



**WAT IS
KENNISMANAGEMENT?**



Misschien herken je het wel. Klanten én medewerkers vinden zelf het juiste antwoord op een vraag niet, raken gefrustreerd en zijn veel tijd kwijt. Niet alleen via de telefoon, maar ook op je website en je social mediakanalen stromen de vragen van klanten binnen. Herhaalverkeer stijgt en medewerkers én klanten zijn ontevreden. Toch is er hard gewerkt aan informatie over je producten, alles staat in mapjes, excel- en pdf-documenten of zit in het hoofd van je medewerkers. Maar daarmee is het probleem niet opgelost.

Het is een uitdaging voor organisaties, iedere dag opnieuw. Hoe zorg je ervoor dat je klanten en medewerkers makkelijk bij deze informatie kunnen? Dat ze zonder stress op zoek kunnen naar het juiste antwoord en dat meteen vinden. En omdat ze dat antwoord snel vinden en in één keer goed geven, ze leukere gesprekken voeren?



Het antwoord: **Kennismanagement!**



Kennismanagement, Hoe werkt dat dan?



Organisaties zitten propvol informatie: uitleg over je producten, instructies voor je software of antwoorden op veelgestelde klantvragen. Wij noemen al deze informatie kennis. Om je klanten goed te helpen zorg je dat al deze kennis op de juiste manier bij ze terechtkomt. Het proces van het verzamelen, bijhouden en verspreiden van deze kennis heet kennismanagement.

Medewerkers vinden het antwoord vaak niet in de grote berg met artikelen of documenten. Daarom worden er weer nieuwe artikelen gemaakt. Iedere uitzondering wordt vaak meegenomen, het is een vraag van de klant toch? Maar omdat er veel kennis is, verschillende afdelingen artikelen schrijven, dit niet op dezelfde manier gebeurt en medewerkers vaak op zoek zijn naar een speld in een hooiberg wordt het vinden van het antwoord moeilijker en moeilijker.

Er komt veel kijken bij het op orde brengen van deze kennis. Het begint bij de behoefte van je klant. Dit klinkt misschien makkelijk, maar het is lastig om de behoefte van je klant te achterhalen. Deze verandert namelijk continu. Welke vraag stelt je klant nu écht?

Het antwoord op deze vragen verzamel je in de kennisbank: een digitale omgeving waar je klanten of medewerkers het antwoord zoeken. Het inrichten van een kennisbank is meer dan alleen het schrijven van een paar artikelen. De gebruikers en de zoekmachine moeten het goede antwoord vinden.

Daarom zorg je voor een duidelijke zoekstructuur en gebruik je in je artikelen woorden die de klant gebruikt. Zo vindt de zoekmachine de juiste artikelen. Je klant wil namelijk snel een antwoord op de vraag zonder een lange online speurtocht of minuten te luisteren naar het wachtmuziekje van de klantenservice.

Wat levert kennismanagement mij dan op?

Goed- nu weet je wat kennismanagement is, maar wat schiet je er eigenlijk mee op? Dat hangt volledig af van hoe je jouw dienstverlening wil verbeteren en wat je doelen zijn. Doelen die we vaak horen zijn:

- Ik wil het aantal binnenkomende telefoongesprekken verlagen.
- Ik wil dat mijn klant zelf het juiste antwoord vindt.
- Ik wil in één keer het juiste antwoord aan mijn klant geven.
- Ik wil een hogere klanttevredenheid.
- Ik wil dat mijn medewerkers mijn klant snel helpen en de juiste service kunnen geven.

Al deze doelen -en meer- zijn haalbaar met kennismanagement. Hiermee kun je namelijk:

- Je klant in één keer het juiste antwoord geven, waardoor hij minder vaak terugbelt.
- Hetzelfde antwoord op meerdere kanalen publiceren, waardoor je klant deze zelf vindt en minder snel de telefoon pakt.
- Beter inzicht krijgen in je klantvraag zodat je altijd het juiste antwoord geeft.
- Je klant sneller, beter en in één keer het goede antwoord geven op zijn vraag. Dit zorgt voor een tevreden klant.
- Het je medewerkers makkelijker maken door een snelle kennisbank met makkelijke teksten. Hierdoor heeft hij leukere en nuttigere gesprekken met je klanten en heeft hij tijd voor de juiste service.



Dat wil ik! Maar waar moet ik beginnen?

Kennismanagement begint bij je klant, daar doe je het namelijk voor. Voor je nadenkt over kennisbanken, goed geschreven artikelen of het behalen van je doelstellingen wil je één ding goed weten: Waar loopt mijn klant tegenaan?

Via welke kanalen stelt jouw klant de vraag? Is dat bijvoorbeeld alleen telefonisch of is dat ook via je website, chatbot, e-mail en sociale media? Zijn er bepaalde vragen die wel heel vaak gesteld worden?

De stappen die de klant doorloopt binnen jouw product of dienstverlening en de problemen waar zij tegenaan lopen noemen wij de klantreis. Zodra je de klantreis in het vizier hebt en weet waar het probleem ligt, kun je beginnen met de oplossing. En die begint met een stevige basis. Met die basis bepaal je welke richting je op wilt, wat je wilt bereiken en wat je ervoor nodig hebt om die klantvraag in één keer goed te beantwoorden.

De basis voor kennismanagement bestaat uit 5 bouwblokken.

1. Ambitie en doelstelling
2. Rollen en processen
3. Content
4. Systeem en technologie
5. Meten en verbeteren



Ambitie en doelstelling

Kennismanagement werkt alleen als alle neuzen in jouw organisatie dezelfde kant op staan. Maar waar begin je? Eerst wil je goed op een rijtje hebben wat je doelstellingen zijn, wat voor vragen je binnenkrijgt en hoe je jouw informatie bij de klant wilt krijgen. Tijdens een workshop helpen wij je om dat in te vullen, zodat je antwoord hebt op deze vragen. Samen zorgen we dat we de doelen helder krijgen en we kunnen beginnen.

Rollen en processen

Voor je een letter op papier kunt zetten, zorg je dat de juiste mensen op de juiste plek zitten. Want niet iedereen is goed in hetzelfde. Zo zorg je dat de schrijvers verantwoordelijk zijn voor de structuur en taal van de teksten in je kennisbank. Zij worden opgeleid en weten hoe je de beste, klantgerichte teksten schrijft die iedereen begrijpt en die iedereen kan vinden. Zo kunnen de medewerkers in één keer goed antwoord geven. Maar de inhoud moet ook kloppen. Daarom wijs je kenniseigenaren aan die alles weten van de processen binnen jouw bedrijf en zich dus volledig kunnen richten op die inhoud. Wij implementeren meestal vijf kennismanagementprocessen. Zo is de informatie betrouwbaar, altijd juist en krijgt de klant zijn antwoord in één keer goed. En daar worden zowel de medewerkers als de klanten blij van.

Content

Je schrijversteam zet de informatie van de kenniseigenaar om in prettig leesbare teksten voor je klanten of servicemedewerkers. Samen met je schrijversteam bepaal je hoe je teksten wilt presenteren en hoe je deze opbouwt. De teksten worden op dezelfde manier geschreven, zijn van dezelfde kwaliteit en te gebruiken voor alle kanalen waar de vraag op binnenkomt. Zo krijgt de klant hetzelfde antwoord altijd in één keer goed.

Systeem en technologie

De geschreven teksten publiceert je in een kennisbank. Dit is een digitale omgeving waar je klanten of je medewerkers de antwoorden vinden op hun vragen. Voor je klant is dit bijvoorbeeld een onderdeel van je website, voor je klantenservicemedewerkers een interne digitale omgeving. Richt je systeem zo in dat de gebruikers snel het antwoord op hun vraag vinden en makkelijk feedback kunnen geven. Zo betrek je de medewerkers en zorg je samen dat de kennisbank verbetert. We helpen bij het bedenken van de wensen voor een systeem maar ook bij de aanschaf en inrichting ervan.

Metten en verbeteren

Staat alle nieuwe content in je systeem? Dan ben je nog niet klaar. Vanaf nu ga je meten hoe je kennisbank wordt gebruikt. Want meten is weten. Zo krijg je inzicht in welke artikelen veel worden bekeken, welke artikelen goed zijn en welke artikelen je wilt verbeteren. Ook meet je welke artikelen niet worden gebruikt of welke informatie juist mist. Zo filter je de informatie die belangrijk is en zorg je voor een schone kennisbank die perfect aansluit bij de behoefte van je gebruikers.



Hoe haal ik het meeste uit mijn informatie?

Met kennismanagement maak je jouw informatie vindbaar, bruikbaar en betrouwbaar en geef je jouw klant in één keer het juiste antwoord op zijn vraag. Om jouw kennis optimaal in te zetten denk je tijdens het schrijven van je teksten aan:

- **Vindbaarheid**
- **Bruikbaarheid**
- **Betrouwbaarheid**
- **Consistentie**



Vindbaarheid

Je kunt hele mooie en nuttige artikelen schrijven, maar als je klant ze niet kan vinden heeft niemand er iets aan. Zorg dat je weet waar je klant op zoekt. Welke vragen stellen ze echt? En met welke zoekwoorden? Deze vragen en zoekwoorden komen terug in de titels en de inhoud van je artikelen. Een zoekmachine vindt de artikelen dan het snelst.

Bruikbaarheid

Elk bedrijf hangt van jargon, moeilijke termen, afkortingen en productnamen aan elkaar. Binnen het bedrijf weet iedereen waar je het over hebt, maar jouw klant kan als leek soms verdrinken in de vaktaal. Jouw teksten zijn daarom goed gestructureerd met scanbare titels, tussenkopjes en eenvoudige taal. Zo begrijpt je klant wat er staat en vindt hij snel zijn antwoord.

Betrouwbaarheid

De dienstverlening in jouw bedrijf moet altijd up-to-date zijn. Nieuwe ontwikkelingen moeten bij je kennisteam bekend zijn. Als er op je website oude informatie staat of als je medewerkers het verkeerde antwoord geven, zijn je klanten ontevreden. Met een goede informatiestroom zorg je ervoor dat je op elk kanaal het juiste antwoord geeft.

Consistentie

Je wilt niet dat je klant aan de telefoon een ander antwoord krijgt dan via social media of e-mail. Gebruik daarom dezelfde teksten voor al je kanalen. Zo zorg je dat je altijd het hetzelfde antwoord geeft. In één keer goed.

Aan de slag met kennismangement?

We love to help you!

De bouwblokken en de contenttips vormen samen de basis voor succesvol kennismangement.

Denk je dat goed kennismangement kan bijdragen in jouw organisatie? Doe dan gratis onze [maturitytest](#) of [neem contact op](#) met Meriam Boorsma.

A smiling man with a beard, wearing a light blue denim shirt over a white t-shirt, is pointing his right index finger upwards and holding a large white speech bubble with his left hand. The speech bubble contains the text 'WE LOVE TO HELP YOU' in pink, bold, uppercase letters. The background is a solid blue color with a large white semi-circle at the top. There are two small yellow squares on the left side of the image.

**WE
LOVE TO
HELP YOU**