

Klantarena

Luisteren is een kunst en loont!

Van landelijke preventie agenda, naar pijler ouderschap, naar luisteren naar je 'klant'.

Vind je feedback van je klant over jullie aanbod belangrijk?

Wil je jullie nieuwe ideeën bij je klant toetsen?

Wil je weten wat je klanten belangrijk vinden en waar ze behoefte aan hebben?

Al aan een klantArena gedacht?

WHY ???

- Weten wat de ander belangrijk vindt
- Vanuit waarden gaan organiseren
- Doen wat nodig is
- Aansluiten bij de ander : ouders, partners, medewerkers

KlantArena: de kracht van de dialoog om erachter te komen wat onze klanten echt belangrijk vinden.

IT'S NOT
WHAT
BUT WHY
YOU DO IT
~

KlantArena: wat is het?

Een KlantArena is een gesprek wat plaatsvindt in twee ringen; in de binnenring zitten 12-15 klanten, die staan namelijk centraal. Daaromheen in de tweede ring zitten minimaal evenveel medewerkers, staf en leidinggevenden.

Een KlantArena bestaat uit drie gespreksronden:

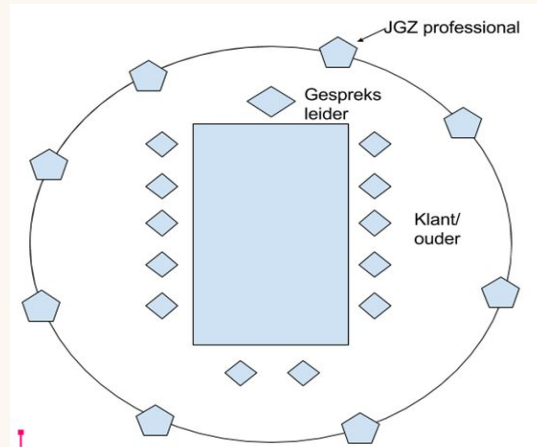
- **Eerste ronde:** alleen de klant is aan het woord. De procesbegeleider gaat een gesprek aan met de klant over thema's die vooraf met de opdrachtgever zijn besproken dan wel door klanten worden ingebracht.
- **Tweede ronde:** er is gelegenheid voor de buitenste ring om (alleen) verdiepende vragen te stellen
- **Derde ronde:** De buitenste ring ruilt van plek met de binnenste ring. De procesbegeleider vraagt naar wat zij gehoord hebben? Wat hen het meeste geraakt heeft en wat zij met de opbrengst gaan doen. Welke zaken kunnen direct worden opgepakt en zo naar verbetering van de dienstverlening leiden?

KlantArena: de klant centraal

Een belangrijk kenmerk van een KlantArena is dat de klanten letterlijk in het centrum van de belangstelling staan.

Gevoel is:

- Serieus genomen
- positief
- gehoord worden
- laagdrempelige interactie



Om je klanten structureel te bevragen is de KlantArena één van de instrumenten.

Luisteren is een kunst

Goed luisteren is zowel een **attitude** als een **vaardigheid**. Er zijn allerlei theorieën over verschillende niveaus van luisteren. De niveaus die vaak voorkomen tijdens bijeenkomsten zijn drieërlei:

1. luisteren om een **bevestiging** te krijgen van je eigen mening
2. Openstaan voor de **mening** van een ander en voor nieuwe inzichten
3. Je **inleven** in de ander, je verplaatsen in haar of zijn situatie.

Als men nog weinig geoefend is in de dialoog, overtuigd van het eigen gelijk of als men vindt dat er weinig te verbeteren valt, komt het eerste niveau veel voor. Niveau twee en drie zijn zichtbaar in organisaties waar men het als een groot goed ziet om van klanten te leren en men openstaat voor kritiek.

Goede gespreksleiding

Zorg voor een (externe) **onafhankelijke** gespreksleider.

Kenmerken van een goede gespreksleider:

- Is onafhankelijk,
- Is onbevooroordeeld: heeft geen historie, alle meningen zijn even belangrijk
- Vraagt door: zoekt de achterkant van het gelijk
- Brengt structuur: leidt de dialoog in goede banen
- Zorgt voor evenwicht: laat alle partijen aan bod komen
- Heeft een inspirerende aanpak: partijen voelen zich uitgenodigd mee te doen
- Is soms confronterend: als er scherpte moet komen in de discussie

Vorbereiding voorafgaand aan klantarena (1)

(3 maanden voor de bijeenkomst)

Organisatie

- Benoem een trekker voor de klantenarena
- Begin op tijd met de organisatie;
- Regel de onafhankelijke (externe) gespreksleider
- Regel de interne sprekers; opening (directie) en afsluiting betrokken manager
- Vorbereidend gesprek met gespreksleiding over: aanleiding voor de KlantArena, de belangrijkste thema's voor de discussie
- Opstellen van een checklist met gespreksthema's voor de KlantArena
- Spreek af wie de verslaglegging doet en of je een bandje mee laat lopen
- Spreek af wie wat gaat doen

Vorbereiding voorafgaand aan klantarena (2)

(3 maanden voor de bijeenkomst) **Locatie**

- Reserveren interne of externe locatie die groot genoeg is (let op akoestiek)
- Zoek een rustige locatie, dicht bij de klant

Klanten

- Begin tijdig met het uitnodigen van klanten door medewerkers, betrek iedereen hierbij (liefst medewerkers met klantcontact, maak gebruik van de natuurlijke momenten)
- Bevestigen deelname naar klanten die toegezegd hebben; reminder enkele dagen voor de KlantArena
- Om uiteindelijk 10-12 klanten in de binnenring te hebben, heb je toezegging nodig van 15/16 klanten; dit in verband met laatste afzeggingen
- Regel cadeautjes voor de deelnemers

Vorbereiding op de dag van de klantarena (1)

locatie:

- Zet de naamkaartjes voor de klanten gereed
- Catering checken
- Opstelling meubilair op checken, staat het goed?
- Waar staan de presentjes?

Medewerkers

- Zorg dat de medewerkers eerder op de locatie aanwezig zijn dan de klanten
- Briefing van de medewerkers voorafgaand aan binnenkomst van de klanten: geef toelichting op de setting, de spelregels en hun bijdrage aan de avond
- Zorg dat iedereen gastheer en gastvrouw is en bespreek wat dit inhoudt
- Zorg dat het een feestje is :-)

Vorbereiding op de dag van de klantarena (2)

Start en afsluiting bijeenkomst

- Laat de bijeenkomst openen door een medewerker met hoge positie in de organisatie (directie)
- Laat de afsluiting verzorgen door een verantwoordelijk manager
- Geef aan hoe men een terugkoppeling kan verwachten
- De trekker doet de wraparound en vertelt wat ze ermee gaan doen.
- Bedank de klant voor hun komst
- Stel in het vooruitzicht dat je er na 6 mnd nog een keer op terug komt

Borgen opbrengst klantArena

- Nabespreking met de opdrachtgever ('derde ronde') om resultaten te vertalen naar acties
- Nalezen van het verslag van de bijeenkomst
- Actiepunten vertalen naar formuleren opdracht (wie gaat wat doen. Wanneer resultaat?)
- Regel de terugkoppeling naar de deelnemers; wie en hoe?

Een KlantArena komt het meest tot zijn recht als deze volledig is ingebed in het beleid van de organisatie en niet als losse activiteit wordt ingezet. Draagvlak bij management en organisatie is essentieel.

Ben je geïnteresseerd?

Vraag de pioniers uit het innovatieatelier!

Voor meer informatie ga naar de site van het NCJ, innovatieatelier:

<https://www.ncj.nl/producten-diensten/ncj-bijeenkomsten/innovatieatelier/>