

Every contact matters



Dat is de filosofie van TDA, als toonaangevend facilitair callcenter dat zich richt op communicatie in de breedste zin van het woord. Waar klantcontactprocessen als: telefoon-, web, e-mail- en smsverkeer op een professionele wijze worden ingericht en afgehandeld.

Al vanaf 1986 heeft TDA een toonaangevende positie als het gaat om kwaliteit van dienstverlening. Meedenken, elkaar sterker maken en samen verantwoordelijkheden dragen zijn de drijfveren van het TDA team. Wij werken in een heldere, open structuur aan de communicatie met de klanten van haar opdrachtgevers en doen dat vanuit een gezonde, no-nonsense gedachte.

Kwaliteit in alles wat je doet!

Dat is onze bedrijfsgarantie! Zowel de operationele afhandeling van klantcontacten als ook de beheersing van die klantcontactprocessen spelen daarbij een grote rol. Toegewijde mensen, logische processen en de modernste faciliteiten zorgen ervoor dat het dienstverleningsniveau voor de eindgebruiker hoog is terwijl de kosten voor onze opdrachtgever juist laag zijn.

Een Partner in Business

Zaken doen met een bedrijf dat van telemarketingbureau is uitgegroeid tot een multichannel contact center, betekent dat je als opdrachtgever zekerheden hebt. Zekerheden als het gaat om ervaring, kwaliteit, pro-activiteit en uiteraard ook innovatie.

Quality Member WGCC

TDA is gecertificeerd als Quality Member van de WGCC (brancheorganisatie van de facilitaire callcenters). Als Quality Member voldoen wij aan een tiental gedragsregels, waaronder natuurlijk de naleving van de Code Telemarketing en het verplicht controleren van adresbestanden via Infofilter. Het Quality Member certificaat toont aan, waar ca. 160 mensen in het centrum van Almere-Haven en Emmeloord al jaren mee bezig zijn, het constant werken aan de tevredenheid voor haar klanten.



Onze kernwaarden

Focus:

- **Klant staat centraal**
- **Resultaat als absolute drijfveer**
- **Kwaliteit in alles wat wij doen**

Houding:

- **Steeds gericht op ondernemerschap**
- **Vernieuwend**
- **Enthousiast**
- **Daadkrachtig**

Stijl:

- **Respect voor de menselijke waarden**
- **Flair in de gesprekken**
- **No-nonsense**
- **Open en directe communicatie**

Wat kan het mij opleveren?



Veel organisaties vinden het lastig om in te schatten op welke wijze een callcenter voor hen van toegevoegde waarde kan zijn. "Wat kan het mij opleveren?" en "Past dit wel binnen mijn cultuur?" zijn veel gestelde vragen. Heldere informatie en praktijkvoorbeelden kunnen daarbij helpen. Om het voor u wat gemakkelijker te maken zetten wij graag voor u enkele voordelen en voorbeelden op een rijtje.

Tijdelijke inzetbaarheid

In sommige perioden van het jaar heeft u seizoensgebonden pieken, waardoor uw eigen medewerkers de inkomende en uitgaande calls moeizaam kunnen afhandelen. Dit zou voor u een ideaal moment kunnen zijn om gedurende deze periode uw callcenter activiteiten uit te besteden (inkomend en uitgaand telefoonverkeer). Op deze manier mist u geen enkele sales kans en hebben uw medewerkers de tijd om hun eigen werkzaamheden naar behoren uit te voeren en uw klanten worden, zoals zij gewend zijn, geholpen.

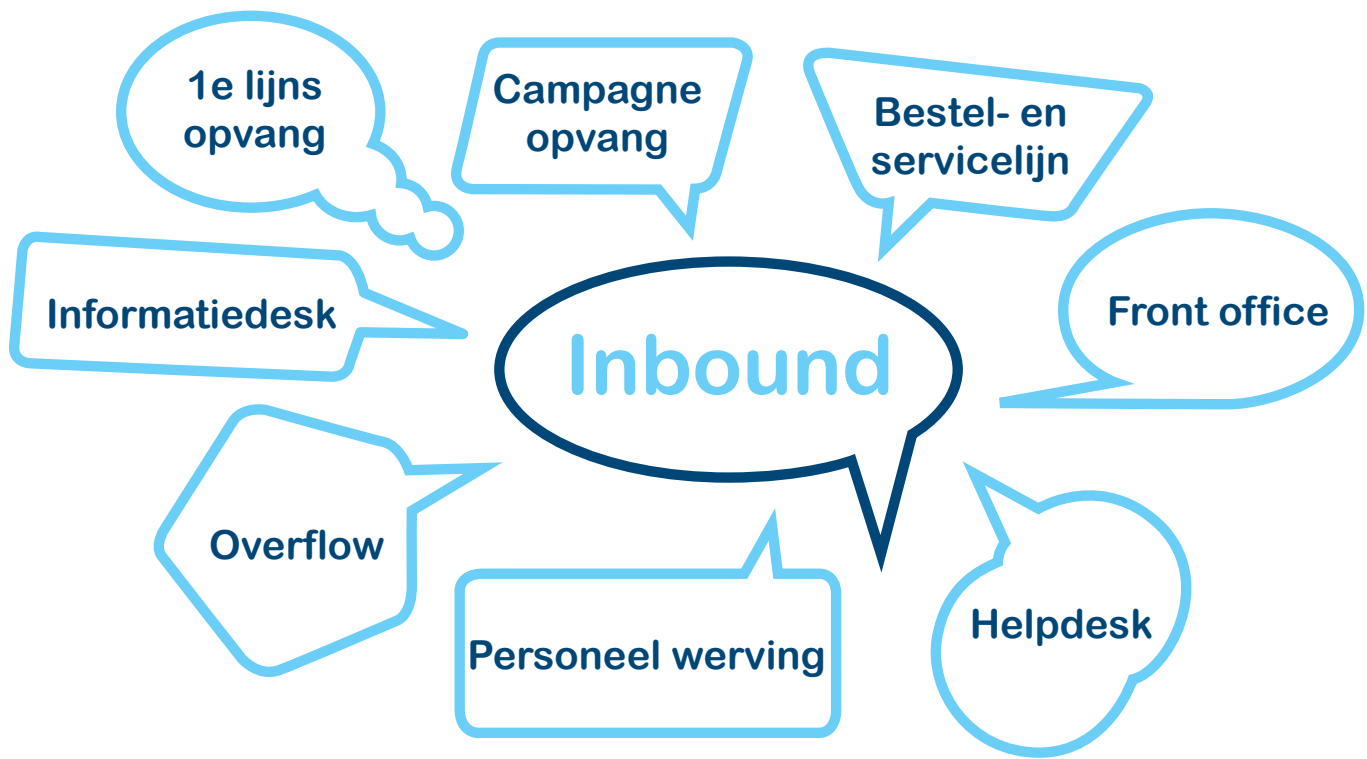
Kostenbesparing

Één van de belangrijkste pijlers in het vraagstuk van outsourcing zijn uiteraard kosten en deze worden in veel gevallen vaak hoog geschat. We hebben het dan over de zogenaamde kosten van de niet-kern activiteiten van uw eigen organisatie, ook wel indirecte kosten of overheadkosten genoemd. Wij zijn van mening dat iedere organisatie zich volledig moet richten op haar eigen specialisme. Het doel van outsourcing is dan ook dat uw organisatie zich ten volle kan concentreren op haar echte kern-activiteiten en door het uitbesteden van de niet-kern activiteiten substantiële kostenbesparingen weet te bereiken, zekerheid.

Outsourcen is inderdaad een investering die tijd en geld kost maar wat aan de eindstreep tot betere prestaties tegen lagere kosten zal leiden. Dat geeft duidelijkheid en zekerheid.

Focus op core business

In uw eigen organisatie heeft u er vast mee te maken, medewerkers die zich niet volledig op hun core business kunnen richten doordat bepaalde (spoed)opdrachten of extra administratieve handelingen te veel tijd kosten. Vaak zijn dit afhandelingen die u ook heel gemakkelijk kunt outsourcen, denk bijvoorbeeld maar aan het maken van kwalitatieve afspraken voor uw buitendienst medewerkers. Veelal wordt er door hen te veel tijd besteed aan het maken van afspraken terwijl ze juist op weg moeten zijn. Door het outsourcen hiervan zorgt u ervoor dat ervaren mensen, met de competenties en vaardigheden, deze afspraken voor u genereren, inplannen en bevestigen. Uw accountmanagers zijn enkel nog op pad en bezig zijn met datgene waar u ze voor hebt ingezet: verkoop!



Klanttevredenheid staat op de prioriteitenlijst. Voldoen aan de wensen en eisen van de klant betekent dat je als organisatie mee moet groeien met deze veranderingen. Het is duidelijk merkbaar dat klanten niet alleen steeds mondiger en kritischer worden maar ook in toenemende mate behoefte krijgen aan informatievoorziening. Door de beschikbaarheid en het gemak van de modernste technologieën wordt het voor de klant steeds gemakkelijker om te communiceren met hun leveranciers. Het tijdstip en het kanaal waar zij mee willen communiceren bepalen zij zelf. Any time, any place & any device!

Anticiperen

Bij veel organisaties signaleren we al een sterke drive om tegemoet te komen aan deze gedragsverandering. Dit betekent dat de organisatie een optimaal bereik van het callcenter moet realiseren, hoog serviceniveau moet leveren en meer kanalen moet openstellen om uiteindelijk integraal klantcontactmanagement mogelijk te maken. TDA is van mening dat door middel van een optimale allocatie van deze communicatiekanalen en optimaal gebruik te maken van de competenties van de medewerkers dit kan worden bereikt. Om als organisatie te anticiperen op deze toenemende behoeften zijn flexibiliteit en creativiteit de sleutelwoorden. Door bestaande en nieuwe technologieën zo efficiënt en effectief mogelijk in processen te integreren, kan de communicatie worden gereduceerd en kunnen afhandeltijden worden verkort.

Meer rendement

Met behulp van de nieuwste technieken en moderne systemen halen wij het maximale rendement uit uw inkomende telefoongesprekken. Onze applicaties zorgen ervoor dat de door uw gewenste levels zo kostenefficiënt mogelijk worden behaald. Tevens kunnen inkomende gesprekken prima worden aangewend om de klanttevredenheid te bevorderen, of nog een stap verder, om verkoopkansen te creëren en te benutten (upsell en cross-sell). Uiteraard faciliteert TDA ook kanalen als SMS, e-mail en chat. Tevens voert TDA fulfilment werkzaamheden uit die gerelateerd zijn aan uw klantcontactprocessen (versturen offertes, afspraakbevestigingen en dergelijke)

Inbound Telefoonverkeer



Vaak wordt gedacht dat het opzetten van een inboundlijn een langdurig en moeizaam proces is. Zo zou het overdragen van kennis veel tijd in beslag nemen, zouden eigen systemen niet geschikt zijn voor een overdracht en worden de gemoeide kosten vaak hoog ingeschat. TDA laat zien dat dit niet het geval hoeft te zijn.

Spoed campagnes

Uiteraard moet het opzetten van een inbound-project gedegen gebeuren. Het hoeft echter niet per definitie veel tijd te kosten. Waar we doorgaans uitgaan van 3 weken implementatie bestaan er ook voorbeelden waar we al binnen 2 dagen een inboundlijn technisch en organisatorisch hadden ingericht. In geval van nood kunnen wij u snel en efficiënt uit de brand helpen. Zo hebben we recent een financiële instelling geholpen.

Wegens een negatief bericht in de media verwachtte men een ontzettend hoog aantal calls dat zij zelf niet aankonden. Voor ons een enorme uitdaging om deze klant èn snel èn goed van dienst te zijn. Uiteindelijk was het project binnen 2 dagen operationeel en konden wij ca. 2.000 calls per dag voor de klant afhandelen! Een flexibele planning, intensieve training van de agents en het snelle schakelen van ons ICT team waren de doorslaggevende factoren waarom we dit project zo snel operationeel konden maken.

Front Office Banken & Verzekeringsmaatschappijen

Banken en verzekeringsmaatschappijen bevinden zich in een turbulente markt. Daarbij worden de diensten en producten van banken en verzekeraars continu doorontwikkeld en moet men tegemoet komen aan steeds hogere wensen en eisen van de consumenten en moet men natuurlijk onderscheidend zijn ten opzichte van de concurrentie.

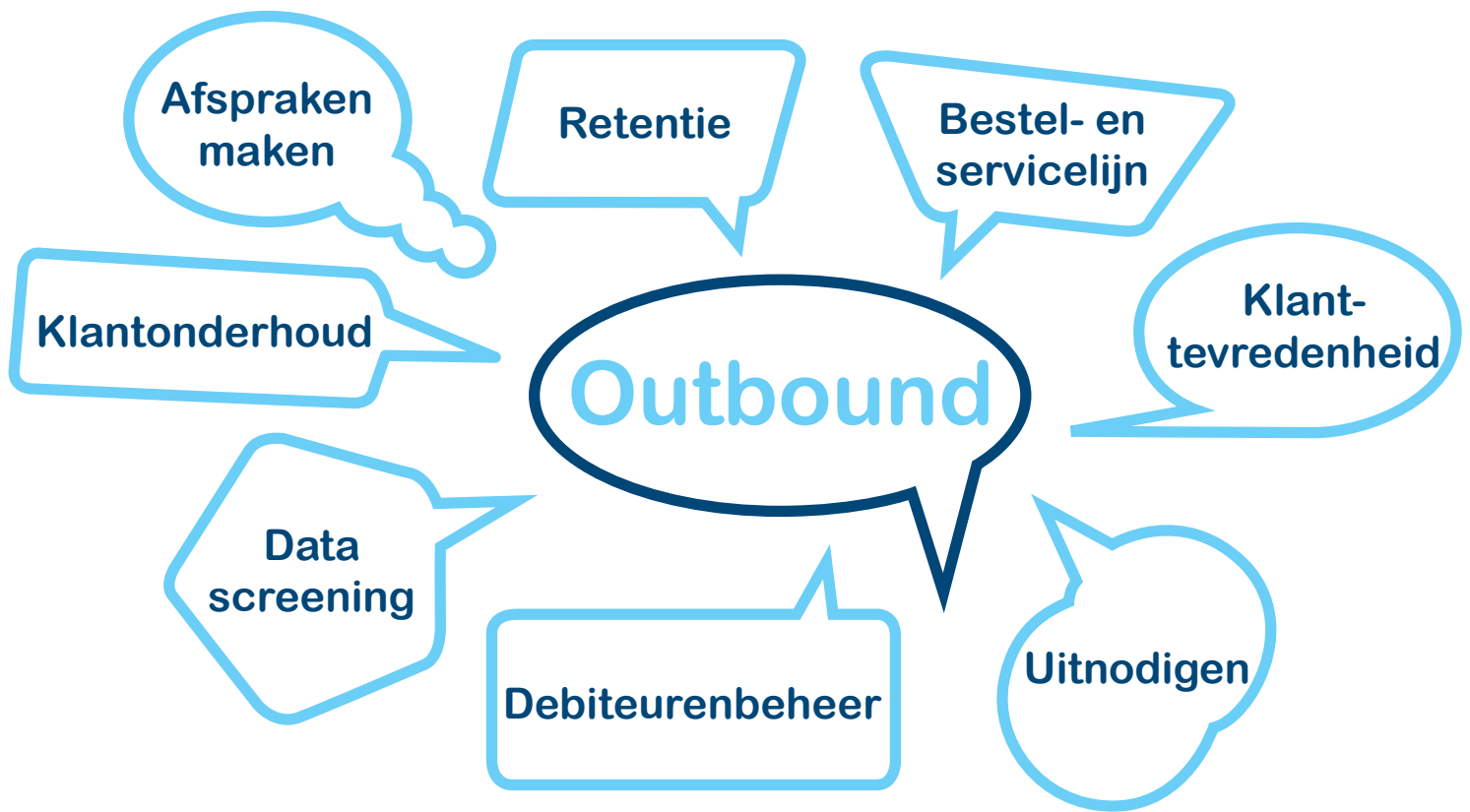
Verkoopstrategieën en distributiekanaalen worden hier op aangepast. Dat houdt in het kort in dat er advies geleverd moet kunnen worden wanneer de klant dat wenst en dat deze zelfde klant eenvoudiger zaken (bijv. schadeverzekeringen) ook direct moet kunnen afhandelen op het moment en via het kanaal dat hij of zij daarvoor kiest. Het beheersbaar maken en houden van klantcontactprocessen is daarbij natuurlijk van groot belang.

TDA is als voorportaal van backoffice afdelingen van diverse banken en verzekeringsmaatschappijen werkzaam. Allerhande vragen over het commerciële en administratieve traject rondom met name bank- en verzekeringsproducten worden grotendeels (ca 90%) bij ons afgehandeld. Vragen die we niet mogen of kunnen beantwoorden worden met heldere workflowafspraken aan de backofficemedewerkers van onze klanten aangeboden.

Voor deze klantcontactafhandeling hebben wij onze medewerkers zeer intensief getraind en geïnstrueerd. Naast de menskant is een technische en een kennisinfrastructuur aangelegd waarbij vele applicaties via dedicated beveiligde communicatie-lijnen worden ontsloten naar TDA. Vragen en antwoorden worden dynamisch beheerd en ook quality monitoring wordt op structurele basis ingezet.

Resultaat

Dit type samenwerking is in praktijk zeer succesvol gebleken. Financieel is de samenwerking succesvol omdat het leeuwendeel van de eerstelijns gesprekken voor relatief lagere kosten worden afgehandeld en de duurdere backoffice specialisten nu alleen de vragen afhandelen waar hun kennis en ervaring daadwerkelijk vereist is.



TDA begon in 1986 als outbound organisatie gericht op de zakelijke markt. Na verloop van tijd zagen steeds meer organisaties het belang van effectief klantcontact met de consument in, waardoor TDA ook op dat veld al weer geruime tijd actief is. Onze jarenlange ervaring biedt u een scala aan mogelijkheden op het gebied van advies en ondersteuning voor al uw (telefonische) campagnes. Van telefonische verkoop tot het maken van afspraken of het minnelijke gedeelte van debiteurenbeheer.

Analyse & verrijking

Iedere campagne staat of valt met de kwaliteit van het adressenbestand. Zowel de juistheid en volledigheid van de contactgegevens alsook de match met de propositie waarvoor wordt gebeld. TDA heeft nauwe banden met enkele gerenommeerde bedrijven op dit terrein. Deze partners zijn gespecialiseerd in het optimaliseren van marktwerkingprocessen waardoor het rendement op sales- en marketing inspanningen, zoals telemarketing, significant stijgt. Uw huidige klanten- en prospect database kan worden opgeschoond, verrijkt en worden onderhouden. Door de gegevens in uw database te koppelen met het Marktdekkende Bedrijven Database van onze partner Sizo Solutions (1,8 miljoen bedrijven in Nederland) kunnen gegevens worden gevalideerd,

geactualiseerd, ontdebeld en worden onderhouden. Zo werkt u altijd met de meest actuele en betrouwbare gegevens. Hiernaast kunnen wij uw bestanden ook verrijken met extra elementen. Op deze wijze zorgen wij ervoor dat uw campagne meer rendement oplevert. Er worden namelijk alleen maar interessante adressen benaderd.

Behavioral targeting

Een kwalitatief concept vormt de basis van succesvol uitgaand telefoonverkeer. Hierbij zijn onze agents het visitekaartje van uw organisatie. Zij zijn ook degenen die belangrijke (marketing) informatie uit al deze gesprekken voor u verzamelen. Al deze relevante informatie wordt door TDA vastgelegd. Zo krijgt u een duidelijk beeld van uw markt, doelgroep(en), reacties enzovoort. Deze input geeft vervolgens weer mogelijkheden om het gedrag van klanten te volgen en die informatie vervolgens te gebruiken voor bijvoorbeeld persoonlijke aanbiedingen.

Outbound Telefoonverkeer



De mogelijkheden van outbound campagnes zijn grenzeloos. Telemarketing is, mits goed ingezet, een zeer effectief distributiekanaal dat voor veel verschillende doelen kan worden ingezet. Graag geven wij u twee interessante praktijkvoorbeelden, een business to business project en een consumenten campagne.

Zakelijke afspraken maken voor Café Bar Holland

Café Bar Holland heeft voor iedere bedrijfssituatie een compleet assortiment professionele koffie-water- en frisdrankapparatuur en biedt een totaalconcept inclusief ingrediënten, technische service en onderhoud. Café Bar Holland is één van de grootste leveranciers op haar terrein. Telemarketing is een belangrijk middel dat Café Bar Holland inzet binnen haar marketingstrategie om salesdoelstellingen te behalen. Zij maakt hierbij gebruik van haar interne afdeling en van TDA.

Vraagstelling

Doelstelling van de samenwerking is om kwalitatief hoogwaardige afspraken te genereren voor haar adviseurs en anderzijds ook de data te analyseren en te kwalificeren. Hierbij wordt de data vooraf gevalideerd en geactualiseerd, zodat er gebeld kan worden op 'schone' data. TDA benadert vervolgens de potentiële klanten van Café Bar Holland. Voor deze klantcontacten heeft TDA in samenwerking met Café Bar Holland een vast team getraind en geïnstrueerd. Dit team wordt op regelmatige basis gevoed met ontwikkelingen vanuit de markt en de interne ontwikkelingen van Café Bar Holland. Het gesprek dat gevoerd wordt is 'los' te noemen, agents maken slechts gebruik van het script als reminder en het registreren van de geïnventariseerde gegevens. Voor Café Bar Holland is het

van groot belang dat er een sfeer in het gesprek wordt gebracht die past bij koffie.

Webagenda

Maar niet alleen de sfeer is belangrijk, het noteren op een overzichtelijke wijze van de afspraken is één van de pijlers die van het project een succes maken. Zo werken wij ook voor Café Bar Holland met de door TDA ontwikkelde webagenda (zie ook de factsheet: webagenda). Op deze wijze worden de gegenereerde afspraken en aanvullende informatie op een zeer effectieve wijze verwerkt.

Klantonderhoud & analyse voor Wij Special Media

Een ander interessant leuk project is de consumer campagne van Wij Special Media, o.a. uitgever van het tijdschrift Wij Jonge Ouders en de daarbij horende De Blijde Doos. De insteek van de telefoongesprekken is tweeledig, één om na te vragen bij de ouders of het kindje in goede gezondheid is geboren en wat haar/zijn naam geworden is, waarbij uiteraard door de agents ontzettend veel aandacht wordt besteed aan het menselijk contact, maar ook aan de spelwijze van de naam. Vervolgens wordt van het contactmoment gebruik gemaakt door direct een kort, maar krachtig onderzoek af te nemen dat als doel heeft om meer te weten te komen over de producten die de jonge ouders gebruiken. Het telefoongesprek wordt door de consumenten zeer gewaardeerd en de conversiedoelstellingen worden dan ook ruim behaald.

De webagenda



Een van onze ICT maatwerkproducties is de webagenda. De webagenda geeft de klanten van TDA de mogelijkheid om op een zeer resultaatgerichte manier (online) afspraken voor bijvoorbeeld haar adviseurs of accountmanagers in te plannen. Deze door TDA ontwikkelde webagenda is zeer functioneel aangezien het bijzondere onderdelen bevat, die ook nog eens per project op maat gemaakt kunnen worden.

Terugkoppelen van het resultaat

Uit ervaringen met diverse opdrachtgevers is gebleken dat het terugkoppelen van de resultaten (hetgeen uiteindelijk zorgt voor managementinformatie) nogal eens "over het hoofd wordt gezien". Men ziet het geven van feedback als een administratieve rompslomp dat "ook morgen nog wel even kan" maar er dan veelal bij inschiet. Resultaat is vaak dat het dus niet of niet meer volledig gebeurt.

Deze webagenda wordt beheerd door het agenda-team. Zodra de adviseur een afspraak heeft afgerond kan hij ervoor kiezen om het agendateam te bellen (inbound) dat via een gecodeerd systeem het resultaat in de agenda tool opslaat. Hij of zij kan er ook voor kiezen om via een emailbericht de coderingen door te geven. Het agendateam legt het direct vast en de administratie is daarmee gedaan. Het grote voordeel hiervan is dat men na het afronden van de dag geen administratieve werkzaamheden meer heeft en de managementinformatie direct beschikbaar is voor alle betrokken partijen. Uiteraard is het ook mogelijk om management rapportages te verzorgen. Tevens kan de agenda-registratie gebruikt worden voor het vrijgeven van het betreffende klantrecord voor outbound activiteiten zoals bijvoorbeeld de tevredenheidscall.

De webagenda:

- Geen limiet in het aantal gebruikers, dagen en tijdstippen.
- Altijd direct online toegang voor de agents en de accountmanager.
- Afspraken, door de accountmanager zelf ingevoerd, worden direct live doorgevoerd. Het inplannen van 'dubbele' afspraken wordt hier mee voorkomen.
- Nieuwe afspraken worden door de agent ingevoerd op basis van 'snelplanning' (aan de hand van tijdstip en postcode). Hiermee wordt gerealiseerd dat er enkel afspraken bij elkaar in de buurt worden ingepland en zo onnodig lange reistijden worden voorkomen.
- Accountmanagers hebben zelf de mogelijkheid om dagen en tijden te blokkeren.
- Automatische koppeling met Google Maps waardoor de accountmanager met één druk op de knop een routebeschrijving van afspraak tot afspraak (zelfs de route voor de gehele dag) kan uitprinten.
- Door de terugkoppeling van het resultaat op te slaan in de webagenda krijgt u een totaal overzicht op het gebied van management informatie.

Debiteurenbeheer



U heeft er ongetwijfeld mee te maken: klanten die zich niet aan uw betalingstermijn houden. Vervelend, want professioneel debiteurenbeheer vergt veel tijd, goede software en getraind personeel. TDA kan dit werk voor u relatief gemakkelijk uit handen nemen. De schade door slecht betalende klanten, wordt vaak onderschat. Een solide debiteurenbeheer kan deze schade aanzienlijk beperken.

De relatie in tact houden

Door het minnelijke deel (de 1e telefoontjes) van dit proces uit handen te nemen kunnen wij u veel tijd en geld besparen. Door onze servicegerichte aanpak kunt u bovendien de relatie die u met uw klant heeft in tact houden. Onze systemen en processen zijn er op gericht om afspraken te monitoren en vervolgstappen nauwgezet uit te voeren. Indien de betaling nog steeds niet wordt voldaan, kunnen wij er tevens voor zorgen dat het incasso of deurwaarders traject wordt gestart. Dit doen wij in samenwerking met door ons geselecteerde gerenommeerde partners.

Een voorbeeld uit de praktijk

Zoals reeds eerder genoemd neemt een gedegen debiteurenbeleid veel tijd in beslag en zeker in een periode van onderbezetting kan de achterstand dan hoog oplopen. Tegen dit probleem liep ook één van onze klanten aan, een vervelende situatie. Deze organisatie ondersteunen wij op twee fronten, te weten inbound- en outbound-opvang. In beide gevallen werken wij met een webbased applicatie waardoor de agents direct toegang hebben tot de klantdossiers inclusief contactgegevens.

Inbound campagne

De inboundlijn is ingericht voor het beantwoorden van vragen over nota's, herinneringen en aanmaningen. Alle agents hebben voorafgaand aan dit project een intensieve training gekregen waardoor zij een goed inzicht hebben gekregen in de werkwijze en de cultuur van onze opdrachtgever. Daarnaast hebben onze medewerkers een training gekregen gericht op de vaak specifieke persoonlijke achtergrond van veel debiteuren. Wat zijn bijvoorbeeld de meest voorkomende redenen dat men een betalingachterstand heeft en wat te doen bij bepaalde argumenten? Zeer belangrijke informatie die het succes van de campagne mede bepalen.

Outbound campagne

De outbound campagne is gericht op het zelf benaderen van relaties met een betalingachterstand. De doelstelling van deze gesprekken is uiteraard om ervoor te zorgen dat de betaling wordt voldaan en de klantrelatie in tact te houden. De opdrachtgever heeft net als TDA de volledige overtuiging dat de meeste personen een legitieme reden hebben waardoor de betaling niet is overgemaakt. Door hen op een klantvriendelijke doch ook dringende wijze te benaderen, worden goede resultaten behaald. Zo hebben wij een aanzienlijke groei weten te realiseren van betalende klanten. De rekeningen worden voldaan maar nog belangrijker de meeste klantrelaties blijven in tact!

Webwinkel klantenservice



Bied uw klanten een professionele klantenservice en verhoog uw rendement! Het ontbreken van een klantenservice is een van de belangrijkste redenen om af te haken in het online bestelproces. De kansen om klanten voor u te winnen met een goede service zijn dan ook groter dan ooit.

Het inrichten van uw eigen klantenservice is gemakkelijker dan u denkt. U hoeft geen dure telefooncentrale aan te schaffen of alle 'calls' naar uw eigen (mobiele) toestel door te schakelen. Met TDA als uw business partner beschikt u direct over een professionele fullservice klantenservice, voor een zeer aantrekkelijk tarief.

Fullservice klantcontact

TDA biedt u een professionele en kwalitatieve klantenservice in de breedste zin van het woord. Dit betekent dat onze medewerkers alle vragen van uw klanten, per telefoon en e-mail, direct beantwoorden. Te denken valt onder andere aan:

- Pre sales en Sales (oriëntatie, aannemen van bestellingen e.d.)
- After sales (klachten, facturatie, retouren e.d.)
- Logistiek (track & trace)

Indien een specifieke vraag niet door ons beantwoord kan worden, sturen wij deze met ons innovatieve, webbased ticketsysteem, direct naar u door. Zo heeft u dus nog nauwelijks omkijken naar uw klantcontact en worden uw klanten snel, correct en professioneel te woord gestaan.

Bereikbaarheid

Uw webshop is met behulp van deze klantenservice op werkdagen bereikbaar van 09.00 – 21.00 uur en mogelijk op zaterdag van 09.00 – 17.00 uur. Dus ook buiten kantoor tijden en op zaterdag is uw klantenservice bereikbaar.

Platinum, Gold, Silver & Bronze

Het uitbesteden van uw klantcontact is nog nooit zo eenvoudig geweest. Zo heeft u nu de mogelijkheid om snel en tegen lage kosten in te stappen. Naar gelang de groei van uw webshop kunt u elke maand vrij overstappen naar een ander pakket.

Ieder pakket heeft een eenmalig opstarttarief van € 250,- daarvoor worden de processen voor u ingericht. Vervolgens betaalt u een maandelijkse fee waarvoor al een groot aantal klantcontacten worden afgehandeld. U kunt zelf bepalen welk pakket op welk moment het best bij u past.

Pakket	Maandelijkse fee	Inbegrepen Calls/e-mails	Extra calls/e-mails
Bronze	€ 195,-	50	€ 4,-
Silver	€ 495,-	150	€ 3,50
Gold	€ 895,-	250	€ 3,25
Platinum	€ 1.495,-	500	€ 2,75

* *Maatwerk oplossingen zijn uiteraard ook mogelijk*

Uw persoonlijke webshop support e-mailadres & telefoonnummer

Wanneer u een klantenservicepakket afneemt ontvangt u naast een eigen 088-nummer, ook uw eigen webshop support e-mailadres. Door deze allebei op uw website te vermelden, geeft u uw klanten het broodnodige vertrouwen en zullen ze ook eerder bij u bestellen.

Optimaliseer uw klantcontact en verhoog de verkoopconversie op websitebezoek!

Geef uw potentiële klanten geen reden om niet tot aanschaf van het product over te gaan en geef uw huidige en nieuwe klanten een reden om terug te komen. De klantenservice van TDA biedt u ongekende groeimogelijkheden en een hoger rendement!



Systemen en infrastructuur

Om klantcontactprocessen efficiënt in te kunnen richten, uit te kunnen voeren en de continuïteit daarvan te waarborgen is een stabiele en state-of-the-art infrastructuur onontbeerlijk. TDA maakt gebruik van het Avaya telefonieplatform (skill based routing, management en rapportages) met diverse high-tech applicaties zoals:

- **Teleknowledge callcenter software**
- **NICE quality monitoring**
- **CallCatcher call logging**
- **ColdFusion webapplication development**
- **QuickCom realtime messaging (oa wallboards)**

Dit platform wordt in een extern datacenter gehost (TeleCityGroup in Amsterdam). Het datacenter biedt optimale voorzieningen op het gebied van stroomvoorziening (UPS systemen en nood-aggregaten), airconditioning, brandbeveiliging, toegangsbeveiliging en 24/7 technische en facilitaire ondersteuning. Een zeer betrouwbare en veilige omgeving voor optimale beschikbaarheid van de systemen.

De infrastructuur is geheel op IP gebaseerd en is er op gebouwd om de technische en organisatorische omgevingen van onze klanten en TDA te koppelen. Door op het niveau van de fysieke, technisch infrastructuur een koppeling tot stand te brengen kan op beide locaties (klant en TDA) gebruik worden gemaakt van alle systemen. Niet alleen de klanteigen bedrijfssystemen maar ook het callcenterplatform van TDA, inclusief alle daarop werkende applicaties (dialing software, quality monitoring e.d.).

Hierdoor is het eenvoudig om virtueel één klant contactgroep te creëren welke vanuit meerdere locaties haar contacten afhandelt.

TDA is specialist op het gebied van het in kaart brengen van processen.



Of het nu gaat om een (online) wervingsproces of om een groep kandidaten/mensen/middelen gaat, om een kritisch proces zo efficiënt als mogelijk in te richten heeft TDA een heus "Volgsysteem" ontwikkeld.

Met deze applicatie is het mogelijk om vanuit één centraal systeem bijvoorbeeld het hele werving- en selectieproces van personeel te beheren en te volgen. Uiteraard is dit systeem zeer gebruikersvriendelijk, niet alleen voor de agents en de opdrachtgever, maar juist ook voor de bezoekers van de website die geïnteresseerd zijn in een baan. Gemak, snelheid en de mens staan centraal.

De totale webapplicatie bestaat uit de volgende onderstaande onderdelen:

1. Content managementsysteem

Het content managementsysteem is min of meer de regiekamer binnen de applicatie. Zo heeft de coördinator van de organisatie direct inzicht in:

- De mogelijkheid om processen direct te beïnvloeden;
- Real-time inzage in het wervingsproces (ook op individueel niveau);
- De mogelijkheid om direct de profielaanpassing te wijzigen (veranderen van vacature en wensen en eisen) en op deze wijze direct de wervingsbehoefte te beïnvloeden;
- De mogelijkheid om controle uit te oefenen in het schriftelijke communicatieproces.

2. Agendaplanning tool

De agendaplanning tool is een flexibel agenda-systeem dat de opdrachtgever in staat stelt de organisatie en administratie van het wervingsproces te stroomlijnen. Zo krijgen zij onder andere inzicht in de ingeplande evaluatiegesprekken. Er vindt registratie van de resultaten van deze gesprekken op kandidaat-niveau plaats. Vervolgens wordt van alle belangstellenden een profiel aangemaakt (leeftijd, opleiding e.d.) en een contacthistorie bijgehouden. Aan ieder contactmoment wordt op basis van dit profiel een actie gekoppeld. Dat kan zijn: informatieverzending of een uitnodigingsbrief toesturen of zelfs een "niet- of voldoende geschikt" melding. Deze relevante gegevens worden dagelijks gekoppeld aan het systeem van de opdrachtgever.

3. Online solliciteren tool

De online solliciteren tool omvat een totaal proces waarbij de belangstellende kan solliciteren via internet op een functie. De belangstellende gaat naar de betreffende website. Op het moment dat hij of zij is ingelogd, wordt er een digitaal sollicitatiedossier door het systeem aangemaakt. Vervolgens worden er in dit dossier een groot aantal gegevens vastgelegd en kan de belangstellende zich, indien het dossier compleet is, direct aanmelden voor een sollicitatiegesprek. Nadat het dossier is gecompleteerd krijgt de belangstellende automatisch een e-mail toegestuurd, met als bijlage de formulieren die hij of zij mee moet nemen bij het sollicitatiegesprek. Nadat het sollicitatiegesprek heeft plaatsgevonden kan het digitale dossier door de opdrachtgever worden gecontroleerd en gecompleteerd. Deze gegevens worden vervolgens verzonden naar de database.