



KLM Case study

Hoe KLM de
klantgerichtheid van
medewerkers verbeterde
met maatwerktrainingen





Verbeteren van klantgerichtheid

Voor KLM wordt de concurrentie in de dynamische luchtvaartsector steeds heviger. Binnen de organisatie heerst de overtuiging dat het verschil gemaakt kan worden door klanten een onvergetelijke ervaring te bezorgen. Om dat te realiseren kwam er uit een behoefteanalyse een vraagstuk met betrekking tot klantgerichtheid naar voren. ExplainIT werd aangewezen voor het leveren van de oplossing door maatwerk trainingen op het gebied van klantgerichtheid te verzorgen.

Inhoud:

1. Forse concurrentie op de markt	Blz. 3
2. Uitgebreide inventarisatie	Blz. 3
3. Trainingsplan	Blz. 4
4. Doelstelling	Blz. 4
5. Zichtbare resultaten	Blz. 4
6. Match met de trainer	Blz. 5
7. Keuze voor ExplainIT	Blz. 5
8. Contact tijdens het traject	Blz. 5
9. Over ExplainIT	Blz. 6

Aantal medewerkers:
27000

Branche:
Luchtvaart

Hoofdkantoor:
Amsterdamseweg 55, Amstelveen

Contactpersoon:
Dennis Persaud

Functie:
Type Team Leader 747

Website:
[KLM](https://www.klm.nl)

Hoe KLM de klantgerichtheid van medewerkers verbeterde met maatwerktrainingen

Luchtvaartmaatschappij KLM is opgericht in 1919 en heeft inmiddels ruim 27.000 medewerkers. De organisatie opereert wereldwijd en voert drie kernactiviteiten uit: vervoer van passagiers, vrachtvervoer en vliegtuigonderhoud. KLM is ervan overtuigd dat ze het verschil kunnen maken door klanten telkens een onvergetelijke ervaring te bezorgen. Om de klantgerichtheid van medewerkers verder te verbeteren, werden medewerkers getraind met maatwerktrainingen.

Forse concurrentie op de markt

In de luchtvaartsector zijn een groot aantal bedrijven en kennisinstellingen als een keten met elkaar verbonden. De marktdynamiek kenmerkt zich door toenemende concurrentie. Dennis Persaud, Type Team Leader 747, legt uit dat KLM zich wil positioneren met een unieke propositie:

“Je ziet dat onze klanten veeleisender worden. Daarop moeten we onze organisatie aanpassen. We moeten goed weten wat de klant wil en dit integreren in onze dagelijkse operatie. Oprechte aandacht voor klanten zit in ons DNA. Zij moeten zich erkend, prettig en op hun gemak voelen.”

KLM acht het belangrijk om bestaande klanten te behouden, maar ook steeds nieuwe klanten te blijven aantrekken met de unieke propositie. Deze propositie wordt steeds bijgeschaafd om te voldoen aan de wensen en behoeften van de markt. In de maatwerktrainingen voor klantgerichtheid was het daarom ook belangrijk om voldoende aandacht te hebben voor ingeslepen patronen bij medewerkers die aangepast zullen moeten worden.

Uitgebreide inventarisatie

Voorafgaand aan de trainingen zijn een vijftal verantwoordelijken binnen KLM in gesprek

gegaan met een trainingsadviseur en trainer van ExplainIT. Tijdens deze sessie zijn alle ins en outs rondom de trainingsbehoefte vanuit KLM besproken. Daarnaast werden praktische inzichten uit eerdere trainingstrajecten gedeeld vanuit ExplainIT. Dennis Persaud ervaarde het gesprek als zeer wenselijk:

“Wat ik heel prettig vind is dat de trainer aan de voorkant bij ons langs is geweest, zodat hij een goed beeld van onze organisatie heeft gekregen. Daarnaast konden wij inschatten of hij geschikt zou zijn. Ik denk dat een goede inventarisatie aan de basis staat van een succesvol trainingstraject.”

Na afloop van het gesprek zijn er concrete afspraken gemaakt om de vaart erin te houden. Deze werden door zowel ExplainIT als KLM nagekomen, waardoor er al op korte termijn gestart kon worden met het trainingstraject.



ExplainIT is een leverancier waar wij al meerdere trainingen hebben ingekocht. Onze opleidingsafdeling onderhoudt al geruime tijd goed contact met hen. Dat is erg prettig om te weten.



Dennis Persaud, Type Team Leader 747

Trainingsplan

Dennis Persaud heeft in totaal 75 medewerkers onder zich, waarvan er 20 deelgenomen hebben aan de trainingen in drie verschillende groepen. Iedere medewerker heeft drie dagen training gevolgd. Dennis Persaud legt uit dat hier een duidelijke gedachte achter zat:

"In de eerste twee dagen werd er vooral op inhoud getraind. De laatste dag was bedoeld als een herhalingsdag. Tussen de inhoudelijke trainingsdagen en herhalingsdag zaten ongeveer twee maanden. Hier is bewust voor gekozen zodat medewerkers met de training aan de slag kunnen in de praktijk aan de hand van opdrachten om op een later moment met elkaar en de trainer hierover te sparren."

Deelnemers aan de trainingen beantwoorden bij hun werk allemaal (service) vragen vanuit klantenoverdegehelewereld. Zo zijn er klanten uit Azië, maar ook uit Amerika en Europa. Bewustwording dat klanten uit verschillende culturen een aangepaste benadering nodig hebben is daarom noodzakelijk.

Doelstelling

Een training is pas zinvol als er uiteindelijk resultaten zichtbaar zijn in de praktijk. De belangrijkste doelstelling vanuit KLM was hier dan ook op gericht. Dennis Persaud vertelt dat de training een vervolg is op een training op het gebied van feedback geven en ontvangen:

"Kort geleden hebben medewerkers een training voor feedback geven en ontvangen gevolgd, waarbij ze tools en regels hebben gekregen die van toepassing zijn op de klantgerichtheid training. Deze training kun je dan ook als een volgende stap zien in de professionalisering van de organisatie."

Klantgericht denken en handelen in het dagelijkse contact begint bij bewustwording. Het belangrijkste voor KLM was dat medewerkers zich bewust zouden worden van hun eigen gedrag. Iedereen reageert anders en daar moet je als medewerker mee om kunnen gaan.

Zichtbare resultaten

Direct na de trainingen waren de resultaten al zichtbaar binnen de organisatie. Het plan is om de klantgerichtheid in de toekomst verder te optimaliseren, maar het trainingstraject wordt gezien als een grote stap. Dennis Persaud vertelt over de eerste inzichten:

"Direct na de eerste twee trainingsdagen zag ik al positieve ontwikkelingen. Na de herhalingsdag werd mijn beeld nogmaals bevestigd. Het bewustzijn dat je met een klant te maken hebt die uiteindelijk je brood betaald is écht sterk vergroot."

Naast het toegenomen bewustzijn waren er nog een aantal side effects zichtbaar binnen de organisatie. Voorbeelden hiervan zijn het standaardiseren met het afzendadres en de manier waarop de telefoon wordt aangenomen.



Match met de trainer

De match met de trainer was tijdens de kennismaking vooraf al als positief bestempeld door het vijftal van KLM, maar bleek in de praktijk een schot in de roos te zijn. Dennis Persaud heeft lovende woorden over voor zijn geleverde werk:

“Het was erg fijn om met de trainer samen te werken. Hij deed veel inspanningen om zich in te leven in onze organisatie en wat we echt wilden bereiken met de training. Daarnaast vonden alle deelnemers hem ook een uitstekende trainer, zo bleek uit de evaluatie.”

De verwachtingen van Eric Nederlof en Karlijn Veltjens werden ruimschoots overtroffen toen bleek dat er in totaal 1251 aanmeldingen waren in plaats van de voorspelde 200. Maar liefst 320 verschillende medewerkers namen deel, terwijl er in totaal 750 medewerkers werkzaam zijn.

Keuze voor ExplainIT

Op advies van collega's, die eerdere ervaringen hadden, maakte Dennis Persaud kennis met ExplainIT voor het trainingstraject. Hij legt

uit waarom zijn keuze uiteindelijk ook op ExplainIT viel:

“Ik heb gekozen voor ExplainIT op basis van het eerste contact, de succesvolle kennismaking en de aangeboden oplossing. Alles werd in een prettige en duidelijke sfeer met elkaar afgestemd.”

Contact tijdens het traject

De backoffice van ExplainIT stond tijdens het trainingstraject in nauw contact met de opleidingsafdeling van KLM. Zaken konden daardoor snel, prettig en duidelijk met elkaar afgestemd worden. Tevens stond Dennis Persaud zelf nauw in contact met de trainingsadviseur. Hierover vertelt hij het volgende:

“Ik vond het erg prettig dat de trainingsadviseur goed bereikbaar was en dat hij na afloop van het trainingstraject bij mij toetste hoe wij het hadden ervaren. De mindset om van elkaar te leren sprak mij erg aan, zo was er een echte betrokkenheid tussen de organisaties.”

Wist je dat?

- 70% van de medewerkers aangeeft dat hun organisatie klantgericht is, terwijl maar 8% van de klanten van dezelfde organisaties dit vinden? ([Klantgerichtheid, Passionned Group](#)).
- 2% meer klantbehoud resulteert in hetzelfde effect op de winst van een organisatie als de kosten met 10% verlagen? ([How to create a customer-centric strategy for your business, SuperOffice](#)).
- 60% meer winstgevendheid behaald wordt door klantgerichte organisaties in vergelijking met niet klantgerichte organisaties? ([Wealth Management Digitalization changes client advisory more than ever before, Deloitte](#)).

Over ExplainiT

Ons verhaal

ExplainiT is in 2001 opgericht om eindgebruikers te ontwikkelen en organisaties te begeleiden bij de overstap naar een nieuwe Microsoft Office-, Windows- of SharePoint-omgeving. Daarnaast hebben we ons gespecialiseerd in het ontwikkelen van vaardigheden op het gebied van methodieken en soft skills.

Waarom ExplainiT?

- ✓ Beste Opleider van Nederland 2020 in de categorie Automatisering & ICT/IT
- ✓ Trotse Microsoft Gold Partner met expertise in adoptie van technologie
- ✓ >250.000 medewerkers geadviseerd en getraind sinds de oprichting in 2001
- ✓ Cedeo-erkende aanbieder van incompany en maatwerk trainingen

Onze visie

Vaardigheden om goed te kunnen werken met IT, methodieken en soft skills zijn tegenwoordig cruciaal. Met ExplainiT streven we ernaar om de vaardigheden van medewerkers op het gebied van de digitale werkplek te ontwikkelen zodat ze optimaal kunnen werken met applicaties. Ook erkennen we het belang van specifieke vaardigheden om efficiënt (samen) te kunnen werken.

Meer informatie

- [Trainingen](#)
- [Oplossingen](#)
- [Klantcases](#)
- [Erkenningen](#)



Contact



J. M. Keynesstraat 351
7559 SV Hengelo

info@explainit.nl
+31 (0)88 122 55 88



www.explainit.nl