



The Customer Connection Opleidingen

De beste opleidingen in klantgerichtheid en relatiemanagement

Praktijkgericht | Casuïstiek en best-practices vanuit het netwerk | Interactief

Be inspired, get connected

the **customer**
connection

The Customer Connection Opleidingen

The Customer Connection is een onafhankelijk kennisnetwerk, opgericht in 2004 voor en door bedrijven die hun dienstverlening naar klanten op een hoger peil wilden brengen. De uitwisseling van kennis en ervaring tussen deelnemende organisaties heeft altijd centraal gestaan in de activiteiten van het netwerk. Inmiddels telt het netwerk zo'n 50 leden.

“Building great customer experience” is het uitgangspunt voor alle activiteiten in het netwerk. Onze missie is dat we onze leden in staat willen stellen een duurzame en betekenisvolle verbinding met hun klanten tot stand te brengen. De netwerkorganisatie voert onderzoek uit, organiseert evenementen en stelt faciliteiten beschikbaar die door leden gebruikt kunnen worden.

De kennis die wij de afgelopen jaren hebben verzameld, willen we graag op een andere manier met onze leden delen dan alleen in de vorm van een themabijeenkomst of bedrijfsbezoek op basis van open inschrijving. Daarom heeft The Customer Connection besloten haar kennis ook beschikbaar te stellen in een compleet assortiment in-company opleidingen op het gebied van klantgerichtheid.

Opzet

In onze opleidingen komen alle thema's aan de orde die spelen op het gebied van klantgerichtheid. In de opleidingen wordt gebruik gemaakt van de binnen het netwerk aanwezige 'best practices'. Dat betekent ook dat we voor sommige opleidingen sprekers uitnodigen die werkzaam zijn bij andere bedrijven uit ons netwerk. Hiermee kunnen we voor onze leden het van elkaar leren heel concreet maken. Dit maakt onze opleidingen duidelijk onderscheidend van opleidingen van andere aanbieders.

Alle opleidingen van The Customer Connection zijn praktijkgericht, resultaatgericht en toegesneden op de specifieke ervaring van de deelnemers. Naast overdracht van kennis over verschillende aspecten, gaan deelnemers zelf aan de slag met praktijkgerichte oefeningen. In de opleiding wordt aansluiting gezocht bij de specifieke bedrijfs- en marktsituatie van de deelnemers.

Voor profit en non-profit

Het brede opleidingsaanbod van The Customer Connection maakt dat er voor iedereen die in zijn dagelijkse praktijk iets met klanten doet, een interessante opleiding tussen moet zitten. Bij de presentatie en behandeling van casuïstiek wordt aangesloten bij de dagelijkse praktijk van de deelnemers. De opleidingen zijn interessant voor organisaties in profit en in de non-profit.

De kern van gastvrijheid

Doelgroep

De opleiding is bedoeld voor medewerkers die in direct contact staan met gasten of klanten. Dit kunnen medewerkers zijn uit verschillende branches zoals horeca, publieke en facilitaire dienstverlening, zorg of retail.

Inhoud

Waarom gastvrijheid geen aangeleerd trucje is

We hebben allemaal wel positieve of negatieve ervaring met gastvrijheid. Wat maakte die positieve ervaring nou zo onvergetelijk? Waarschijnlijk zat het 'm in het persoonlijke contact met de medewerker, de échte aandacht en het gevoel dat alles speciaal voor jou was geregeld. Een ervaring die de vraag oproept: "Heb je dat of kun je het leren?". Helaas wordt gastvrijheid de laatste tijd steeds meer vertaald naar standaardzinnnetjes en een opgeplakte glimlach. En de klant prikt daar onmiddellijk doorheen.

Tijdens de opleiding gaan we terug naar de kern. Wat is gastvrijheid, wat wil je ermee bereiken, wat is je eigen (professionele) rol? Vanuit welke overtuiging communiceer je met de klant of gast en welke keuzes maak je daarin? Hoe borg je gastvrijheid in de hele organisatie? Gastvrijheid is emotie en emotie is ongrijpbaar.

Hoe zorgt de medewerker ervoor dat hij of zij die emotie begrijpt, invoelt en ernaar handelt? Wat is de invloed van het gedrag van de medewerker op de emotie en daarmee het gedrag van de klant of gast? En wat is daarvan het (meetbare) resultaat?

Programma

Tijdens de opleiding komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Je eigen gastvrijheidservaringen
- Het 'waarom' van gastvrijheid en te maken keuzes
- Communicatieve vaardigheden en gastvrijheid
- Het gedrag van gasten of klanten gekoppeld aan je eigen gedrag (gedragstijlen)
- Borgen van gastvrijheid: wat heb je daarvoor nodig?
- Positieve beïnvloeding van klanten of gasten (aan de hand van '6 Principles of Influence' van Robert Cialdini)

Duur

1 of 2 dagen

Het ontwikkelen van een klantstrategie

Doelgroep

Managers en medewerkers, die vanuit de directie van hun bedrijf de opdracht hebben gekregen een klantstrategie te ontwikkelen, of die zelf besloten hebben dat er meer klantfocus in de dagelijkse activiteiten moet komen. Deze opleiding is uitermate geschikt voor een management-team die in kort tijdbestek een klantstrategie wil ontwikkelen.

Inhoud

Veel organisaties hebben geen duidelijke klantstrategie. Dit betekent dat iedereen binnen het bedrijf de contacten met zijn klanten op zijn eigen manier invult. Een duidelijke klantstrategie geeft aan wie je klanten zijn en hoe je deze klanten het best kunt bedienen. De klantstrategie bevat heldere en meetbare doelstellingen voor:

- Het werven van klanten
- Klantenloyaliteit
- Klanttevredenheid
- Switchbereidheid
- Aanbevelingsintentie

Vervolgens geeft de klantstrategie aan met welke acties de organisatie denkt deze doelstellingen te realiseren.

In deze opleiding gaan deelnemers aan de slag met het zelf ontwikkelen van een klantstrategie. Hierbij wordt uitgegaan van de beschikbare klantinformatie, wat realistische doelstellingen zijn en hoe je concrete acties kunt formuleren. Aan het eind van de dag ligt er een klantstrategie waarmee de organisatie richting kan geven aan haar dagelijkse klantcontacten.

Programma

Onderwerpen die aan de orde kunnen komen in deze opleiding:

- Wie is de klant? (klantdefinitie)
- Hoe ziet ons klantenbestand er uit (huidig versus gewenst)?
- Identiteit en imago: hoe zien we onszelf en hoe zien klanten ons?
- Wat vinden onze klanten belangrijk?
- Kritische succesfactoren: waarop worden wij door klanten beoordeeld?
- Klantdoelstellingen: werven, behoud, tevredenheid
- Mogelijke acties vanuit marketing, communicatie, klantenservice

Duur

0,5 tot 1 dag

Tijd voor klantgerichtheid

Doelgroep

Medewerkers van afdelingen die regelmatig klantcontacten hebben. Dat kunnen afdelingen zijn met externe klantcontacten zoals relatiebeheer, verkoop en klantcontactcenters. Maar het kunnen ook afdelingen zijn met alleen interne klantcontacten zijn zoals beleids- en stafafdelingen.

Inhoud

Een gebrek aan klantgerichtheid heeft vaak te maken met een gebrek aan tijd. Door efficiënt om te gaan met de beschikbare tijd ontstaat meer tijd voor de klant. Efficiënt omgaan met tijd vraagt om zorgvuldig time-management en een duidelijke prioriteitstelling. In deze opleiding krijgen deelnemers een aantal methoden en technieken aangereikt waarmee ze hun tijd beter gaan besteden.

Doel van deze opleiding is laten zien dat medewerkers ook geen tijd hebben om niet te doen wat klanten van hun vragen. Er wordt een aantal principes van time-management uiteengezet, waarmee deelnemers leren hun tijd beter in te delen en leren om op een effectieve manier prioriteiten te stellen. Omdat het werk effectiever wordt ingedeeld zal zowel de klant als de medewerker hiervan profiteren.

Programma

Onderwerpen die in deze opleiding aan de orde kunnen komen, zijn:

- Het belang van goed tijdmanagement
- Basisprincipes tijdmanagement
- Het stellen van de juiste prioriteiten
- De tijdmanagement-matrix
- “Nee” zeggen tegen klanten en collega’s

Duur

0,5 tot 1 dag

Actief luisteren naar signalen van de klant

Doelgroep

De opleiding is bestemd voor iedereen die op regelmatige basis contact heeft met (interne) klanten en de effectiviteit van zijn communicatie wil vergroten.

Inhoud

Goed luisteren is een vak. Vaak denken we te horen wat een klant zegt maar ontgaat ons de echte boodschap. Een voorwaarde voor goed kunnen luisteren is horen wat de klant zegt, maar vooral ook horen of zien wat de klant niet zegt. Het analyseren van non-verbaal gedrag speelt hierbij een cruciale rol. Het stellen van de juiste vragen is vervolgens een manier om de verbinding met de klant tot stand te brengen.

Deze opleiding geeft deelnemers een aantal handvaten waarmee ze het luisteren naar klanten op een andere manier kunnen invullen. Actief luisteren naar de klant levert de medewerker en de organisatie veel extra informatie op waarmee de kwaliteit en klantgerichtheid kan worden vergroot. Daarnaast geeft het de klant de indruk dat zijn of haar mening serieus genomen wordt.

Programma

Onderwerpen die in deze opleiding aan de orde kunnen komen, zijn:

- Het belang van non-verbale communicatie
- Uitingsvormen van non-verbale communicatie
- Analyse van non-verbale signalen
- Spiegelen van gedrag: verbaal en non-verbaal
- Het stellen van de juiste vragen

Duur

0,5 tot 1 dag

Het Rijk van Koning Klant

Doelgroep

Het Rijk van Koning Klant is een generieke opleiding voor managers en medewerkers binnen een organisatie die contact hebben met de klant. De inhoud van de opleiding wordt afgestemd op de doelgroep.

Inhoud

Koning Klant is op oorlogspad. We merken dit steeds vaker! Klanten worden kritischer en stellen hogere eisen. Voor bedrijven wordt het moeilijker om met de verwachtingen van klanten mee te groeien. De kloof tussen wat klanten verwachten en wat bedrijven kunnen bieden, wordt groter. Dit stelt hoge eisen aan kennis, vaardigheden en houding van management en medewerkers.

Kwaliteit en klantgerichtheid zijn de belangrijkste wapens in de strijd om de gunsten van de klant. Voor veel medewerkers zijn kwaliteit en klantgerichtheid nog steeds tamelijk abstracte begrippen. In elk geval geeft iedere individuele medewerker zijn eigen interpretatie aan deze begrippen.

Programma

De werkconferentie voert de deelnemers naar het Rijk van Koning Klant. Tijdens deze reis ontdekken de deelnemers het geheim van een uitstekende relatie met uw klanten. Hierbij kunnen deelnemers in aanraking komen met tal van verrassende, nieuwe inzichten over de relatie met externe en interne klanten. Tijdens de reis door het Rijk van Koning Klant komen deelnemers in aanraking met verschillende thema's en dilemma's van klantgerichtheid, zoals:

- Wie zijn mijn klanten?
- Welke klanten zijn belangrijk?
- De momenten van de waarheid
- Klantstrategie
- Het verschil tussen identiteit en imago
- De balans tussen klant- en medewerkertevredenheid
- De klantgerichte medewerker
- Competenties van klantgerichtheid
- Klachtenmanagement
- Tijd voor klantgerichtheid
- Het gesprek met de klant
- Klanttypen en klantculturen
- Leiding geven aan klantgerichtheid

Tijdens de opleiding gaan we op zoek naar het wankel evenwicht tussen wat klanten van uw organisatie vragen en wat u als organisatie kunt (wilt) aanbieden. Dit wordt gedaan door eerst te kijken naar de klant (wie zijn onze klanten en wat willen zij van ons) en vandaar uit na te denken over de vraag wat de missie van de organisatie is, wat de gewenste identiteit, welke competenties hier bij horen, etc. Door deze naast elkaar te leggen ontstaat de gewenste gelijkgerichtheid in gedrag van en naar klanten.

Klantgerichtheidspel

Tijdens de opleiding kan een deel van de beschikbare tijd worden ingeruimd voor het spel “Het Rijk van Koning Klant”. Dit spel duurt ongeveer 1,5 tot 2 uur per ronde en is vooral bedoeld om op een leuke en speelse manier de behandelde thema’s nog weer eens terug te halen. Afhankelijk van de wensen kunnen één of meerdere rondes gespeeld worden. Het spel eindigt zodra één van de teams zijn strategie heeft bereikt. Het is mogelijk om in het spel een aantal onderdelen af te stemmen op de specifieke situatie van de deelnemers (m.n. kennisvragen en dilemma’s).

Tijdens het spel gaan de deelnemers in teamverband op zoek naar het geheim van het Rijk van Koning Klant. Elk team krijgt de opdracht om een aantal klanten te werven die passen binnen de vooraf vastgestelde klantstrategie. Daarna is het zaak om eenmaal geworven klanten binnen de deur te houden. En u kunt zich voorstellen: dat is niet eenvoudig vandaag de dag, zeker niet in het koninkrijk waar Koning Klant regeert. Hier kan namelijk van alles misgaan! De vraag is hoe bedrijven zich hiertegen kunnen wapenen....

Duur

1 of 2 dagen

Koninklijke onderscheiding

Deelnemers aan de werkconferentie ontvangen een “koninklijke onderscheiding” en een exemplaar van het boek “Het Rijk van Koning Klant. Van klantenwerving naar klantenbinding.”, geschreven door Harald Pol.

“Het Rijk van Koning Klant: een avontuurlijke reis voor mensen die hun professionaliteit willen vergroten en de relatie met hun klanten willen verbeteren”



Klantgerichtheid voor professionals in profit en non-profit

Doelgroep

Deze opleiding is bestemd voor professionals die op regelmatige basis interne of externe klantcontacten hebben. Gedacht kan hierbij worden aan professionals van interne stafafdelingen zoals marketing, communicatie, finance, hrm, ict, juristen. Maar ook aan medewerkers van professionele dienstverleners zoals automatiseringsbedrijven, advocatenbureau's, accountantskantoren en reclamebureau's.

Inhoud

Professionals laten zich doorgaans vooral leiden door de inhoudelijke kwaliteit van hun werkzaamheden. Als professionals aan de slag gaan met het verbeteren van de eigen professionaliteit, dan zullen ze geneigd zijn deze in eerste instantie dan ook te zoeken in de inhoud. De manier waarop de dienstverlening wordt georganiseerd en de relatie die zij hebben met de klant, krijgt hierbij veelal een ondergeschikte rol. Als je klanten daarentegen vraagt wat ze belangrijk vinden in de dienstverlening van de professional, dan zoeken zij het vaak veel eerder in de vaardigheden en de relatie. Hierdoor bestaat het risico dat het contact met de klant verloren gaat.

In deze opleiding wordt ingegaan op de vraag wat professionaliteit is en wat de relatie is tussen professionaliteit en klantgerichtheid. Hierbij wordt eveneens ingegaan op de vraag wat een professional kan doen om de relatie met de klant te verbeteren. M.a.w. welke vaardigheden kan een professional inzetten om de klant tevreden te maken en houden, zonder dat het afbreuk doet aan de inhoudelijke kwaliteit.

Programma

Onderwerpen die in deze opleiding aan de orde kunnen komen zijn:

- Het belang van klantgerichtheid voor een professionele dienstverlener
- De relatie tussen professionaliteit en klantgerichtheid
- Drie niveau's van opereren: inhoud, procedure en relatie
- Essentiële vaardigheden voor professionals
- 360 graden feedback, Intervisie en intercollegiale toetsing als verbeterinstrumenten
- Het managen van verwachtingen van de klant
- Tijdmanagement en prioriteitstelling

Duur

1 of 2 dagen

Relatiebeheer als verkoopstrategie

Doelgroep

Deze opleiding is bestemd voor medewerkers die verantwoordelijk zijn voor het beheer van klantrelaties (relatie- of accountmanagers) en op een meer proactieve wijze invulling willen geven aan de relatie met hun klanten.

Inhoud

In de meeste organisaties wordt aan het relatiebeheer op een passieve en reactieve wijze invulling gegeven. De klant wordt bediend op het moment dat hij er om vraagt. In deze opleiding laten we zien dat een proactieve invulling van relatiebeheer niet alleen tot een grotere klanttevredenheid kan leiden, maar zelfs tot betere verkoop resultaten.

Een duurzame relatie begint met goed luisteren en inlevingsvermogen: wat houdt de ander bezig, wat zijn de drijfveren en belangen van de klant en hoe kan ik hier het best op inspelen? Het gaat echter ook over verwachtingenmanagement: wat mag de ander van mij verwachten en wat niet? En wat doe ik als ik merk dat de klant toch niet helemaal tevreden is?

Vanuit de kennis van de klant is het vervolgens mogelijk om vast te stellen of je voor deze klant wellicht als organisatie nog meer kunt betekenen. De uitdaging is vervolgens natuurlijk om de klant hierin mee te nemen en hem een nog betere klant voor uw bedrijf te maken.

Programma

In deze opleiding zullen de volgende onderwerpen aan de orde komen:

- De kenmerken van een goede relatie
- Actief luisteren naar signalen van de klant
- De psychologie van de klant: waarde, drijfveren, behoeften
- Het managen van verwachtingen
- Effectief afhandelen van klachten
- Naar een win-win situatie met uw klant

Duur

1 of 2 dagen

Excellent onderhandelen: naar een win-win met uw klant

Doelgroep

De opleiding is bestemd voor managers en medewerkers die in hun werk regelmatig in een onderhandelings-situatie met klanten of leveranciers zitten. Dat kunnen account- of salesmanagers zijn, maar bijvoorbeeld ook klachtenmanagers.

Inhoud

Onderhandelen wordt vaak gezien als een proces waarin beide partijen moeten inleveren. Een succesvolle onderhandeling kenmerkt zich echter door een resultaat waarbij beide partijen met een goed gevoel de onderhandeling verlaten. Maar hoe bereik je een dergelijk resultaat?

Een succesvol resultaat kan alleen worden bereikt door een goede voorbereiding. Hierbij wordt gekeken naar inhoud, proces en relatie. Belangen van alle betrokken partijen worden geanalyseerd en goed in kaart gebracht. Op basis hiervan wordt een onderhandelingsstrategie bepaald die vervolgens in praktijk kan worden gebracht.

Het tot stand brengen en in stand houden van een verbinding met de andere partijen in het onderhandelingsproces is eveneens een belangrijke succesfactor. In de opleiding wordt daarom veel aandacht besteed aan zowel de verbale als de non-verbale communicatie.

Programma

Tijdens de opleiding staan de vijf fasen van het onderhandelingsproces centraal:

- Voorbereiden
- Verkennen
- Verbinden
- Voortgang boeken
- Verzilveren
- Vieren

Door de fasen heen wordt aandacht besteed aan vergadertechnieken, effectiviteit van communicatie, non-verbale communicatie, persoonlijke onderhandelingsstijlen en verschillende klanttypen.

Duur

2 dagen

Effectief Klachtenmanagement

Doelgroep

De opleiding is bestemd voor managers en medewerkers die verantwoordelijk zijn voor de afhandeling van klachten. Dit kunnen managers en medewerkers zijn van frontoffice afdelingen, maar ook managers en medewerkers in een staffunctie gericht op kwaliteit en klantgerichtheid. Het programma wordt vastgesteld afhankelijk van de wensen en behoeften van deelnemers.

Inhoud

Werken aan de effectiviteit van uw klachtenafhandeling

Het gegeven is bekend: een nieuwe klant werven is vijf maal zo duur als een bestaande koesteren. Ook het feit dat een klant, die ontevreden is over een product, niet snel meer terugkomt en maar liefst 22 anderen over deze negatieve ervaring inlicht, mag als bekend ondersteld worden. De conclusie zou dus getrokken mogen worden dat een klacht eerder beschouwd mag worden als een kans dan een bedreiging.

Tijdens deze opleiding krijgen de deelnemers de technieken, instrumenten en vaardigheden aangereikt om zelf binnen de eigen organisatie een systeem voor klachtenmanagement te ontwikkelen en implementeren. Als eerste vereiste voor een goed werkend klachtenmanagement geldt de erkenning op managementniveau dat klachtenmanagement uitermate geschikt is als instrument voor verbetering van kwaliteit en klantgerichtheid. Als dat besef er is dan is het zaak om alle medewerkers van ditzelfde besef te doordringen. Tijdens de opleiding wordt de nodige aandacht besteed aan de begeleiding, het overtuigen en de communicatie met medewerkers op het gebied van klachtenafhandeling.

Programma

Tijdens de opleiding komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Inleiding kwaliteit en klantgerichtheid
- Het belang van klachtenmanagement
- (H)erkenning van klachten
- Definitie van een klacht
- Organisatie van klachtenmanagement: strategie, systemen, processen, procedures, vaardigheden, stijlen van leidinggeven en cultuur.
- Bij dit onderdeel wordt gebruik gemaakt van casuïstiek van o.a. McDonald's, Duinrell, SNS Reaal, het Academisch Ziekenhuis en Bilderberg Hotels.
- De Verbetercyclus (in 6 stappen van klacht naar verbetervoorstel)

Duur

1 of 2 dagen

Leiding geven aan klantgerichtheid

Doelgroep

De opleiding is bestemd voor managers en teamleiders die verantwoordelijk zijn voor medewerkers met klantcontacten. Dit kunnen managers zijn van afdelingen met externe klanten zoals sales, customer care, customer service, relatiebeheer, accountmanagement of klachtenafhandeling. Het kunnen echter ook managers zijn van afdelingen met alleen interne klanten zoals P&O, Financiën en ICT. Het programma wordt op de dag zelf afgestemd op de wensen en behoeften van deelnemers.

Inhoud

Vroeger werden managers door hun superieuren vooral beoordeeld op hun inhoudelijke kennis van producten en bedrijfsprocessen. Momenteel is deze kennis nog steeds een belangrijke basis. Kennis is voor elke manager onontbeerlijk. De hedendaagse manager beschikt zelf over voldoende kennis, maar durft ook te vertrouwen op de kennis van anderen. Op het moment dat de maatschappij om ons heen gecompliceerder wordt, wordt het voor de manager onmogelijk om nog alles zelf te willen beheersen. Dit betekent tegelijkertijd wel dat er hogere eisen worden gesteld aan relationele en instrumentele vaardigheden. Vaardigheden die tot het standaard-instrumentarium gaan behoren. Leidinggeven doe je immers niet met een boek in de hand. De manier van kijken naar organisaties is hierbij uitermate belangrijk.

Tijdens deze opleiding krijgen de deelnemers inzicht in de zeven niveau's van klantgerichtheid en hoe zij hiermee kunnen omgaan binnen hun afdeling en in de aansturing van medewerkers. Daarnaast wordt ingegaan op de verschillende stijlen van leidinggeven en het effect van deze stijlen op de klantgerichtheid van de organisatie. Tot slot wordt aandacht besteed aan de relatie tussen stijl van leidinggeven en de cultuur van de organisatie. Hierbij wordt ingegaan op de vraag in welke cultuur klantgerichtheid het best gedijt. Tijdens de opleiding wordt de nodige aandacht besteed aan de begeleiding, het overtuigen en de communicatie met medewerkers op het gebied van klantgerichtheid.

Programma

Onderwerpen die tijdens deze opleiding aan de orde komen, zijn:

- De 7 niveaus van klantgerichtheid
- De klantgerichte medewerker
- Leiding geven aan verandering
- Stijlen van leidinggeven
- Bezieling en inspiratie in de klantgerichte organisatie

Duur

1 of 2 dagen

Organisatie

De organisatie van de opleiding is in handen van The Customer Connection. Alle opleidingen worden verzorgd door bij het netwerk aangesloten en speciaal door ons geselecteerde trainers die een jarenlange ervaring hebben op het betreffende vakgebied. The Customer Connection zorgt voor een hoge kwaliteit door vooraf het programma af te stemmen en achteraf de ervaringen van deelnemers vast te leggen

In-company of open inschrijving

In principe worden alle opleidingen in-company georganiseerd. Heeft u niet genoeg deelnemers om in-company iets te organiseren, dan kunnen wij voor u kijken of er binnen ons netwerk meer mensen belangstelling hebben om aan een dergelijke opleiding deel te nemen. Als er voldoende belangstelling is (minimaal 8 tot 10 deelnemers), dan kunnen we de bijeenkomst op basis van open inschrijving aanbieden. In dat geval betaalt u de vaste prijs die wij in rekening brengen aan leden en niet-leden. Voor een bijeenkomst van een dag is dat € 275,- voor leden en € 495,- voor niet-leden.

Kosten in-company opleidingen

De kosten van in-company opleidingen zijn afhankelijk van het aantal deelnemers, de gekozen vorm en de opzet van de opleiding. Voor leden van The Customer Connection gelden sterk gereduceerde tarieven.

Meer informatie

Voor meer informatie of een offerte op maat kunt u contact opnemen met het secretariaat van The Customer Connection via info@thecustomerconnection.nl of via telefoonnummer 033-4638918. Voordat wij een offerte kunnen opstellen willen wij graag met u in een persoonlijk gesprek de mogelijkheden en uw wensen hierover bespreken.



The Customer Connection
Postbus 1544, 3800 BM Amersfoort
www.thecustomerconnection.nl