbevelingen te doen. Zo ontstaat een completer klantbeeld en kunnen (nieuwe) klantcontactkanalen integreren tot een logisch werkend geheel. Bij steeds meer bedrijven vinden deze werkzaamheden in het contactcenter zelf plaats.

WW-uitkeringen

Nieuwe WW-uitkeringen klantcontactberoepen 2012 – 2019



Bron: UWV

Daling nieuwe WW-uitkeringen sinds 2015

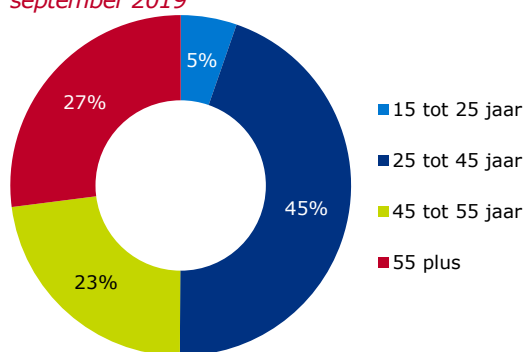
Het aantal WW'ers dat met een klantcontactberoep staat ingeschreven is de afgelopen jaren gedaald. Het piekjaar was 2015 met 6.600 nieuwe WW-uitkeringen. In de daarop volgende jaren nam het aantal nieuwe WW-uitkeringen af. In 2018 waren er 4.400 nieuwe WW-uitkeringen: 33% minder dan in 2015. De eerste drie kwartalen van 2019 zet deze daling zich voort, zij het in lichte mate.

Net als bij de nieuwe WW-uitkeringen daalt ook het aantal lopende WW-uitkeringen van mensen die op zoek zijn naar een klantcontactberoep. Per eind september 2019 werden ruim 3.200 WW-uitkeringen verstrekt, terwijl dat er eind september 2018 nog bijna 3.700 waren. Een afname van 13%.

Enkele kenmerken:

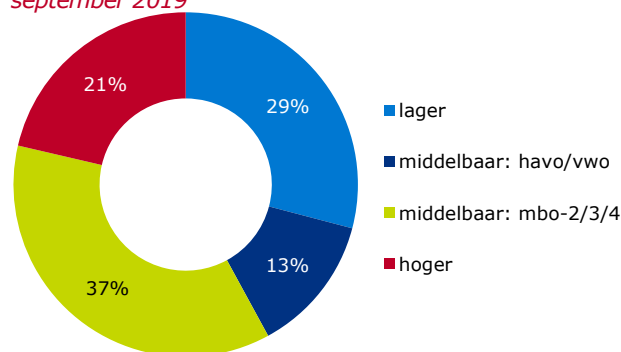
- Twee derde is vrouw. Dat past in het beeld van een hoog aandeel werkende vrouwen in het klantcontact;
- Ruim een kwart (27%) is 55 jaar of ouder. De grootste groep (45%) is tussen de 25 en 45 jaar;
- 29% van de WW'ers die ingeschreven staan voor een klantcontactberoep heeft geen startkwalificatie. De grootste groep bestaat uit mensen met een mbo-diploma op niveau 2, 3 of 4 (37%).

Leeftijd WW'ers klantcontactberoep Per september 2019



Bron: UWV

Opleidingsniveau WW'ers klantcontactberoep Per september 2019



Bron: UWV

Kansen op werk

Met de krapte op de arbeidsmarkt nemen de baankansen in het klantcontactwerk toe. Op dit moment hebben de meeste medewerkers klantcontact een opleiding op mbo-niveau. Vanwege het steeds complexer wordende werk neemt de behoefte aan hoogopgeleide medewerkers toe. Die zijn echter moeilijk te vinden. Daarom werven klantcontactorganisaties nog steeds veelvuldig onder mbo'ers¹¹. **Een vakspecifiek (mbo)diploma is vaak niet noodzakelijk, wel wordt gekeken naar competenties.**

¹¹ Fintrex (2019), Arbeidsmarktanalyse klantcontact 2018-2019

Interne opleidingen voor medewerkers klantcontact

Voor beginnende en meer ervaren medewerkers verzorgen de meeste contactcenters zelf interne cursussen en trainingen. Via e-learnings en incompany-opleidingen worden de noodzakelijke skills bijgebracht. Ook zijn er branchecertificaten op verschillende niveaus, uitgegeven door de Klantenservice Federatie (KSF).¹²



Om het branchecertificaat te halen moet de medewerker klantcontact een online theorietoets en een praktijktoets afleggen. Hierbij gaat het om zaken als klantvriendelijkheid, oplossingsgerichtheid, communicatie (waaronder gespreksvaardigheid), de rol in de organisatie en wettelijke regelgeving op het gebied van klantenservice (zoals de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en het bel-me-niet-register).

De meeste interne opleidingen en trainingen richten zich net als het branchecertificaat op klantcontactvaardigheden. Om als medewerker klantcontact te kunnen functioneren is het daarnaast van belang over inhoudelijke vakkennis te beschikken. Welke kennis nodig is, hangt af van het bedrijf en de producten. Klantcontact bij een elektronicabedrijf waarbij technische klantvragen binnenkomen over tablets en telefoons vraagt bijvoorbeeld om andere kennis dan klantcontact bij een zorgverzekeraar, een bank of bij een energiebedrijf. Zo is binnen het bank- en verzekeringswezen minimaal een WFT-basis diploma (Wet Financieel Toezicht) vereist. Deze eis geldt daarom ook voor gespecialiseerde medewerkers klantcontact op dit terrein.

Opleidingen in het mbo

In het mbo zijn er verschillende kwalificaties die studenten opleiden voor een baan in het klantcontact, namelijk de opleiding:

- Contactcenter medewerker (mbo-3);
- Leidinggevende team/afdeling/project (mbo-4). Deze opleiding is een samenvoeging van meerdere kwalificatiedossiers, waaronder de kwalificatie Contactcenter teamleider.

Volgens Stichting Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB)¹³ is de kans op werk 'goed' voor studenten die dit schooljaar beginnen met de opleiding Contactcenter medewerker. Voor de opleiding Leidinggevende team/afdeling/project is de kans 'voldoende'. Er zijn echter relatief weinig mbo-studenten die voor deze opleidingen kiezen. Van alle mbo'ers die in het schooljaar 2018-2019 een opleiding op het gebied van economie en handel volgden, stond slechts één procent hiervoor ingeschreven.

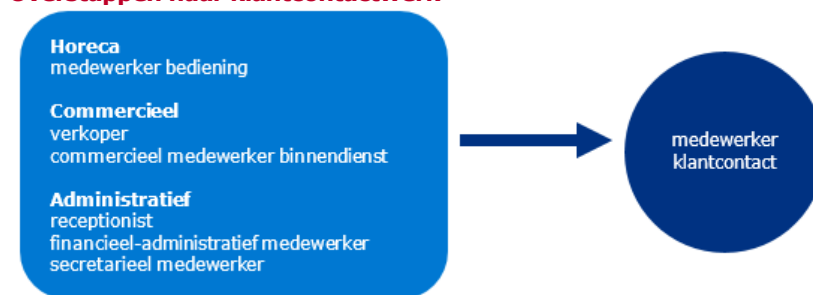
Er zijn ook andere mbo-opleidingen die raakvlakken hebben met het klantcontactwerk. Dit betreft de opleiding commercieel medewerker (mbo-3) voor o.a. commercieel medewerker binnendienst en de mbo-4 opleiding voor (junior) accountmanager.

Kansen vanuit aanpalende beroepssegmenten

De klantcontactbranche is een redelijk 'open branche' waarin mensen relatief gemakkelijk aan de slag kunnen. UWV beschikt over unieke gegevens uit het arbeidsverleden van mensen die de afgelopen jaren op enig moment waren ingeschreven als werkzoekenden op werk.nl. Deze werkzoekenden laten een digitaal cv achter.

Met behulp daarvan zijn de meest voorkomende loopbaanwisselingen in kaart gebracht. Daaruit komt naar voren dat er relatief veel overstappen zijn van mensen die werkervaring hebben in de horeca, commercie en administratie naar klantcontactberoepen. De beroepseisen en -vaardigheden komen voor een deel overeen. Vandaar dat mensen die in dit soort beroepen hebben gewerkt relatief makkelijk aan de slag kunnen in het klantcontact.

Overstappen naar klantcontactwerk



Scholings- en wervingstrajecten in samenwerking met UWV

Voor medewerkers klantcontact is er meer vraag dan aanbod. Vacatures worden steeds moeilijker vervulbaar. UWV werkt samen met partners in de sector om werkzoekenden te interesseren voor een beroep in het klantcontact, zoals blijkt uit onderstaande voorbeelden.

Traject voor gecertificeerd klantcontactmedewerker

In samenwerking met Overstag is in Groningen een traject opgezet om werkzoekenden in 2 maanden op te leiden tot gecertificeerd klantcontactmedewerker. De opleiding is gericht op het verlenen van service aan (bestaande) klanten en kent geen saleskarakter. Voor dit traject komen werkzoekenden met een afstand tot de arbeidsmarkt in aanmerking die bij UWV en bij de gemeente staan ingeschreven. De scholing vindt plaats met behoud van uitkering.

¹² Klantenservice Federatie (2019), KSF Branchecertificaat

¹³ SBB (2019), feiten en cijfers over doelmatigheid; SBB (2019), kwalificatiedossiers.

De scholingsperiode bestaat uit theorie en praktijk. Bij goede afronding ontvangen de deelnemers het branchecertificaat van de Klantenservice Federatie (KSF). Tijdens het traject maken de kandidaten kennis met verschillende werkgevers in Groningen en omgeving, waar momenteel veel vacatures zijn. Hoewel nog veel klantcontact via de telefoon gaat, zijn er ook mogelijkheden op webcareafdelingen (klantcontact via mail, chat etc.). Een paar keer per jaar start een nieuwe groep. Van de deelnemers die in mei 2019 aan dit traject zijn begonnen, heeft tot nu toe bijna twee derde een baan als medewerker klantcontact gevonden.

Leer-werktraject KPN

In een jaar tijd worden werkzoekenden met een afstand tot de arbeidsmarkt, waaronder mensen met een arbeidsbeperking, in het Customer Contact Center van KPN opgeleid tot contactcenter medewerker op mbo-3 niveau. Tijdens het leer-werktraject wordt rekening gehouden met maatwerk aanpassingen die bij een mogelijke arbeidsbeperking passen. Ook is er extra begeleiding door teamleiders, trainers en jobcoaches. De opleiding bestaat uit een combinatie van theorie en praktijk. De kandidaten worden door Randstad Participatie en het Werkgeversservicepunt van UWV geworven en geselecteerd. De opleiding wordt verzorgd door Ocaro. Naast algemene klantcontactvaardigheden doen de kandidaten kennis op over de producten en diensten van KPN. Na afloop van het leer-werktraject kunnen de deelnemers aan de slag als medewerker klantcontactcenter of medewerker webcare. Als een baan binnen KPN niet beschikbaar is, wordt de medewerker door Randstad Participatie begeleid naar andere organisaties die op zoek zijn naar gecertificeerde contactcenter medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Mogelijkheden voor mensen met een arbeidsbeperking

Afhankelijk van de arbeidsbeperking die iemand heeft, zijn er mogelijkheden om als medewerker klantcontact aan de slag te gaan. Steeds meer organisaties staan hiervoor open. Vooral bij kleinere inhouse contactcenters zijn er kansen, bijvoorbeeld voor visueel of auditief beperkte mensen die met maatwerk aanpassingen in staat zijn reguliere klantcontactwerkzaamheden op te pakken. Daarbij is het wel van belang dat de zij over mbo werk- en denkniveau en de juiste competenties beschikken.

Soms is het werk niet 1 op 1 passend, maar zijn er bepaalde ondersteunende werkzaamheden die toegankelijk te maken zijn. Het Centrum Inclusieve Arbeidsorganisatie (CIAO), een samenwerking van UWV en Universiteit Maastricht, heeft modelbeschrijvingen gemaakt van diverse organisaties en instellingen. Hierbij wordt gekeken welke taken van functies geschikt of mogelijk geschikt zijn voor mensen met een arbeidsbeperking. Zo komt er uit modelbeschrijvingen vanuit diverse sectoren¹⁴ naar voren dat er kansen zijn op het terrein van klantondersteuning. Denk hierbij aan taken als:

- Administreren: controleren en aanpassen van adressenbestanden, versturen van herinneringsmails;
- Bevoorraden: controleren van kantoorvoorraden en het eventueel doen van bestellingen indien nodig;
- Ondersteunen facilitair: reserveren van ruimtes (t.b.v. overleggen/vergaderingen), schoonmaken van keukenblok (aanrecht en koelkast) op afdeling, schoonmaken elektronica (computers, telefoons en toetsenborden).

Loopbaanmogelijkheden voor medewerkers klantcontact

Voor medewerkers klantcontact zijn er zowel binnen als buiten de organisatie verschillende loopbaanstappen mogelijk. Volgens het Nationaal Benchmark en trendonderzoek Klantinteractie is een medewerker klantcontact gemiddeld circa 2,7 jaar in dienst. Er zijn signalen dat dit bij facilitaire contactcenters beduidend korter is. In 2018 stroomde circa 8,5% van het personeel door naar een andere functie binnen de organisatie en zo'n 23% naar een functie daarbuiten.¹⁵ Bij een inhouse contactcenter zijn er vaak meer mogelijkheden dan bij een facilitair contactcenter om binnen de organisatie door te groeien, bijvoorbeeld door een overstap te maken naar een afdeling marketing of productontwikkeling.

Medewerkers klantcontact die binnen het contactcenter werkzaam willen blijven, kunnen denken aan

- Een horizontale loopbaanoverstap: andersoortige en complexere producten en taken op het gebied van klantcontact;
- Een verticale loopbaanstap: doorgroeien naar andere functies binnen het bedrijf, bijvoorbeeld naar supervisor of teamleider. Daarbij moeten klantcontactmedewerkers die ambitie hebben om door te groeien naar teamleider er rekening mee houden dat teamleiders steeds vaker hbo'ers zijn met managementervaring. Van hen wordt verwacht dat zij bewust gebruik maken van data, een visie hebben op nieuwe kanalen, de balans tussen menselijk en digitaal klantcontact, en daarnaast een goede gesprekspartner zijn voor de uitvoering en andere stakeholders.¹⁶ Ook hier worden de eisen aangescherpt. Hierdoor is de overstap van medewerker klantcontact naar teamleider minder vanzelfsprekend dan enkele jaren geleden.

Buiten de contactcenters ligt de beste aansluiting in servicegerichte en commerciële functies, zoals bijvoorbeeld commercieel medewerker binnendienst of accountmanager.

¹⁴ Het gaat hier om modelbeschrijvingen voor afdelingen klantondersteuning bij bijvoorbeeld ZBO's

¹⁵ KIRC (2018), Bouwen aan je eigen succes, Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie

¹⁶ Wanneer ben je vakbekwaam in de klantcontactsector?, www.klantcontact.nl

Colofon

Uitgave 12-11-2019

UWV *Afdeling Arbeidsmarktinformatie en -advies*

Postadres

Postbus 58285
Postcode 1040 HG Amsterdam

Inlichtingen

lisan.vandenbeukel@uwv.nl

Auteur

Lisan van den Beukel

Volg ons



Disclaimer

Alles uit deze uitgave mag worden overgenomen, echter uitsluitend met bronvermelding

UWV © 2019

De kennispublicaties van UWV hebben betrekking op vier gebieden. Deze kennen een eigen kleurcodering. Zo kunt u snel zien op welk gebied een publicatie betrekking heeft:

ontwikkelingen in de sociale zekerheid
arbeidsmarkt en arbeidsparticipatie

verder professionaliseren van de dienstverlening
financiële aspecten van de sociale zekerheid