

# KWALITEIT KOST GELD ??



*Hoe kan je de kwaliteit van een training uitdrukken? Een cijfer voor de trainer? Een cijfer voor de training? Een gevoel? Het aantal gekregen evaluatieformulieren? De inhoudelijke feedback die je krijgt? Het resultaat van de training op de werkvloer? Genoeg manieren om een indruk te krijgen van de kwaliteit. In dit artikel wil ik verder ingaan op het financiële plaatje van een training en hoe, je door te werken aan de kwaliteit van de training, je kan besparen en hoe je er voor kan zorgen dat de training meer oplevert.*

## **ANDER GEDRAG, ANDER RESULTAAT.**

Vaak ontstaat de behoefte om te gaan trainen door een wens om ander gedrag te ontwikkelen. Dit kan zijn dat het gaat om 'ander gedrag' in het contact met klanten, maar natuurlijk ook voor het bedienen van nieuwe apparatuur of systemen. Voor de start van een training wordt er met de interne of externe trainer besproken wat het doel is. De training is niet het doel, het resultaat wel. Soms wordt het resultaat

meetbaar gemaakt in getallen of percentages; 'meer sales, hogere conversie, hogere klanttevredenheid, meer upsell, minder foutkosten etc.' Als dit bekend is, wordt er besproken wat de inhoud van de training moet zijn. Met of zonder een didactisch model wordt een training in elkaar gezet, het draaiboek opgesteld en kan het plannen van de trainingsmomenten gaan beginnen.

## **PLANNEN EN ORGANISEREN.**

Wanneer kan er het beste getraind worden? Hoeveel mensen kunnen we missen op de afdeling? Is vrijdag wel een goede dag om te trainen? Het plannen van data om te trainen zorgt voor gepuzzel met roosters, uren en vrije dagen. Ook de beschikbaarheid van de trainer zorgt voor een extra variabele.

# (Edu.rate)

Tijdens het plannen en organiseren van de training(sgroepen) doet men alles om ervoor te zorgen dat de deelnemers op een zo goed mogelijk moment de training krijgen. Of wordt er juist alles gedaan om ervoor te zorgen dat de productiviteit van dat moment zo hoog mogelijk blijft? Een volledige klantenservice sluiten om dat er getraind moet worden op klanttevredenheid is natuurlijk ook niet de bedoeling.

## VOORBEELDTRAJECT.

Laten we uitgaan van een klantenservice van 40 man en ongeveer 30 FTE, waar een traject wordt gestart om de service die klanten ervaren een boost te geven. Er is bedacht dat aan het einde van het jaar een 8.3 als klanttevredenheidscijfer een perfect doel is. De trainer heeft samen met de manager besproken hoe zijn/haar aanpak gaat zijn. Er is besloten een 3-daagse training te geven met korte tussenperiodes waarin iedere deelnemer in de praktijk zijn nieuwe vaardigheden kan toepassen en oefenen.

Hierbij ga ik uit van:

- Max. 8 deelnemers per groep, voor 'optimaal leereffect'.
- Daardoor dus 5 groepen x 3 dagen.
- Geen aparte coaching on the job.
- 1 FTE is op basis van 8 uur per dag, 5 dagen in de week.
- Gemiddelde kosten van een klantenservice medewerker (in dit rekenvoorbeeld) is €25.-/uur.
- De trainingsruimte is binnen het bedrijf of kosteloos te gebruiken.
- Iedereen wordt getraind.

Trainingsmateriaal wordt ingeschat op €20 per persoon. (Inclusief tijd om samen te stellen)

## Rekenvoorbeeld:

Er wordt in totaal 15 dagen getraind. Hier kost de interne trainer inclusief voorbereiding en nawerk ongeveer tussen de € 3000.- en de € 6.000.-. Met de kosten voor trainingsmateriaal komt daar nog €800.- bij.

De externe trainer zal deze training, inclusief trainingsmateriaal, kunnen verzorgen vanaf €7.500.- tot €30.000.-. Dit verschilt per trainer/trainingsbureau.

Om de medewerkers in te laten trainen 'kost' het ook qua productiviteit. Zij zijn op het moment van trainen niet met hun dagelijkse werk bezig. 40 deelnemers x 3 dagen = 120 dagen. En dat dan per dag van 8 uur tegen de uur kosten van €25.- /uur maakt €24.000.-.

In dit rekenvoorbeeld zie dat de totaalinvestering voor het trainen gezien kan worden als een bedrag van €28.000.- tot €64.000.-.

## WAAR VALT WAT TE BESPAREN/VERDIENEN?

Een externe trainer laten opdraven kost in eerste instantie geld. Dit geldt natuurlijk ook voor de interne trainer die in dienst is bij jouw organisatie. Je kan proberen te besparen op het dagdeeltarief van de externe trainer of je kan interne trainers in dienst nemen voor een lager loon. Maar wat voor invloed heeft dit op de kwaliteit en dus ook op het resultaat van de training?



### **KWALITEIT VAN OPLEIDEN.**

In de duurste variant kost de trainer €250.- per uur, inclusief het doorgerekende verlies aan productiviteit is dit €533.33 per uur. ( $€64.000.-/15 \text{ dagen} = €4.266.-$ . Gedeeld door 8 uur per dag = €533.33 per uur). Dit moet de training uiteindelijk minimaal opleveren. Daarom is de kwaliteit van de training cruciaal. Bij het kiezen uit een training en trainer gaat het om de 'toegevoegde waarde' tegen de voor jou acceptabele kosten.

Vanuit 'worst case scenario' bekeken: Wat zou het, in geld, betekenen als de gewenste gedragsontwikkeling niet plaats vindt?

- ➔ Verlies uit de trainingsinspanning! (Investing wordt een verlies)

Vanuit 'kosten' bekeken: Wat zou het, in dit rekenvoorbeeld, betekenen als een trainer dezelfde ontwikkeling in gedrag in een dag minder zou kunnen bewerkstelligen?

- ➔ kostenreductie door een slimme trainingsvorm! (In dit geval zo'n €21.000 euro)

Bekeken vanuit het doel van de training: Wat zou het opleveren als de trainingsinhoud nog sterker wordt, waardoor de toegevoegde waarde hoger wordt?

- ➔ meer opbrengsten uit de training! (€?)

Zoals je ziet is de kwaliteit van de training minimaal net zo belangrijk als de investering die je doet. Durf te kijken naar wat de trainer/training kost, maar durf ook te kijken naar wat het oplevert als je de kwaliteit van je trainingen blijft verbeteren. Juist tussentijds bij kunnen sturen om het maximale resultaat te bereiken, levert op.

## **OVER EDURATE**

### **Feedback als marketingtool**

Wie zijn je fans? Wie zijn extreem tevreden over de opleiding? En wie heeft welk vervolg nodig? EduRate zorgt ervoor dat je een duidelijk beeld krijgt van de waardering van de deelnemers voor de geboden opleidingen, maar geeft je tegelijkertijd de mogelijkheid om (in de toekomst) wederom van toegevoegde waarde te zijn met het aanbod in opleidingen.

