

E-learning: een bijdrage aan professionaliteit

Advies rapport E-learning

Auteur: Gillian van Burik
Publicatie datum: 31-05-2010

"Hoe kan BCC er door middel van E-learning voor zorgen dat haar commerciële medewerkers in de winkel effectief en efficiënt kunnen werken en zo een bijdrage leveren tot het verhogen van de omzet"

Auteur	:	Gillian van Burik, 1522328
Docent begeleiders	:	Dhr. W. Mollemans Mvr. J. den Tonkelaar
Publicatie datum	:	31 - 05 -2010
Versie	:	1.0
Uitgebracht aan	:	BCC elektro speciaalzaken B.V.
Bedrijfs begeleiders	:	Paul roos Mabelie Samuels

Management samenvatting

Voor u ligt de management samenvatting van het rapport "Hoe kan BCC er door middel van E-learning voor zorgen dat haar commerciële medewerkers in de winkel effectief en efficiënt kunnen werken en zo een bijdrage leveren tot het verhogen van de omzet" In deze samenvatting staan de aanleiding, opzet, de uitkomst van het onderzoek en de adviezen.

BCC heeft in 2007 het E-learning leertraject in de organisatie geïmplementeerd. In de eerste paar maanden werd het leertraject goed ontvangen en gevolgd. Na enkele maanden ebde de opvolging van het leertraject weg. Hierom is dit onderzoek ingesteld om te zien of en wat er aan het huidige leertraject veranderd moet worden om het effectief in te zetten om zo de hoofddoelstelling te verwezenlijken.

Om de opleidingsbehoefte van de medewerkers en het management in kaart te brengen wordt er een enquête en worden er interviews gehouden. In de enquête en interviews zijn ook de mening over de huidige IT situatie, en de huidige organisatorische situatie opgenomen. Door de gewenste situatie van bovenstaande onderwerpen af te wegen tegen de huidige echte situatie kan er geadviseerd worden wat de organisatie moet doen om het leertraject een succes te maken. Om te kijken of de effectiviteit en efficiency van E-learning te meten is er een vergelijkend onderzoek gehouden door na een bepaalde metingperiode enkele nieuwe E-learning cursussen te implementeren en te kijken of de effectiviteit en efficiency van de medewerkers verbeterd.

Om tot de adviezen te komen is er een literatuuronderzoek gedaan en wordt er gebruik gemaakt van de volgende theoretische modellen.

- ☉ Het volwassenheidsmodel van Gartner (2004)
- ☉ De leercircel van Kolb (1999)
- ☉ Het E-learning ontwikkelingsmodel van C. Van der Hoog en B. Filipini (2006)
- ☉ Blended learning volgens Bersin (2004)

De belangrijkste punten die uit het onderzoek naar voren komen zijn:

- ☉ De opvolging van en houding tegenover E-learning is sterk afhankelijk van het kader op de winkelvloer
- ☉ Het IT-systeem is niet voldoende om E-learning op een effectieve manier te gebruiken
- ☉ De medewerkers vinden E-learning belangrijk en interessant
- ☉ Het ontwikkelen en implementeren van E-learning verloopt niet volgens een duidelijke structuur waardoor dit veel langer duurt.
- ☉ E-learning draagt bij aan betrokken, gemotiveerde en professionele medewerkers.
- ☉ Het algemene niveau van E-learning moet hoger
- ☉ inhoud dient aangepast te worden aan de opleidingsbehoefte van de medewerkers.

Op basis van de conclusies uit het onderzoek zijn de belangrijkste aanbevelingen:

De Er moet uitgelegd worden aan het kader wat het belang is van E-learning waardoor zij dit zelf gaan volgen en een positieve houding krijgen tegen over E-learning. De positieve houding wordt overgegeven op de medewerkers waardoor de opvolging van E-learning omhoog gaat.

- ☉ Upgrade het IT systeem zodat E-learning sneller en gebruiksvriendelijker wordt.
- ☉ Zorg dat de medewerkers steeds iets nieuws leren en dat er veel gecommuniceerd wordt over E-learning zodat de medewerker steeds weer in positieve zin geprikkeld wordt om E-learning te volgen.
- ☉ Ontwikkel en implementeer E-learning volgens de adviezen uit dit rapport om structuur in deze factoren te brengen.

Door E-learning opnieuw in te ontwikkelen en implementeren volgens de wijze van de aanbevelingen, zullen de medewerkers gemotiveerd, betrokken en professioneel kunnen werken. Door professionele medewerkers zorgt BCC er voor dat zij zich onderscheidt ten opzichte van de concurrent en kan zo de meest betrouwbare elektro-retailer van Nederland worden. Indien er geen actie ondernomen wordt zullen er veel reeds gemaakte kosten verloren gaan en kunnen de medewerkers niet professioneler werken waardoor de missie van BCC niet behaald kan worden.

Inhoud

Management samenvatting	Pag. 1
Voorwoord	Pag. 4
De organisatie	Pag. 5
Inleiding	Pag. 6
De probleemstelling	Pag. 7

1. HRM

Uitkomst van het onderzoek

1.1	Zorgen de modules voor een betere omzet en zo ja, hoe?	Pag. 8
1.2	Zorgen de modules dat medewerker effectiever en efficiënter werken en zo ja, hoe?	Pag. 8
1.3	De opleidingsbehoefte van de medewerkers.	Pag. 10
1.3.1	De mening van de medewerkers over het huidige E-learning met betrekking tot de inhoud.	Pag. 10
1.3.2	De tevredenheid van de medewerkers betreffende het huidige E-learning.	Pag. 12
1.3.3	Wat leren de medewerkers van E-learning?	Pag. 13
1.3.4	De mening van de medewerkers over de toetsvragen.	Pag. 13
1.3.5	De inhoud die de modules moeten bevatten volgens de medewerkers.	Pag. 14
1.3.6	De medewerkers willen meer leren over bijverkoop (accessoires) via E-learning.	Pag. 15
1.3.7	Conclusie; De opleidingsbehoefte van de medewerkers.	Pag. 15
1.4	De opleidingsbehoefte van het management.	Pag. 16

Advies HRM

1.5	De inhoud van E-learning.	Pag. 17
1.5.1	De productgroepen die een E-learning module nodig hebben.	Pag. 17
1.5.2	De producten die een E-learning modules nodig hebben.	Pag. 17
1.5.3	Bijverkoop (accessoires) in E-learning.	Pag. 17
1.5.4	Procedures in E-learning.	Pag. 18
1.5.5	Verkoopargumenten in E-learning.	Pag. 18
1.5.6	Verkooptechnieken in E-learning.	Pag. 18
1.6	De lengte die E-learning modules moeten hebben.	Pag. 19
1.7	Eindconclusie HRM	Pag. 19

2. Organisatorisch

Uitkomst van het onderzoek

2.1	Het aanbieden en opvolgen van E-learning in de huidige situatie.	Pag. 20
2.1.1	Aangeboden	Pag. 20
2.1.2	Opgevolgd	Pag. 20
2.1.3	Positieve en negatieve punten	Pag. 22
2.2	Hoe wil de organisatie dat het leertraject aangeboden en opgevolgd wordt?	Pag. 23
2.2.1	Aanbieden van E-learning	Pag. 23
2.2.2	Opvolgen van E-learning	Pag. 23
2.3	De beperkingen en barrières bij de invoer van E-learning	Pag. 24

Advies Organisatorisch

2.4	De opvolging van E-learning, hoe het moet.	Pag. 25
2.4.1	Opvolging moet beter	Pag. 25
2.4.2	Toegankelijkheid verhogen	Pag. 25
2.4.3	Leerstijlen	Pag. 26
2.4.4	Blended learning	Pag. 26
2.4.5	Blended learning bij BCC	Pag. 27
2.4.6	Borging	Pag. 27
2.5	Het organiseren van de ontwikkeling van E-learning	Pag. 28
2.6	De implementatie van E-learning	Pag. 29
2.7	Eindconclusie organisatorisch	Pag. 29

3. IT

Uitkomst van het onderzoek

3.1	De voor en nadelen van de huidige IT situatie	Pag. 30
3.2	De gewenste lay-out van de medewerkers	Pag. 31

Advies

3.3	De lay-out die E-learning moet hebben.	Pag. 33
3.4	De veranderingen die E-learning op technische wijze moet ondergaan om dit succesvol aan te bieden aan de medewerker.	Pag. 34
3.5	Eindconclusie IT	Pag. 36

4. Economisch

4.1	De kosten en baten van de ontwikkeling en implementatie van het leertraject.	Pag. 37
4.1.1	Kosten	Pag. 37
4.1.2	Baten	Pag. 39
4.2	Eindconclusie Economisch	Pag. 40

5. Eindconclusie

Pag. 41

Literatuurlijst

Pag. 42

Woordenlijst

Pag. 44

Bijlagen

📄	Bijlage 1: Totaal overzicht E-learning	Pag. A1
📄	Bijlage 2: Enquête	Pag. B1
📄	Bijlage 3: Enquête resultaten	Pag. C1
📄	Bijlage 4: Interview analyse	Pag. D1
📄	Bijlage 5: Productlijst	Pag. E1
📄	Bijlage 6: Huidige IT situatie	Pag. F1
📄	Bijlage 7: Het ontwikkelen van E-learning	Pag. G1
📄	Bijlage 8: Implementatieplan	Pag. H1
📄	Bijlage 9: Campagne voorbeeld	Pag. I1
📄	Bijlage 10: Storyboard E-learning	Pag. J1
📄	Bijlage 11: Feedbackformulier voorbeeld E-learning	Pag. K1
📄	Bijlage 12: Feedback module voorbeeld E-learning	Pag. L1
📄	Bijlage 13: Feedback enquête voorbeeld E-learning	Pag. M1
📄	Bijlage 14: Verkooptechnieken in E-learning	Pag. N1
📄	Bijlage 15: Interviews	Pag. O1
📄	Bijlage 16: FAQ	Pag. P1
📄	Bijlage 17: procedures in E-learning	Pag. Q1
📄	Bijlage 18: Accessoires in E-learning	Pag. R1
📄	Bijlage 19: Voorbeeld lay-out E-learning	Pag. S1
📄	Bijlage 20: Interview vragen	Pag. T1

Voorwoord

Voor u ligt het eindresultaat van het "Hoe kan BCC er door middel van E-learning voor zorgen dat haar commerciële medewerkers in de winkel effectief en efficiënt kunnen werken en zo een bijdrage leveren tot het verhogen van de omzet". Dit rapport is tot stand gekomen dankzij de samenwerking met BCC en haar medewerkers.

Als eerste wil ik Mabelie Samuels, Gert Jan de Mooij, Bart Wouters en Paul roos bedanken voor de ondersteuning voor, tijdens en na het onderzoek.

Ten tweede wil ik BCC en de geënuquêteerde bedanken voor de tijd en de moeite die aan het onderzoek gespendeerd is. Het heeft even wat tijd gekost, maar mede door de goede medewerking heb ik dit eindresultaat neer kunnen zetten.

Daarnaast wil ik mijn docent begeleiders, Willem Mollemans en Jip den Tonkelaar bedanken voor de begeleiding tijdens mijn afstudeertraject.

Als laatste wil ik de medewerkers die deel hebben genomen aan de interviews speciaal bedanken, zonder hen had ik nooit een breed inzicht kunnen hebben over de organisatie en het leertraject binnen BCC.

Bedankt allemaal!

De organisatie

BCC bestaat sinds 1969 en is één van de grootste elektro-retailer in Nederland. BCC heeft inmiddels 55 winkels en sinds 2005 een webwinkel. BCC heeft ongeveer 1100 winkel medewerkers en 300 medewerkers op het service center en op de distributiecentra.

Sinds 2006 is BCC het initiatief gestart om de elektronica industrie te verduurzamen. Dit doet BCC door met het WWF, HIER, Natuur & Milieu en Milieu Centraal samen te werken en door de consument te adviseren om energiezuinige apparaten te kiezen.

BCC is onderdeel van KESA. KESA is een multinationale electro retail groep met vestigingen in 11 landen waaronder de Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Spanje.



Inleiding

Ongeveer 3 jaar geleden is een E-learning programma ontwikkeld en geïmplementeerd. Het E-learning systeem werd niet opgevolgd door de medewerkers wat er voor zorgde dat nieuwe medewerkers nog steeds door collega's ingewerkt moesten worden. Dit kost veel tijd.

De probleemvraag voor de omschreven situatie is:

"Hoe kan BCC er door middel van E-learning voor zorgen dat haar commerciële medewerkers in de winkel effectief en efficiënt kunnen werken en zo een bijdrage leveren tot het verhogen van de omzet?"

Om deze probleemstelling te kunnen beantwoorden zijn er een aantal subvragen waar antwoord op gegeven moet worden:

- ⊙ (Hoe) zorgen de modules voor een betere omzet?
- ⊙ Welke opleidingsbehoefte hebben de medewerkers?
- ⊙ Welke opleidingsbehoefte heeft het management?
- ⊙ Welke inhoud moet er in de modules komen?
- ⊙ Welke lengte moeten de modules hebben?
- ⊙ Hoe zorgen de modules dat de medewerkers efficiënter en effectiever werken?
- ⊙ Hoe wordt het leertraject op het moment aangeboden en opgevolgd? En wat zijn de positieve en negatieve punten hiervan?
- ⊙ Hoe wil de organisatie dat het leertraject aangeboden en opgevolgd wordt?
- ⊙ Hoe zal het ontwikkelen van het nieuwe leertraject moeten worden georganiseerd?
- ⊙ Welke beperkingen/barrières heeft de invoer van het leertraject?
- ⊙ Hoe moet het leertraject geïmplementeerd worden?
- ⊙ Welke lay-out dient het leertraject te hebben om het meest efficiënt te werken?
- ⊙ Hoe moeten de modules als systeem aangeboden worden aan de interne klant op technisch vlak?
- ⊙ Welke kosten en baten hebben de ontwikkeling en implementatie van het leertraject?

Om antwoord op de hoofdvraag te geven is er een enquête en interviews gehouden. Door de uitkomsten hiervan tegen de gewenste situatie af te wegen kan er worden geconcludeerd welke veranderingen E-learning moet ondergaan om effectief te werken.

Het antwoord op de hoofdvraag is opgedeeld in diverse deelvragen, deze zijn onderverdeeld in 4 bedrijfskundige aspecten, namelijk: HRM, organisatorisch, IT en economisch. In het rapport zal er een advies voor elk aspect gegeven worden. Na deze adviezen zal er een algemeen advies op de hoofdvraag worden gegeven aan het eind van dit rapport.

De probleemstelling

Situatie nu

Ongeveer 3 jaar geleden is er een E-learning programma ontwikkeld en geïmplementeerd. Het E-learning systeem werd niet opgepakt door de medewerkers wat er voor zorgde dat nieuwe medewerkers nog steeds door collega's ingewerkt moesten worden wat veel tijd kost.

De medewerkers hebben hierdoor minder tijd om zich te concentreren op de verkoop wat omzet kost. Wanneer BCC omzet en marktaandeel verliest kan zij nooit de nummer 1 elektronica retailer van Nederland worden. Als tweede probleem zorgt het huidige E-learning systeem ervoor dat oudere medewerkers zich niet kunnen doorontwikkelen omdat er geen gevorderde modules zijn. Minder ontwikkelde medewerkers zonder stijgende kennis zorgt er voor dat BCC minder betrouwbaar en professioneel overkomt tegenover de klant en kan dus nooit de meest vertrouwde electro retailer van Nederland worden.

Gewenste situatie

BCC wil effectieve en efficiënte medewerkers ontwikkelen door het huidige leertraject opnieuw te ontwikkelen en implementeren. BCC wil zorgen dat wanneer nieuwe medewerkers zichzelf kunnen ontwikkelen door middel van E-learning. Zo kunnen andere werknemers zich meer richten op de verkoop en secundaire werkzaamheden en er meer omzet wordt gegenereerd. Deskundige medewerkers moeten er voor zorgen dat het beeld van de klant over BCC heeft, positiever wordt waardoor BCC de meest vertrouwde electro retailer van Nederland kan worden.

Onderzoeksaanpak

Om de opleidingsbehoefte van de medewerkers en het management in kaart te brengen wordt er een enquête en worden er interviews gehouden. In de enquête en interviews zijn ook de mening over de huidige IT situatie, en de huidige organisatorische situatie opgenomen.

Door de gewenste situatie van bovenstaande onderwerpen af te wegen tegen de huidige echte situatie kan er geadviseerd worden wat de organisatie moet doen om het leertraject een succes te maken.

Om te analyseren of de effectiviteit en efficiency van E-learning te meten is er een vergelijkend onderzoek gehouden door na een bepaalde metingperiode enkele nieuwe E-learning cursussen te implementeren en te onderzoeken of de effectiviteit en efficiency van de medewerkers verbeterd.

Om tot de adviezen te komen is er een literatuuronderzoek gedaan om te kijken of en hoe er theoretische modellen gebruikt kunnen worden.

1. HRM

De uitkomsten van het onderzoek

1.1 Zorgen de modules voor een betere omzet en zo ja, hoe?

1.2 Zorgen de modules dat medewerker effectiever en efficiënter werken en zo ja, hoe?

Om bovenstaande vraag te kunnen beantwoorden is er een testfase ingesteld. Tijdens deze testfase worden er vijf filialen benaderd waarbij de volgende gegevens onderzocht worden:

- ☉ Filiaal naam en nummer
- ☉ Aantal medewerkers per filiaal
- ☉ Filiaal resultaten van de periode van week 5 t/m week 11
- ☉ Medewerker resultaten van de periode van week 5 t/m week 11
- ☉ Registratie huidige E-learning resultaten op filiaal niveau

Na introductie van enkele nieuwe modules (door middel van een campagne) zullen enkele medewerkers binnen de gekozen filialen enkele modules doorlopen, welke relevant zijn ten opzichte van hun afdeling/deelgebied. Na het doorlopen van de modules zal er een nieuwe meting worden gestart op filiaal niveau.

De volgende meting zal plaatsvinden vanaf 20 maart. Hierbij worden onderstaande gegevens opnieuw onderzocht:

- ☉ Filiaal resultaten van de periode van week 12 t/m week 17
- ☉ Medewerker resultaten van de periode van week 12 t/m 17
- ☉ Registratie huidige course resultaten

Wanneer alle gegevens verzameld zijn worden deze een op een vergeleken om te kijken of E-learning invloed heeft op de prestaties. Een dergelijk leertraject dient alleen voortgezet te worden als deze een positieve invloed heeft op de effectiviteit en efficiency.

De analyse wordt niet in dit rapport of als de bijlage opgenomen omdat dit bedrijfsgevoelige informatie is.

De conclusie van de analyse

Uit de omzet en KPI analyse blijkt dat er geen duidelijke verbeteringen naar voren komen. Sommige filialen hebben een licht hogere omzet terwijl sommige KPI's lager zijn. Wanneer er naar de omzet gekeken wordt van geheel BCC is er zelfs te zien dat er een lichte daling is in de tweede periode ten opzichte van de eerste periode.

Er zijn veel verschillende factoren die het bedrijfsresultaat kunnen beïnvloeden waardoor de daling of stijging hiervan niet direct aan E-learning te wijten is (J.D. den Breejen, 2009). Enkele factoren die het bedrijfsresultaat kunnen beïnvloeden zijn:

- ⊗ Seizoen
- ⊗ Marktwerving
- ⊗ Marketing acties van concurrenten
- ⊗ Concurrentie in het algemeen
- ⊗ Marketing acties van BCC
- ⊗ Verschil in personeelsbestand
- ⊗ Verschil in management
- ⊗ Externe invloeden (bijvoorbeeld infrastructuur)
- ⊗ Motivatie van het verkoopteam
- ⊗ Leveranciers
- ⊗ Winkelindeling
- ⊗ Het koopgedrag van de klant
- ⊗ Productassortiment
- ⊗ Veranderende economie
- ⊗ Informatievoorziening

Sinds de invoer van enkele nieuwe modules zijn er 300 maal, een van de 8 nieuwe modules doorlopen in geheel BCC. Voor deze modules zijn er 7768 geregistreerde gebruikers. Dit betekent dat slechts 3.8% van de nieuwe modules is gevolgd in een periode van zes weken. Dit geeft aan dat er ondanks dat er nieuwe modules zijn, deze niet doorlopen worden ook al blijven de bedrijfsresultaten achter.

In bijlage 1 is het totaaloverzicht gevolgde E-learning modules gevoegd.

Ondanks dat er geen aantoonbare stijging in de omzet is verhoogd E-learning wel de motivatie, betrokkenheid en andere factoren die een bijdrage leveren aan de omzet. Deze factoren worden verder uitgelegd in hoofdstuk vier: economisch.

1.3 De opleidingsbehoefte van de medewerkers

Om de opleidingsbehoefte vast te stellen is er een enquête onder elf filialen gehouden. Ook hebben er in totaal 38 interviews plaatsgevonden in deze elf filialen. De respondenten van het onderzoek zijn de winkelmedewerkers. In de enquête zijn er vragen gesteld over wat de medewerkers van het huidige E-learning vonden. Er werd hierbij gevraagd naar de inhoud en de lay-out van E-learning en wat de medewerkers van E-learning hebben geleerd. Ook is er gevraagd wat de medewerkers graag willen leren en wat ze verbeterd willen zien aan het huidige E-learning. Tijdens de Interviews wordt er dieper op de onderwerpen ingegaan.

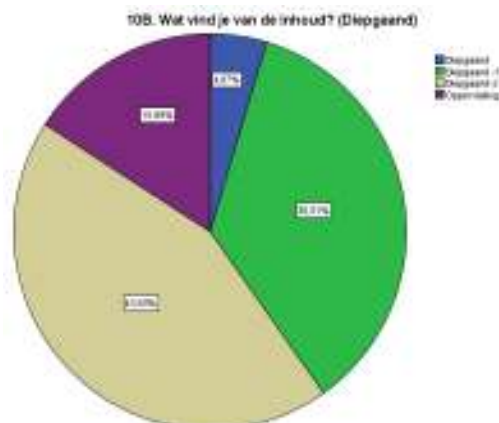
In bijlage 2 en 3 zijn de enquête en de uitkomst opgenomen.

In bijlage 4 en 20 zijn de interviewvragen en de interviewanalyse opgenomen ter referentie

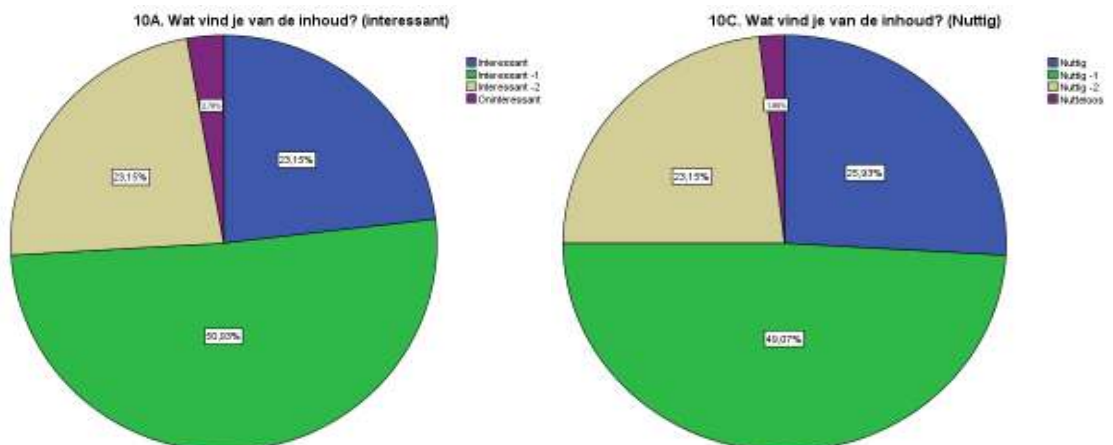
De opleidingsbehoefte dient in kaart gebracht te worden. Zodra deze behoefte in kaart is gebracht kan er vergeleken worden of het huidige leertraject aansluit bij deze behoefte. Indien dit niet zo is zal er een advies komen over of en hoe het leertraject aangepast dient te worden om de medewerkers zo veel en goed mogelijk te laten leren.

1.3.1 De mening van de medewerkers over het huidige E-learning met betrekking tot de inhoud.

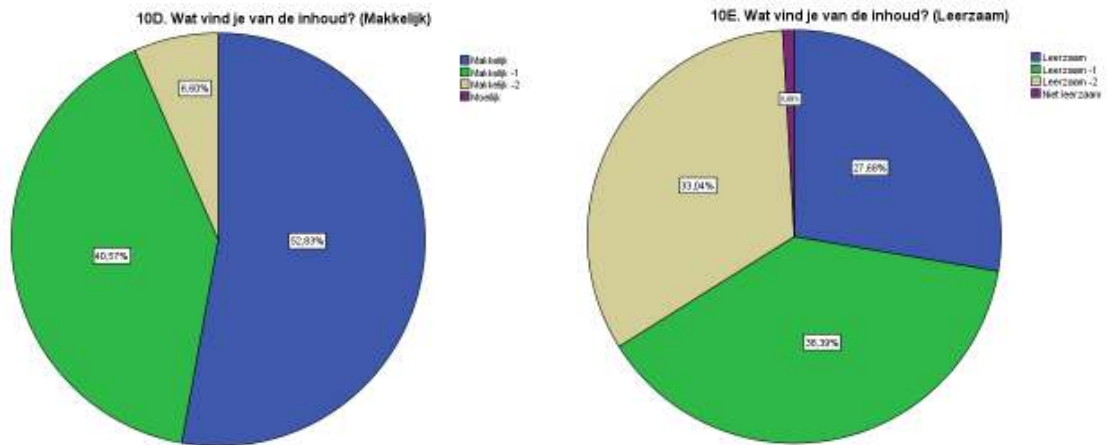
Het merendeel van de respondenten (59%) vindt het huidige E-learning niet diepgaand genoeg. Bijna 16 % van de respondenten vindt de inhoud zelfs oppervlakkig. Uit de interviews kwam ook veelvuldig naar voren dat het huidige E-learning te oppervlakkig en het niveau hiervan te laag is.



In totaal vindt een kwart van de respondenten de inhoud van E-learning minder interessant (23,15%) of oninteressant (2.79%). 75%. Van alle respondenten vind de inhoud op hun eigen manier nuttig of iets minder nuttig, maar 1.85% vindt de inhoud nutteloos



Uit de interviews kwam naar voren dat ondanks het feit dat E-learning niet erg diepgaand was, herhaling wel altijd goed gevonden wordt door de medewerkers, omdat er altijd enkele punten zijn die men niet wist of vergeten was.

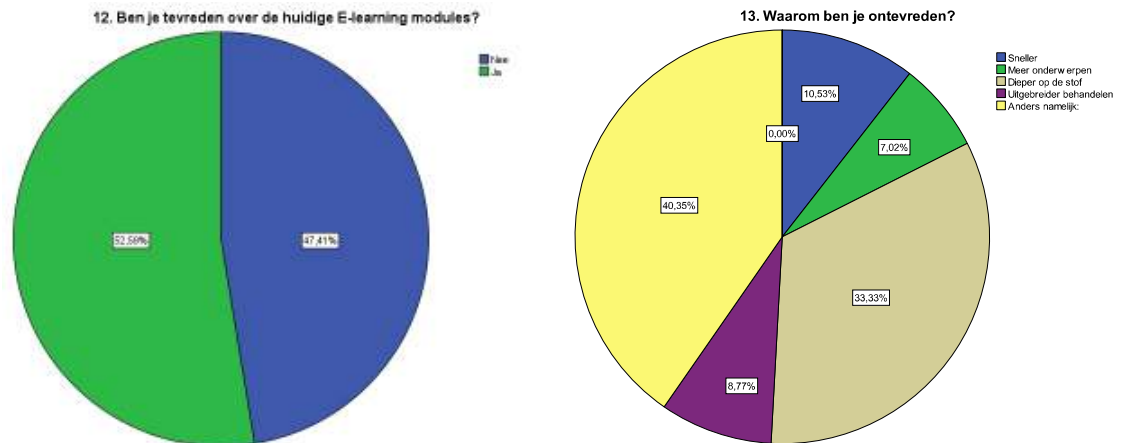


De inhoud wordt over het algemeen (te) makkelijk gevonden. Dit komt overeen met de toetsvragen, die ook te makkelijk worden gevonden.

Tweederde (66%) vindt de inhoud van E-learning leerzaam of enigszins leerzaam. Minder dan 1 % geeft aan E-learning niet leerzaam te vinden. De uitkomsten uit de interviews geven hetzelfde resultaat.

Er is bijna niemand die nog nooit E-learning heeft gedaan. De medewerkers die E-learning gedaan hebben, hebben alleen de introductiemodules en de modules van hun eigen afdeling gedaan. Dit kan een reden zijn waarom men E-learning erg makkelijk vindt en niet diepgaand vindt. De helft van de geïnterviewden gaf aan graag E-learning modules van andere afdelingen te volgen om meer allround te worden.

1.3.2 De tevredenheid van de medewerkers betreffende het huidige E-learning.



Iets meer dan de helft (52%) is tevreden over de huidige modules. Van de respondenten die ontevreden waren vond een derde (33%) dieper op de stof ingaan gewenst. Dit komt overeen met de uitkomst van de vraag of men de inhoud diepgaand vond.

Meer dan 40% van de respondenten die ontevreden waren, gaven “anders, namelijk” aan. Deze optie gaf ruimte om eigen inbreng te geven wat er verbeterd dient te worden. Echter is deze optie grotendeels gebruikt om meerdere antwoorden aan te geven.

Tijdens de interviews is er de vraag gesteld: “Wat zou je graag verbeterd en/of veranderd willen zien aan E-learning”. Uit de interviews blijkt dat veel medewerkers liever verschillende niveaus zien in E-learning. Ook de mogelijkheid om thuis te werken kwam veelvuldig aan bod. Niet elke medewerker gaf aan bereid te zijn om thuis E-learning te willen volgen maar de helft van de geïnterviewden gaven aan dit graag te willen doen, zodat er tijdens werktijd gefocust kan worden op de verkoop.

Veel medewerkers willen naast verschillende niveaus ook losse update modules. Hierin zouden nieuwe producten of productspecificaties moeten komen te staan. Een voorbeeld is televisie. Eind 2009 zijn de eerste 3D televisies gelanceerd, maar in de huidige televisie E-learning module wordt hier nog niets over vermeld. In plaats van een gehele nieuwe televisie module te doorlopen zouden de medewerkers dus een aparte “update module” willen doorlopen over 3D televisie.

1.3.3 Wat leren de medewerkers van E-learning?

Op de vraag “hoe helpt E-learning jou?” hebben in totaal 113 respondenten, 258 opties aangekruist. Dit is gemiddeld ongeveer 2,28 antwoorden per respondent. Voornamelijk zijn de opties productkennis (26%) en verkooptechnieken (23%) aangekruist.

Op de vraag “hoe helpt E-learning jou niet, maar zou je wel graag wat over willen leren via E-learning?” hebben in totaal 95 medewerkers, 139 opties aangekruist. Dit zijn ongeveer 1,48 antwoorden per medewerker. Dit is duidelijk minder dan het aantal medewerkers bij de vraag “hoe helpt E-learning jou?” een antwoord geven. Uit de interviews komt naar voren dat veel medewerkers die niets aangekruist hebben vaak overal mee geholpen worden of niet geholpen willen worden met bepaalde onderwerpen.

Ondanks dat veel medewerkers geholpen worden door E-learning om meer productkennis en verkooptechnieken op te doen, wordt er ook aangegeven dat de medewerkers graag meer geholpen willen worden op deze gebieden. Ook is het opvallend dat bijna 19 % aangeeft geholpen te willen worden met zelfvertrouwen en bijna 18 % aangeeft meer motivatie bij het werk te willen krijgen door E-learning te volgen.

Naast E-learning is elk leertraject goed voor het zelfvertrouwen van de medewerkers (P.L. Hunsaker, 2006). Zodra het zelfvertrouwen toeneemt bij een medewerker zal ook de motivatie toenemen (A.H. Maslow, 1943). Een leertraject als E-learning zou dus in deze behoeften moeten kunnen voorzien. Tijdens de interviews komen net als in de enquête vooral verkooptechnieken naar voren. Op het moment worden er wel in kleine mate verkooptechnieken aangeboden via E-learning maar het wordt nog niet voldoende gevonden. De helft van de geïnterviewden gaf direct aan dat de link tussen de theorie en praktijk wordt gemist. De medewerkers vinden het moeilijk om de geleerde specificaties toe te passen tijdens een verkoopgesprek.

1.3.4 De mening van de medewerkers over de toetsvragen.

Uit de enquête blijkt dat maar 30% tevreden is over de toetsvragen. Er worden veel verschillende redenen gegeven waarom de medewerkers de toetsvragen niet goed vinden. Het is vooral te makkelijk (17%) en te veel herhaling van de vragen (17%).

Uit de interviews blijkt dat de toetsvragen te makkelijk gevonden worden omdat er bijna alleen E-learning gevolgd wordt van de eigen afdeling. E-learning is in het leven geroepen zodat medewerkers snel op basisniveau kunnen werken. Doordat dit basisniveau aangehouden wordt in de toetsvragen vinden veel medewerkers deze te makkelijk.

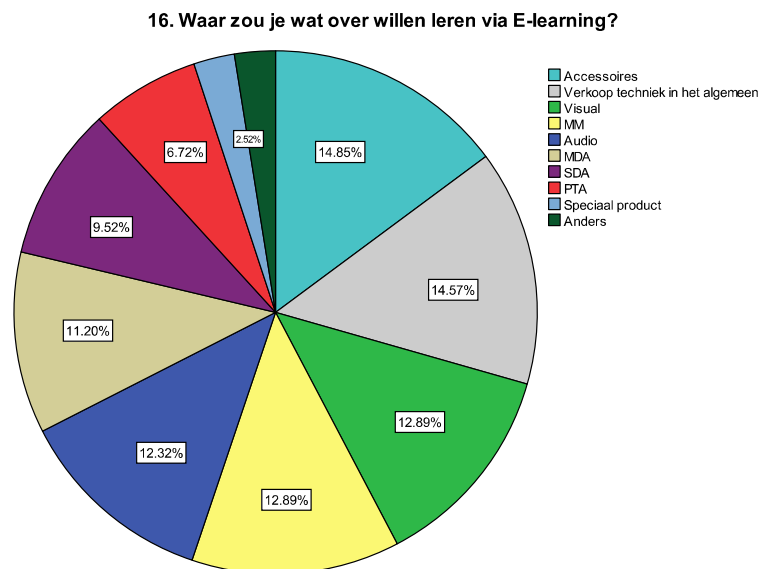
Tijdens het volgen van een E-learning module worden er tussen de lesstof door vragen gesteld. Deze vragen komen identiek terug in de eindtoets. Dit is de reden dat medewerkers aangeven dat er te veel herhaald wordt.

De medewerkers konden in de enquête ook aan geven dat de toetsvragen te moeilijk zijn. Dit is door niemand gedaan. Dit geeft aan dat de medewerkers de toetsvragen net als de inhoud niet moeilijk vinden. Tijdens de interviews werd ook aangegeven dat E-learning wel wat uitdagender mag zijn.

1.3.5 De inhoud die de modules moeten bevatten volgens de medewerkers.

Om te bepalen welke onderwerpen de medewerkers in E-learning willen hebben is er in de enquête een onderdeel hierover opgenomen. In de interviews wordt er voornamelijk dieper ingegaan op de onderwerpen en de keuzes die zij gemaakt hebben. Naast de enquête en interviews met de medewerkers zijn er ook interviews met het management team gehouden. Het management team weet welke onderwerpen er belangrijk zijn om tot een succesvolle verkoop te komen.

Bij de vraag waar de medewerkers iets over willen leren zijn meerdere antwoorden mogelijk. De medewerker kan er dus voor kiezen om meerdere opties aan te kruisen. In totaal hebben 110 respondenten 357 antwoorden aangekruist. Dit zijn gemiddeld iets meer dan drie antwoorden per persoon.



Uit bovenstaande vraag worden zowel accessoireverkoop als verkooptechnieken in het algemeen het meest gekozen. Het is opvallend dat de productgroepen gemiddeld ongeveer evenveel gekozen worden namelijk rond de 10% behalve de afdeling PTA (6.72%). Dit kan komen omdat de afdeling PTA pas net enkele maanden een aparte afdeling is. Voorheen vielen de producten van deze afdeling onder multimedia.

Maar weinig medewerkers hebben een speciaal product of anders aangegeven (in totaal 5%). Enkele punten die genoemd waren zijn:

- Service + pakket verkoop
- CRM
- E-readers
- Marge producten
- Nieuwe producten in het algemeen.

1.3.6 De medewerkers willen meer leren over bijverkoop (accessoires) in E-learning.

Uit alle te kiezen onderwerpen is accessoires het meest gekozen onderwerp waar de medewerkers iets over willen leren. Bijna 15% van de gekozen onderwerpen is accessoires.



Uit de interviews blijkt ook dat de medewerkers meer praktijk missen tijdens een E-learning cursus. Accessoires vallen hier ook onder. De accessoires zijn tegenwoordig een groot gedeelte van de omzet binnen de organisatie. Het is daarom ook belangrijk dat accessoires bijverkocht kunnen worden aan de klant. Er wordt daarom ook veel aandacht aan accessoires besteed vanuit het management.

1.3.7 Conclusie; de opleidingsbehoefte van de medewerkers

BCC is een grote organisatie met een brede doelgroep met betrekking tot leertrajecten. Hierdoor kunnen nooit ieder zijn of haar (leer)wensen verwezenlijkt worden. Het is daarom belangrijk om de opleidingsbehoefte in het algemeen in kaart te brengen en het huidige E-learning traject daarop aan te passen.

De belangrijkste speerpunten die uit het onderzoek naar voren komen zijn:

- ☹ E-learning sluit niet aan op de opleidingsbehoefte van de medewerkers
- ☹ Het algemene niveau van E-learning moet hoger
- ☹ Er dient dieper op de stof ingegaan te worden
- ☹ E-learning dient meer praktijkgericht te worden
- ☹ De toetsing dient een hoger niveau te krijgen
- ☹ E-learning dient breder ingezet te worden door meer onderwerpen dan alleen productkennis in E-learning moet komen.

1.4 De opleidingsbehoefte van het management.

Door middel van gesprekken met het winkelmanagement en de manager Learning & Development is gebleken dat de organisatie zich wil onderscheiden ten opzichte van de concurrentie en hierdoor meer omzet creëren. De organisatie wil de meest vertrouwde retailer van Nederland worden en dat kan alleen als de klant vertrouwen in de organisatie en haar personeel heeft. Er zijn verschillende factoren welke het klantvertrouwen kan beïnvloeden (R. Thomassen 2002). Eén factor is professionaliteit. Door middel van leertrajecten, waar E-learning ook onder valt, wil BCC haar medewerker ontwikkelen om de klant professioneel te adviseren.

Eén van de kernwaarden van BCC is professionaliteit. De kernwaarden zijn kernmerkend voor de bedrijfscultuur binnen een organisatie (E.H. Schein, 2000), zo ook bij BCC. Naast de kernwaarde professioneel zijn er nog zes andere kernwaarden:

- ⊗ Betrouwbaar
- ⊗ Klantgericht
- ⊗ Inspirerend
- ⊗ resultaatgericht
- ⊗ Passie
- ⊗ Zuinig op de aarde

Onder professionaliteit verstaat BCC en het management:

- ⊗ Goed communiceren
- ⊗ Een positieve houding kiezen
- ⊗ Uitstekende vakkennis hebben
- ⊗ Op de hoogte zijn van regels en procedures
- ⊗ Gedisciplineerd zijn
- ⊗ Representatief zijn

Door medewerkers te trainen worden zij professioneler in het verkopen en zal BCC zich onderscheiden ten opzichte van andere elektro retailers.

Daarnaast wil BCC meer omzet genereren. Zoals eerder geschreven kan dit door de organisatie te onderscheiden ten opzichte van de concurrent. Dit kan echter ook door het trainen van de medewerkers op commercieel gebied. Doordat medewerkers beter het productassortiment en de specificaties kennen, kan er gemakkelijker ge-upsold worden naar een duurder product of een product met een hogere marge.

Het winkelmanagement vindt echter wel dat E-learning zich moet beperken tot de modules van één of de eigen afdeling van de medewerker omdat BCC gespecialiseerde medewerkers in dienst heeft. Dit betekent volgens het management dat elke medewerker specialist is op zijn of haar eigen afdeling, bijvoorbeeld audio, in plaats van all round medewerkers.

Advies HRM

1.5 De inhoud van E-learning

De inhoud die E-learning moet bevatten dient zoveel mogelijk aangepast aan de wensen van de medewerkers en het management. Door de inhoud aan te passen aan de opleidingsbehoefte van de medewerkers zal de motivatie om E-learning te volgen hoger worden. De inhoud is onderverdeeld in de productgroepen, producten, accessoires (bijverkoop), verkoopargumenten en verkooptechnieken. Per onderdeel staat aangegeven of en hoe dit in E-learning verwerkt dient te worden.

1.5.1 De productgroepen die een E-learning module nodig hebben.

Aan de hand van de interviews met het category managementteam en het interview met het management Learning & Development kan er tot de conclusie gekomen worden dat de alle productgroepen een E-learning module nodig hebben. Dit omdat er in elke productgroep wel producten zijn die een E-learning module nodig hebben. De productgroepen zijn:

- ⦿ MDA
- ⦿ SDA
- ⦿ MM
- ⦿ PTA
- ⦿ Visual
- ⦿ Audio

1.5.2 De producten die een E-learning module nodig hebben.

Er wordt geen onderscheid gemaakt in welke productgroepen er een module nodig hebben. Wel wordt er onderscheid gemaakt in de producten waar een module voor moeten worden ontwikkeld.

In de eerste plaats komt dit door het feit dat sommige producten een te lage omzet opbrengen dat het ontwikkelen en implementeren van een E-learning module in verhouding, te hoge kosten met zich meebrengt.

Daarnaast hebben sommige producten te weinig specificaties om er een E-learning module van te maken. In de tijd die medewerkers vaak kwijt zijn met het opstarten en het inloggen in het systeem kunnen de specificaties vaak sneller via andere wegen opgezocht worden zoals de producthandleiding of het internet.

In [bijlage 5](#) staan de producten die een E-learning module nodig hebben. Deze zijn onderverdeeld onder de productgroepen.

1.5.3 Bijverkoop (accessoires) in E-learning.

Er dienen accessoires in E-learning te komen. Deze dienen per product of productgroep aangeleerd te worden. Daarnaast is het ook belangrijk voor de medewerker te leren hoe deze accessoires bijverkocht kunnen worden door middel van bijvoorbeeld verkooptechnieken of verkoopargumenten. Hierover staat in de volgende paragrafen meer. Door dit aan te leren via E-learning weet de medewerker makkelijker een hoger bonbedrag te realiseren doordat er meer bijverkocht kan worden.

In [bijlage 18](#) staan de verschillende mogelijkheden van het invoegen van accessoires in E-learning.

1.5.4 Procedures in E-learning

Er moeten procedures in E-learning komen. Procedures zijn onder andere: de werking van IT systemen binnen BCC, de werking van het bonussysteem en wat te doen als er een product niet op voorraad is. Het voordeel van het aanleren van deze onderwerpen via E-learning is dat het tijd bespaard. Zoals gebleken uit de interviews met de medewerkers, gaat er veel tijd verloren op het moment dat een medewerker nieuw is of een procedure niet weet omdat dit van persoon op persoon aangeleerd moet worden. Wanneer de medewerkers procedures direct via E-learning kunnen leren hoeven deze niet of minder lang ingewerkt te worden door een collega waardoor er meer tijd besteedt kan worden aan de verkoop en andere secundaire taken.

In bijlage 17 staan de procedures die in E-learning moeten komen en waarom.

1.5.5 Verkoopargumenten in E-learning.

Om een succesvolle verkoop te realiseren is er meer nodig dan alleen productkennis (J.H. Gitomer, 2003). Verkoopargumenten zijn een onderdeel van het verkoopgesprek waar nu geen aandacht aan besteed wordt. Er moeten ook verkoopargumenten in E-learning komen. Hier zijn twee redenen voor:

1. Door goede verkoopargumenten te geven kan de verkoper makkelijker upsellen naar een product met een hogere marge die aansluit bij de behoeftes van de klant.
2. Als tweede wil de organisatie handvatten aanreiken om bovenstaand punt te realiseren. De handvatten maken het voor de medewerker praktisch en tastbaar om de specificaties van een product naar een voordeel voor de klant te vertalen.

Praktisch gezien kan dit gemakkelijk geïntegreerd worden in E-learning. Verkoopargumenten zijn bijvoorbeeld zinnen die de verkoper kan gebruiken om een specificatie te vertalen in een voordeel van de klant.

Een voorbeeld:

Kijk naar een specificatie van een fotocamera: de groothoeklens. De klant zegt tijdens het verkoopgesprek dat hij/zij een camera zoekt voor een stedentrip. Een medewerker zou kunnen zeggen: “met een groothoeklens kunt u alle gebouwen in een keer op de foto zetten tijdens uw vakantie”. Uiteraard dient de medewerker deze voorbeelden niet letterlijk te gebruiken maar deze te personaliseren zodat elke medewerker een eigen verkoopgesprek kan voeren.

Het doel van het noemen van verkoopargumenten is de medewerker bewust maken van het feit dat elke klant verschillend is en ook verschillende behoeftes heeft. Door deze verkoopargumenten kan de klant gemakkelijker inspelen op de behoefte van de klant.

1.5.6 Verkooptechnieken in E-learning

Het leren van specificaties alleen zijn niet voldoende voor een verkoper om te groeien in zijn of haar vak. Het is daarom ook belangrijk dat er verkooptechnieken worden gebruikt (J.H. Gitomer, 2003). Verkooptechnieken zijn geen technieken om een verkoop er “door te drukken” of om een klant te beïnvloeden maar om achter de behoeftes van de klant te komen en om simpelweg het verkoopgesprek te sturen en om de order te vragen.

Door middel van getrainde verkopers die dus ook verkooptechnieken beheersen, kan BCC zich onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. BCC wil de meest vertrouwde retailer van Nederland worden en dat kan alleen als de klant vertrouwen in de organisatie en haar personeel heeft. Door middel van getrainde verkopers hebben de klanten meer vertrouwen in BCC haar personeel en als organisatie. Het is dan ook vanzelfsprekend dat de verkoper een zo goed mogelijke totaaloplossing biedt die bij de wens van de klant aansluit.

De verschillende verkooptechnieken waarvan een E-learning module moet komen staan in bijlage 14.

1.6 De lengte die E-learning modules moeten hebben

De overige 80% van de geïnterviewden vinden de lengte van de modules precies goed. De huidige E-learning modules hebben gemiddeld een lengte van 30 minuten. De tijdsduur van een module is tussen de 10 en 45 minuten.

Uit de interviews blijkt dat 20% graag kortere modules doorloopt. Dit kan ook komen doordat de medewerkers nu te weinig tijd hebben om E-learning te volgen. De verschillende redenen hiervoor komen in het hoofdstuk opvolging aan bod. Het feit dat de medewerkers vinden dat er te weinig tijd is voor E-learning kan een oorzaak zijn dat kortere modules gewenst zijn.

De lengte van de modules kan blijven zoals deze nu is. Hier zijn twee redenen voor:

1. De meerderheid van de medewerkers geeft aan de lengte precies goed vinden.
2. Een gemiddelde E-learning module van 30 minuten kan makkelijk in het dagschema gepast worden.

Wanneer E-learning modules langer zouden zijn, wordt de drempel om E-learning te volgen hoger vanwege het tijdgebrek. Dit wordt in de enquête aangegeven. Als E-learning korter zou zijn is er te weinig tijd om genoeg informatie te geven.

1.7 Eindconclusie HRM

De inhoud van E-learning dient aan de opleidingsbehoefte van de medewerkers aangepast worden. E-learning dient gebruikt te worden voor meer doeleinden dan productspecificaties alleen. Verkooptechnieken, procedures en verkoopargumenten zijn belangrijke ingrediënten van een verkoop.

Naast het voorzien in de opleidingsbehoefte van de medewerkers dient E-learning een onderdeel van een blended leertraject te worden. Hierdoor worden alle leerstijlen ondersteund en zullen de medewerkers het meest leren. Door deze veranderingen door te voeren zullen de medewerkers gemotiveerder, betrokkener en professioneler worden. Hierdoor zal BCC zich onderscheiden ten opzichte van de concurrent en wordt BCC aantrekkelijk voor de arbeidsmarkt. Deze onderwerpen zullen verder worden toegelicht in de hoofdstukken organisatorisch en economisch.

2. Organisatorisch

Uitkomst van het onderzoek

2.1 Het aanbieden en opvolgen van E-learning in de huidige situatie.

2.1.1 Aangeboden

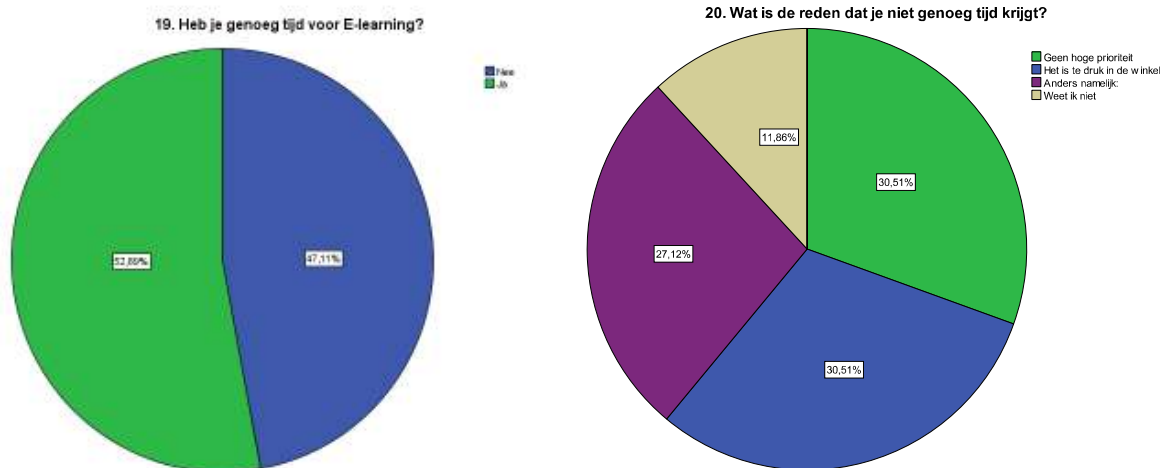
Het leertraject wordt momenteel alleen via het bedrijfsnetwerk onder werktijd aangeboden. De organisatie heeft hier voor gekozen vanwege een drietal punten:

1. Veiligheid van de informatie
2. Leren voor de baas dient gedaan te worden in de tijd van de baas
3. Controle van de opvolging van E-learning

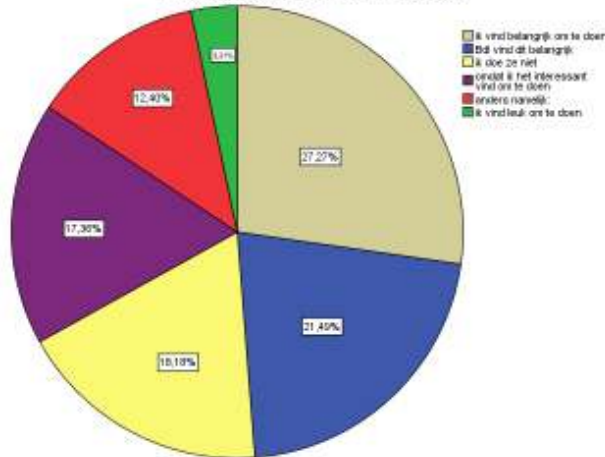
2.1.2 Opgevolgd

Om te kijken hoe het leertraject opgevolgd wordt is er een onderdeel hierover in de enquête en interviews opgenomen. Ook zijn de rapportages van het E-learning systeem opgevraagd om te kijken hoe vaak een module is gevolgd. Uit de rapportages blijkt dat wanneer E-learning gestart is dat het ook wordt afgemaakt.

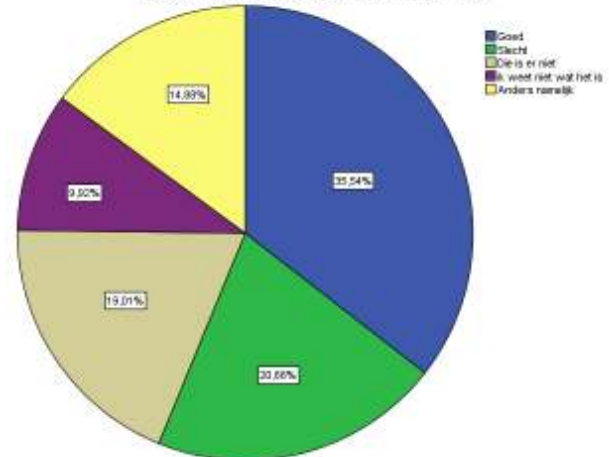
Op de vraag “heb je genoeg tijd voor E-learning?” geeft meer dan 47 % aan te weinig tijd te hebben. Van de medewerkers die aangeven niet genoeg tijd te hebben voor E-learning, zijn verschillende redenen zoals te zien in onderstaand cirkeldiagram. Alle redenen die gegeven zijn evenveel aangekruist (ongeveer 30 %). Waar de medewerkers “Anders namelijk:” aankruisten wordt er bijna altijd een “te krappe bezetting” aangegeven.



7. Wat is de reden dat je E-learning doet?



8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?

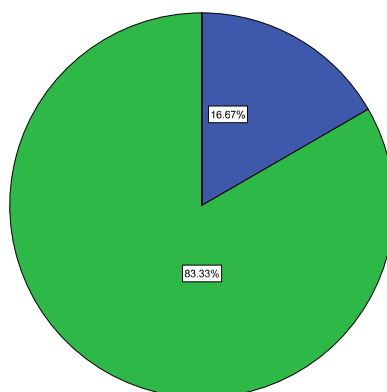


De reden dat de medewerkers E-learning volgen, komt voor ongeveer 47 % vanuit de medewerkers zelf. 22 % van de medewerkers geeft aan E-learning te volgen omdat de vestigingsmanager dit belangrijk vindt. Slechts 35 % ervaart de opvolging als goed. Het grootste gedeelte van antwoorden dat de opvolging als goed ervaren wordt, komen uit slechts drie filialen. Ook uit de interviews en de cursusresultaten kwam naar voren dat de verschillen in opvolging erg verschillen per filiaal. Over het algemeen zitten de filialen waarvan de medewerkers aangaven dat de opvolging slecht was ook ver onder het landelijk gemiddelde (30 %) van het aantal gevolgde E-learning modules.

Ook kwam uit de interviews naar voren dat de medewerkers van de vestigingen, waar de manager negatief tegenover E-learning staat, ook een negatief beeld over E-learning hebben.

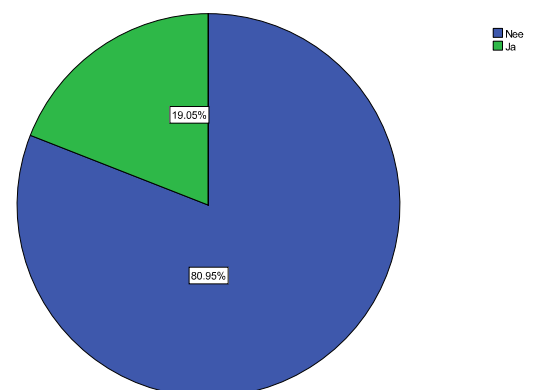
Van de medewerkers die aangaven niet genoeg tijd te hebben voor E-learning wil 83% meer tijd krijgen.

21A. Zou je graag meer tijd willen om te E-leren?



Van de medewerkers die aangaven wel genoeg tijd te hebben geeft 19% aan alsnog meer tijd te willen krijgen.

21A. Zou je graag meer tijd willen om te E-leren?



Een te lage bezetting of drukte in de winkel zijn enkel excuses om geen E-learning te volgen in plaats van redenen. Een legitieme reden is wel dat het systeem regelmatig vastloopt. De IT capaciteit is niet voldoende voor het systeem.

De fouten die door het huidige IT systeem optreden zijn:

- ⚙ Vastlopen van de computers
- ⚙ Vastlopen van de cursus
- ⚙ Niet opslaan van resultaten van de cursus

Wanneer het systeem vastloopt en opnieuw opgestart moet worden duurt dit ongeveer 10 minuten. Dit zorgt er weer voor dat er minder tijd is om E-learning te volgen want hier wordt vaak ongeveer 30 minuten voor vrijgemaakt. Doordat de computers vastlopen, werpt dit een barrière op voor het management en de medewerkers om E-learning volgen. Waarom zou men een medewerker van de vloer af halen om E-learning te laten volgen als er toch te weinig tijd is door de technische problemen. E-learning krijgt hierdoor een negatieve lading.

Uit de interviews kwam ook vaak naar voren dat er te weinig bezetting is om mensen te E-learning te laten volgen. De antwoorden verschilden echter per filiaal. Naast medewerkers zijn er ook kaderleden (Vestigingsmanager, ass. vestigingsmanager, afdelingshoofd) geïnterviewd. Uit deze interviews bleek dat de opvolging van E-learning erg verschilt per filiaal. Zodra er tegenover E-learning een positieve houding is vanuit het management, wordt er ook door de rest van het winkelpersoneel positief tegenover gestaan.

Dat de houding vanuit het management bepalend is komt ook naar voren uit het onderzoek zelf. Waar het kader van de filialen betrokken was met de medewerkers en hun ontwikkeling werd er ook veel beter meegewerkt met het onderzoek. Ook verschillende informatie die ik nodig had om de analyses te maken werd snel en gewillig uitgegeven door de betrokken kaderleden, ten opzichte van de niet betrokken kaderleden waarvan ik van sommige filialen tegen het einde van dit onderzoek nog steeds geen gegevens heb ontvangen.

2.1.3 Positieve en negatieve punten

Kort samengevat zijn er enkele positieve en verbeter punten aan de opvolging van het huidige E-learning, deze zijn:

- ⚙ Als E-learning gestart is wordt het ook afgemaakt
- ⚙ Medewerkers zelf vinden het belangrijk en interessant om E-learning te volgen
- ⚠ De opvolging verschilt per managementteam, een negatief management brengt dit over aan de andere medewerkers
- ⚠ Er zijn bijna geen E-learning coaches (meer) binnen BCC
- ⚠ Het IT-systeem is een serieus probleem voor het niet volgen van E-learning

2.2 Hoe wil de organisatie dat het leertraject aangeboden en opgevolgd wordt?

Door te onderzoeken hoe de organisatie wil dat het leertraject opgevolgd en dit te vergelijken met hoe de huidige situatie is, kunnen aanbevelingen gegeven worden over of en hoe het leertraject organisatorisch veranderd dient te worden.

2.2.1 Aanbieden van E-learning

Uit een interview met het management blijkt dat het management wil dat E-learning aangeboden wordt zoals dat nu gebeurt. Namelijk intern en onder werktijd. Dit vanwege de beveiliging van de gegevens. Het management wenst echter wel dat E-learning zo veel mogelijk gevolgd wordt.

2.2.2 Opvolgen van E-learning

Uit interview met het management blijkt dat de meest ideale situatie van het opvolgen van E-learning zou zijn als:

- ☺ De medewerkers uit zichzelf E-learning willen volgen.
De organisatie streeft naar een hoge medewerkerbetrokkenheid en motivatie. Dus ook in hun houding tegenover E-learning.
- ☺ E-learning continu verbeterd wordt
Door continue verbetering van E-learning zijn de medewerkers altijd up to date qua productinformatie.
- ☺ Medewerker resultaten gekoppeld worden aan E-learning
Wanneer er bijvoorbeeld uit Mysteryshop resultaten blijkt dat een medewerker slecht scoort op afsluiten zou de eerste reactie vanuit het management en de medewerker moeten zijn om de betreffende E-learning module te gaan volgen.

2.3 De beperkingen en barrières bij de invoer van E-learning.

Het implementeren van een nieuw leertraject zoals E-learning kent enkele beperkingen en barrières. Door vast te stellen welke dit zijn kan er rekening gehouden worden met deze factoren in het implementatieplan. Door deze factoren zo veel mogelijk op te lossen kan E-learning succesvol geïmplementeerd worden (C. van der Hoog en B. Filippini, 2006).

De beperkingen en barrières bij het implementeren van E-learning binnen BCC zijn:

De cursist in het algemeen

E-learning doet een beroep op de discipline van de cursist. Wanneer er geleerd wordt achter een computer kan er niet getoetst worden of de geleerde stof blijft hangen en wordt toegepast in de praktijk. Ook wordt niet elke leerstijl door E-learning gestimuleerd. Ook kan er onvoldoende motivatie vanuit de cursist komen, dit kan komen doordat: 1. De cursist denkt dat hij/zij het al weet en 2. De cursist ziet er het nut niet van in.

De trainer

Ook kan er ook weerstand ontstaan vanuit de trainers. Deze zullen op een andere manier moeten gaan werken (C. van der Hoog en B. Filippini, 2006). Er zullen minder face to face trainingen worden gegeven waardoor de trainers dus minder voor een groep medewerkers staan. De trainers zullen zich meer bezig moeten houden met het controleren en toepasbaar maken van de geleerde kennis. Dit wordt ook wel borgen genoemd.

De medewerkers

Niet elke medewerker wil in zijn of haar vrije tijd extra kennis opdoen. Er moet voldoende draagvlak zijn voor het E-learning platform. Een professioneel systeem en positieve houding vanuit het management is van belang bij de implementatie van een leertraject (F.J. van der Krocht, 2007). Uit de interviews blijkt dat de filialen waar het vestigings management een minder positieve houding heeft tegenover E-learning, dat de medewerkers ook een minder positieve hebben tegenover E-learning.

IT

Wanneer de hard- en/of software, het E-learning programma niet voldoende ondersteund, zal het volgen van een E-learning cursus als vervelend en traag worden ervaren. Hierdoor zijn er in het verleden al veel problemen opgetreden waardoor E-learning een negatief imago heeft gekregen.

Om het nieuwe leertraject succesvol te implementeren zal de hard- en software foutloos moeten werken en de huidige problemen opgelost zijn, zoals in het hoofdstuk IT is aangegeven.

Basisvoorwaarden om te leren

Naast IT gerelateerde voorwaarden zijn er ook voorwaarden waar een cursus of leertraject aan moet voldoen om efficiënt te zijn. Deze voorwaarden zijn:

Lesmateriaal

Het lesmateriaal dient aanwezig en voldoende ontwikkeld te zijn.

Tijd

Er moet genoeg tijd zijn om een cursus te volgen. Deze tijd dient uiteraard wel gegeven te worden door het management.

Fysieke mogelijkheid

Een cursist dient fysiek gezond te zijn en geen beperkingen hebben zoals, ziekte of onvolkomenheden zoals dyslexie te hebben.

Voldoende intelligentie

Advies organisatorisch

2.4 De opvolging van E-learning, hoe het moet.

2.4.1 Opvolging moet beter

De huidige opvolging dient verbeterd te worden. Dit kan door de toegankelijkheid van E-learning verhogen. Als deze factor verhoogd wordt zullen de medewerkers zelf naar het management toe gaan om te vragen of ze E-learning mogen volgen en dat de vestigingsmanager (coach) alleen een ondersteunende en borgende taak hierin heeft.

2.4.2 Toegankelijkheid verhogen

De huidige IT situatie, houding vanuit het management en de drukte zijn factoren die de toegankelijkheid van E-learning verlagen. Door deze punten op te lossen en dus de toegankelijkheid te verhogen wordt de drempel om E-learning te volgen lager waardoor er vaker E-learning gevolgd wordt (B.H. Khan, 2005).

IT situatie

Door de minpunten uit de IT situatie op te lossen zal het minder vervelend zijn om E-learning te volgen. De minpunten van de huidige IT situatie zijn:

- ☹ E-learning is langzaam
- ☹ Cursusresultaten worden soms niet opgeslagen
- ☹ E-learning crasht soms

De veranderingen die op technisch vlak moeten plaatsvinden staan in het paragraaf IT.

Thuiswerken

De manier om vaker E-learning te volgen is om de introductie modules via een via een Cd-rom aan te bieden zodat medewerkers dit thuis kunnen volgen. Het voordeel hiervan is dat de medewerkers voordat ze de werkvloer op gaan wat er van ze verwacht wordt.

De andere modules dienen zowel tijdens werktijd als in eigen tijd aangeboden te worden. Dit kan via internet. Het voordeel hiervan is dat de medewerkers zelf kunnen kiezen wanneer ze E-learning volgen.

Bezetting / prioriteit

Zoals gebleken uit de enquêtes en de interviews is het vaak te druk vanwege krappe bezetting of is er geen prioriteit om E-learning te volgen. Dit komt ook door de snelheid van de computers in de winkels. Deze dienen zoals in het paragraaf IT situatie hierboven beschreven, vervangen te worden.

Ook dienen de E-learning opgenomen te worden in het opstartproces van de winkel. De computers dienen aangezet en ingelogd te worden op het E-learning portaal tijdens het opstarten van de winkel. Hierdoor kunnen de medewerkers die E-learning gaan volgen direct beginnen met de cursus zonder eerst de computers te moeten opstarten en in te loggen.

Wel dient er rekening gehouden te worden met de beveiliging van het systeem en de gegevens. De medewerkers moeten duidelijk weten dat er consequenties zijn als er niet vertrouwelijk met de gegevens omgegaan wordt.

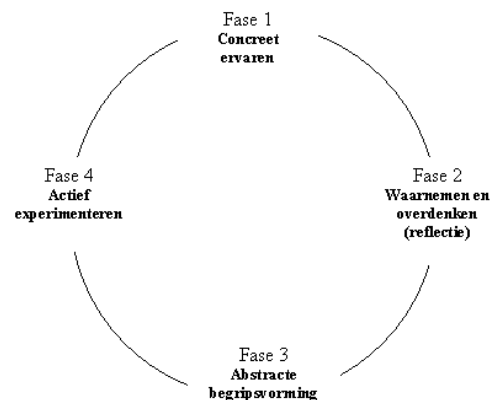
De houding vanuit het management

Naast het opnemen van E-learning in het opstartproces van de winkel dient E-learning ook ingepland te worden door het management. Door E-learning tijd in het werkrooster te implementeren aan de hand van de bezetting kan er duidelijk gezien worden wanneer een persoon E-learning kan volgen. Het is belangrijk dat het winkel management positief tegenover E-learning staat. Dit kan bereikt worden door het vestigingsmanagement het belang van E-learning te laten inzien. Ook dient er per filiaal een E-learning coach aangesteld te worden. Dit is één van de kaderleden. De E-learning coach dient er voor te zorgen dat medewerkers E-learning mogen en kunnen volgen en is het aanspreekpunt voor alles wat met leren te maken heeft.

2.4.3 Leerstijlen

Leren is het proces dat leidt tot gedragsverandering. Er zijn diverse leerfasen die een mens kan hebben (Kolb, 1999). Er worden door de heer Kolb (1999) vier verschillende fasen onderscheiden. Deze fasen worden beschreven in de termen van de vaardigheden die bij die stijl horen:

- ☺ Feeling (ervaren)
- ☺ Watching (waarnemen en overdenken)
- ☺ Thinking (abstracte begripsvorming)
- ☺ Doing (actief experimenteren)



Deze fasen volgen elkaar op als een cyclisch proces. Deze fasen worden niet altijd vanaf de ervaar fase doorlopen. Welk heeft elk persoon een voorkeur voor een bepaalde fase waarin hij of zij het meest van leert (Kolb, 1999).

2.4.4 Blended learning

Leren kan via verschillende wegen zoals E-learning of face to face trainingen. De combinatie van beide wordt ook wel blended learning genoemd (Bersin, 2004). Over de term “blended learning” worden nog veel discussies gevoerd wat dit nou precies is. Oliver en Trigwell (2005) hebben de term het meest duidelijk omschreven. Zij stellen dat het begrip blended learning een mix is van leren met en zonder technologie, zoals:

- ☺ De geïntegreerde combinatie van traditioneel en online onderwijs.
- ☺ De combinatie van hulpmiddelen en media in een E-learning omgeving.
- ☺ De combinatie van didactische strategieën ongeacht het gebruik van technologie.

2.4.5 Blended learning bij BCC

E-learning hoort een onderdeel te zijn van een geheel leertraject en niet een op zichzelf staand onderdeel (Bersin, 2004). Door blended learning in BCC toe te passen wordt de theorie meer aan de praktijk gekoppeld en worden alle leerstijlen ondersteund. Door al deze leerstijlen te ondersteunen is de doelgroep voor E-learning het grootst en leren de medewerkers het meest (D.A. Kolb, 1999).

Een voorbeeld van blended learning is de huidige “jij maakt het verschil” training. De medewerkers doorlopen eerst de E-learning module over dit onderwerp door waarin de theorie behandeld wordt. Na het doorlopen van deze cursus mogen de medewerkers naar de face to face training over dit onderwerp. Tijdens deze training wordt de theorie in de praktijk toegepast door middel van rollenspellen en discussies.

Door blended te leren worden alle verschillende leermethodes gestimuleerd waardoor:

1. Er een grotere doelgroep aangesproken wordt
2. Medewerkers meer leren
3. Theorie met de praktijk gecombineerd wordt

2.4.6 Borging

Er moet geborgd worden door het management of door de E-learning coach. Dit kan nagegaan worden door de volgende gegevens van een medewerker in de gaten te houden:

- ☹ Mysteryshop resultaten
- ☹ Klanttevredenheidsonderzoeken
- ☹ KPI's

Wanneer er blijkt dat bijvoorbeeld de verkoop van visual producten van een medewerker achterblijft, dient de E-learning coach er voor te zorgen dat de medewerker de mogelijkheid krijgt om dit te ontwikkelen. Dit kan bijvoorbeeld door de medewerker een E-learning module over visual producten te laten doorlopen. Na het doorlopen van de module kan de coach de medewerker erop testen door:

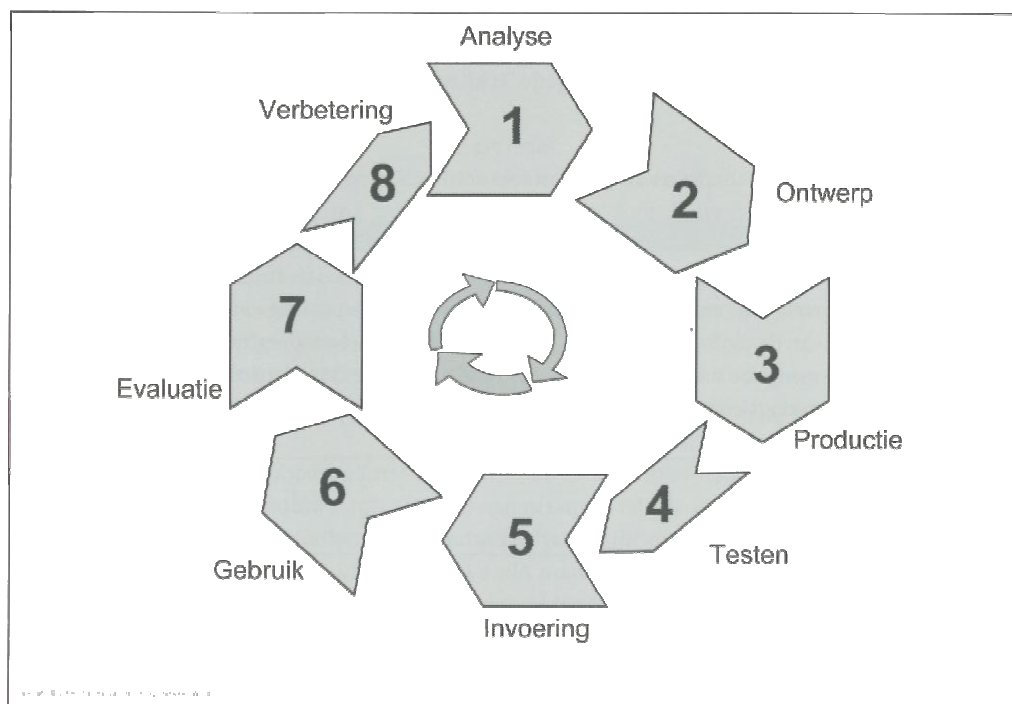
- ☹ De geleerde kennis toe te laten passen in een oefengesprek.
- ☹ Mee te luisteren met een verkoopgesprek en de medewerker constructieve feedback te geven.

2.5 Het organiseren van de ontwikkeling van het leertraject.

Het E-learning ontwikkelings traject moet opnieuw opgestart worden. Er dienen nieuwe modules ontwikkeld te worden en oude modules dienen geüpdate te worden. Om dit te realiseren dient de afdeling Learning & Development opnieuw ingericht te worden. Nu werken alle medewerkers aan alle diverse taken door elkaar heen.

Naast E-learning wordt er door deze afdeling ook face to face trainingen, trainingsavonden, productavonden en BHV-trainingen georganiseerd en gefaciliteerd. Elke medewerker van de afdeling heeft hierin zijn of haar eigen specialiteiten en deelgebieden. Bijvoorbeeld onderzoeken, teksten schrijven, animeren etc. Deze taken en deelgebieden dienen duidelijk in kaart gebracht te worden zodat iedere medewerker weet wat er van hem/haar verwacht wordt. Hierdoor kan er gestructureerd gewerkt worden (T.J. Watson, 2006).

Zodra er duidelijk is welke medewerker welke taken en verantwoordelijkheden heeft, dient het ontwikkelen en updaten van E-learning volgens de volgende verschillende fasen ontwikkeld te worden uit onderstaand figuur (C. Van der Hoog, B. Filipini, 2006).



In bijlage 7 staat het ontwikkelings model uitgewerkt voor BCC.

Uit een interview met een ontwikkelaar blijkt dat in het verleden de ontwikkeling niet volgens een bepaalde structuur werd georganiseerd. Zoals te lezen in het hoofdstuk opleidingsbehoefte van de medewerkers, is de moeilijkheidsgraad van E-learning niet hoog en niet uitdagend. Sinds het starten van E-learning in 2007 zijn er in totaal 21 cursussen ontwikkeld. Dit is de helft van het aantal dat in de ontwikkelingsplanning is aangegeven. Volgens de ontwikkelaar komt dit door gebrek aan structuur, waardoor de taken van de medewerkers niet op elkaar afgestemd waren.

Door gestructureerd te werken aan de ontwikkeling zal dit sneller verlopen en zal de kwaliteit van de opgeleverde cursussen hoger zijn (T.J. Watson, 2006). Dit komt door het gestructureerd nakijken door verschillende partijen, en door de continue verbetering van de modules.

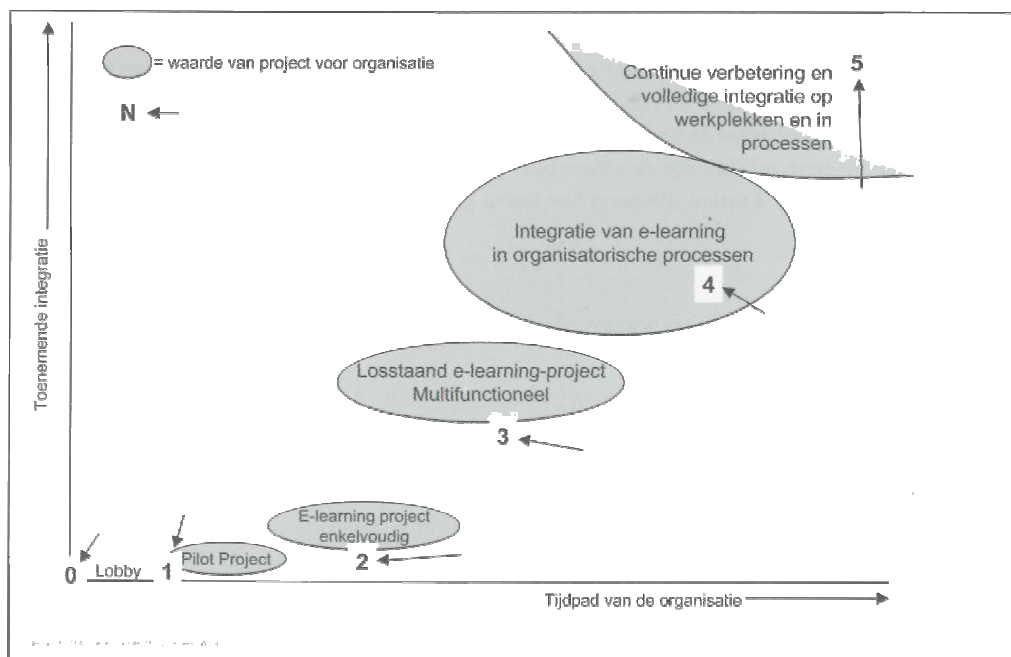
2.6 De implementatie van het leertraject.

Toen E-learning voor het eerst geïntroduceerd werd is er een interne campagne gestart om E-learning te promoten en draagvlak voor het leertraject te creëren. Na implementatie van de eerste modules is vanwege alle opvolging problemen het draagvlak voor E-learning sterk afgenomen.

Tijdens de implementatie zijn er enkele fases (Gartner, 2004) waar E-learning in terecht komt. Deze fases zijn onderdeel van het volwassenheidsmodel van Gartner (2004). Deze fases dienen allemaal doorlopen te worden. Het doel van het volwassenheidsmodel is om zo snel mogelijk naar de laatste fase door te stromen. In de vierde en vijfde fase is E-learning geïntegreerd in de bedrijfsvoering en is het lesmateriaal waardoor er veel minder gestuurd hoeft te worden vanuit het hoger management wat tijd scheelt. Ook is in deze fase de motivatie om E-learning te volgen het hoogst waardoor er beter gebruik wordt gemaakt van het leertraject. Het is belangrijk om naar deze fases door te stromen omdat dit de meest ideale situatie is om te leren.

In het verleden is E-learning niet volgens een theoretisch model geïmplementeerd. Achteraf is ook gebleken uit de rapportages dat E-learning niet verbeterd is in de zin van opvolging en borging. Door gebruik te maken van dit model worden alle te nemen stappen tot een succesvolle implementatie in kaart gebracht en wordt er zo duidelijk welke actie, wanneer genomen dient te worden. (C. Van der Hoog en B. Filippini, 2006)

In de bijlage 8 staat het volwassenheidsmodel toegepast op de organisatie.



2.7 Eindconclusie organisatorisch

Vooraf op organisatorisch vlak valt er nog veel te verbeteren. Door E-learning volgens de aanbevelingen te ontwikkelen en implementeren zal er veel meer structuur zitten in het leertraject. De ontwikkeling en implementatie zullen hierdoor soepeler verlopen.

Door de toegankelijkheid te verhogen en blended learning te gebruiken zal de opvolging verhoogd worden en zullen de medewerkers meer leren doordat alle leerstijlen ondersteund worden.

3. IT

Een leertraject als E-learning is sterk afhankelijk van de IT situatie binnen de organisatie. Door de huidige situatie in kaart te brengen en aan te passen aan de meest gewenste situatie zal E-learning een groter succes worden.

Uitkomst van het onderzoek

3.1 De voor en nadelen van de huidige IT situatie

In bijlage 6 is een situatieschets te zien betreffende de huidige IT situatie voor E-learning. De voor en nadelen van het huidige E-learning systeem zijn:

- 😊 Duidelijke en logisch ingedeelde portal
- 😊 Cursussen zijn gemakkelijk te vinden
- 😊 De portal is bekend onder de medewerkers

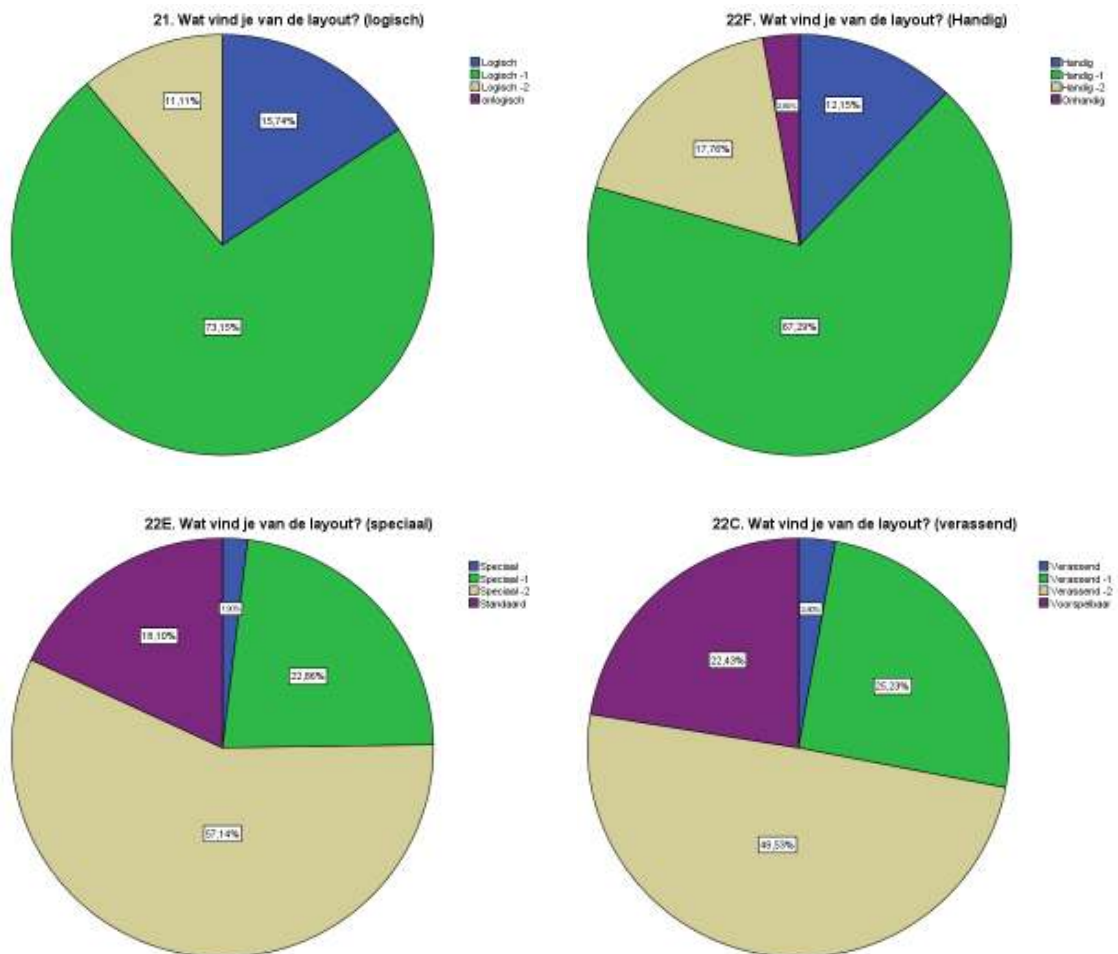
- 😞 E-learning is langzaam
- 😞 Cursusresultaten worden soms niet opgeslagen
- 😞 E-learning crasht soms

Uit de interviews blijkt dat het niet volgen van E-learning ook komt door de negatieve IT factoren. Wanneer er E-learning gevolgd mocht worden. Loopt soms het systeem vast en is E-learning vaak traag. Hierdoor is een drempel gecreëerd waardoor de medewerkers er tegen opzien om E-learning te volgen omdat zij geen zin hebben om een kwartier te verspillen aan de IT problemen.

3.2 De gewenste lay-out van de medewerkers.

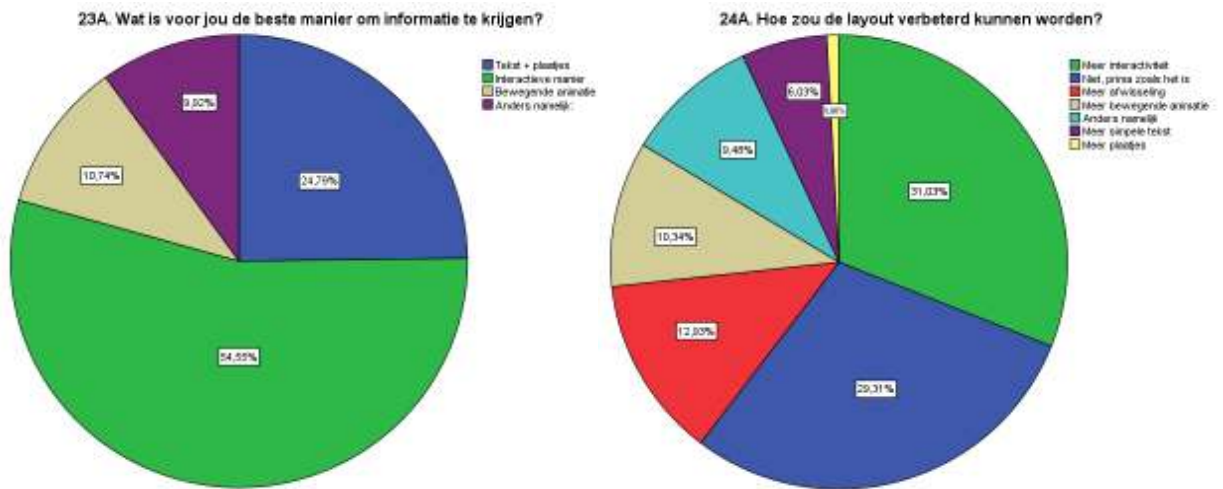
Er zijn veel theorieën over de meest efficiënte manier om te leren zoals de leercircel van Kolb (1999), de leertheorie van Gagné (1987) en Bloom's taxonomie van leerdoelen (1971). Ook in E-learning zijn hier verschillende methodes voor. Naast de theorieën die er zijn, is het ook belangrijk hoe de medewerkers van BCC hier tegen aan kijken.

Uit het onderzoek blijkt dat de lay-out logisch genoeg is om mee te werken. Slechts een klein gedeelte van de medewerkers (11.11 %) geeft aan de lay-out minder onlogisch te vinden. Ook vinden de meeste medewerkers (79 %) de lay-out handig of enigszins handig. Wel vinden gemiddeld 75 % van de medewerkers de lay-out (enigszins) voorspelbaar en standaard.



Uit de interviews blijkt dat de helft van de medewerkers er behoefte aan heeft om thuis E-learning te volgen. Ook wordt er door 60 % van de geïnterviewden aangegeven dat E-learning te traag is en dat het systeem regelmatig vastloopt.

In de enquête zijn er vragen gesteld over wat voor soort lay-out de medewerkers het liefst hebben.



Meer dan de helft van de medewerkers (55%) geeft aan dat de beste manier om informatie te krijgen op een interactieve manier is. Ook geeft 31% van de medewerkers aan dat er meer interactiviteit in E-learning moet komen. De overige punten zijn gelijkmatig verdeeld rond de ongeveer 10% behalve meer plaatjes. Bij anders namelijk komen dezelfde punten als in de enquêtevraag naar voren.

Uit de interviews kwam net als in de enquête naar voren dat interactiviteit gewenst is onder het personeel. De medewerkers willen graag zelf opdrachten doen en meer afwisseling. In de huidige modules staat volgens de medewerkers erg veel tekst waardoor op een gegeven moment de aandacht verslapt waardoor E-learning niet meer leuk is om te doen.

Advies IT

3.3 De lay-out die E-learning moet hebben.

Door de lay-out aan te passen aan de behoefte van de medewerkers zal het leuker worden om te leren via E-learning (M.W. Allen, 2009). De belangrijkste factoren die veranderd dienen te worden zijn:

- ⌚ Hoofdstukindeling
Er dient een hoofdstukindeling te komen, zo wordt voor de cursist duidelijk op welk onderdeel van de cursus hij/zij zich bevindt en hoeveel leerstof er nog komt.
- ⌚ Interactiviteit en afwisseling
Door meer interactiviteit en afwisseling te creëren in een leertraject houdt de cursist gemakkelijker de aandacht erbij (M. Boekaerts et al. 1995). Dit komt doordat de cursist zelf selecteert welke onderwerpen in welke volgorde gelezen worden.
- ⌚ Stijl aanpassen per product of productgroep
Elke medewerker heeft een eigen interpretatie van wat leuk is. De meeste medewerkers kiezen voor een bepaalde productgroep omdat zij affiniteit met de producten uit deze groep hebben. Door de lay-out aan te passen aan de productgroep wordt het voor de medewerker ook herkenbaar en leuker om E-learning te volgen.

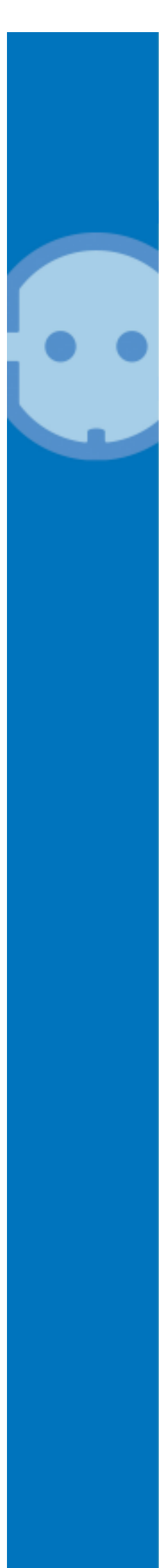
In [bijlage 19](#) is een voorbeeld opgenomen van een interactieve afwisselende leersituatie waar de stijl aangepast wordt aan de productgroep.

3.4 De veranderingen die E-learning op technische op wijze moet ondergaan om dit succesvol aan te bieden aan de medewerkers.

Uit het onderzoek blijkt dat er verschillende factoren in de huidige IT situatie zijn waardoor de opvolging van het leertraject ook minder goed verloopt. De IT situatie zal verbeterd moeten worden.

De hele E-learning portal zal aangepast moeten worden zodat deze gebruiksvriendelijker is dan hoe deze nu is. De speerpunten die veranderd moeten worden zijn:

- ☹ Duidelijke login pagina
Door een duidelijke login pagina te maken kan de medewerker direct inloggen, hierdoor kan de medewerker snel een cursus starten. Deze inlogpagina dient direct getoond te worden wanneer de browser geopend wordt.
- ☹ Duidelijke leerpaden
Door duidelijke leerpaden te creëren is het voor de medewerker duidelijk waar en welke cursus er gedaan kan worden.
- ☹ FAQ moet geïntroduceerd worden
Wanneer er nu problemen zijn dient er contact opgenomen te worden met het service center. Hierdoor wordt er tijd verloren waardoor er een drempel wordt gecreëerd om E-learning te volgen. Als medewerkers de meest voorkomende problemen zelf kunnen opzoeken in de F.A.Q. zal dit tijd besparen. (In [bijlage 16](#) staat een voorbeeld van een F.A.Q.)
- ☹ Nieuwsberichten op de hoofdpagina
Door nieuwsberichten op de hoofdpagina van het E-learning portaal te plaatsen weten medewerkers bijvoorbeeld wanneer er nieuwe modules uitkomen of wanneer er modules veranderd worden. Hierdoor wordt er draagvlak gecreëerd voor E-learning.
- ☹ Alle cursussen toegankelijk
Door alle cursussen voor elke medewerker toegankelijk te maken kunnen medewerkers all round worden en hun kennis verbreden.
- ☹ E-learning is langzaam
Dit punt dient opgelost te worden door: 1. de huidige netwerk en internet snelheid te verhogen en 2. De computers in de winkels vervangen voor nieuwe snellere computers. Hierdoor zullen de cursussen sneller ingeladen worden waardoor er minder lang gewacht hoeft te worden op de volgende pagina. Uiteindelijk zal dit ook in de totale cursustijd verkorten.

- 
- ⊙ Cursusresultaten worden soms niet opgeslagen
De cursusresultaten worden soms niet opgeslagen omdat de netwerk capaciteit te laag is. Doordat er meerdere gebruikers tegelijk op E-learning inloggen, kan het netwerk de informatiestroom niet meer aan. De netwerkcapaciteit kan verhoogd worden door: een nieuwe snellere server te gebruiken en de netwerk en internetsnelheid te verhogen. Door deze maatregelen zullen alle cursussen opgeslagen worden.
 - ⊙ E-learning crasht soms
Door de netwerkcapaciteit te verhogen zal net als het probleem met de cursusresultaten, de crashgevoeligheid ook opgelost worden.
 - ⊙ Thuiswerkmogelijkheid
De medewerkers hebben er behoefte aan om thuis E-learning te volgen. Door in deze behoefte te voorzien wordt de motivatie van de medewerkers om E-learning te volgen hoger. Technisch gezien dient deze mogelijkheid er te zijn. Wel dient E-learning via een gecodeerd signaal gedaan te worden om te zorgen dat de gegevens niet door andere personen dan de medewerkers verkregen kan worden.
 - ⊙ Forum
Er dient een forum ontwikkeld en geïmplementeerd te worden. Deze mogelijkheid bestaat al in het huidige E-learning, alleen wordt hier nog geen gebruik van gemaakt. Door een forum op te zetten voor de medewerkers kunnen deze informatie en ervaringen met elkaar uitwisselen waardoor de medewerkers sneller op de hoogte zijn van de technologische ontwikkelingen op de markt.

Deze verbeteringen moeten er voor zorgen dat de barrières en beperkingen voor de implementatie van E-learning opgelost worden. Hierdoor zal de toegankelijkheid van E-learning verhoogd worden waardoor de opvolging wordt verbeterd.

3.5 Eindconclusie IT

Door alle factoren te verbeteren en/of op te lossen die in de huidige situatie niet werken zal de toegankelijkheid van E-learning verhoogd worden. Dit heeft naast IT gebied ook veel invloed op het organisatorische gebied. De meeste aanpassingen zijn gemakkelijk door te voeren omdat het geen grote technische veranderingen zijn.

Door de lay-out aan te passen aan de behoefte van de medewerkers zal E-learning aantrekkelijker worden voor de medewerkers. In combinatie met de verhoogde toegankelijkheid zal E-learning vaker gevolgd worden.



4. Economisch

4.1 De kosten en baten van de ontwikkeling en implementatie van het leertraject.

Voordat een leertraject zoals E-learning ontwikkeld en geïmplementeerd kan worden, dient de organisatie te weten wat de kosten en de baten zijn. Wanneer de baten niet opwegen tegen de kosten dient de organisatie zich af te vragen of het wel nu heeft om een dergelijk leertraject te ontwikkelen en implementeren.

De kosten voor het ontwikkelen en implementeren van E-learning zijn geraamd op basis van 10 jaar en een totaal per jaar. De kosten zijn geraamd met de volgende gegevens

- ☉ De technische levensduur van computer hardware is 3 jaar (Consumentenbond.nl, 2010)
- ☉ De technische levensduur van een server is 5 jaar. (Consumentenbond.nl, 2010)
- ☉ Een inkoop manager kost 1 uur per module per jaar, maal € 15, - per uur (intermediair, 2010).
- ☉ Er wordt een jaarlijkse campagne gehouden

4.1.1 Kosten

Ontwikkeling en verbetering kosten

	Per 10 jaar	Totaal per jaar
Medewerkers L & D (intermediair.nl, 2010)		
☉ L & D specialist x 3	€ 900.000, -	€ 90.000, -
☉ Manager L & D	€ 400.000, -	€ 40.000, -
☉ Senior manager HRM	€ 500.000, -	€ 50.000, -
Inkoop mgt. x 40 modules (intermediair.nl, 2010)	€ 6.000, -	€ 600, -
Computer hardware x 5.		
☉ Desktop* (vergelijk.nl, 2010)	€ 11.638,35	€ 1.163,83-
☉ Monitor* (vergelijk.nl, 2010)	€ 1831,50	€ 183,15
☉ Microsoft office licentie (microsoft.com, 2010)	€ 2.495, -	€ 249,50
☉ Adobe suite licentie (adobe.com, 2010)	€ 2.995, -	€ 299,50
☉ Easysuite licentie (ISM, 2010)	€ 5.400, -	€ 540, -
Totaal ontwikkeling en verbetering	€ 1.830.359,8	€ 183.035,98

Implementatie en onderhoud kosten

	Per 10 jaar	Totaal per jaar
Server (Dell.nl, 2010)	€ 2000, -	€ 200, -
Dataverkeer (xs4all.nl, 2010)	€ 270.000, -	€ 27.000, -
Campagne materiaal (DDB, 2010)		
• Posters x 70	€ 3.000, -	€ 300, -
• Flyer x 1600	€ 6.000, -	€ 600, -
E-learning portaal (ISM, 2010)	€ 315.000, -	€31.500, -
Computer hardware filiaal x 110		
• Desktops (vergelijk.nl, 2010)	€ 256.000, -	€25.600, -
• Monitor (vergelijk.nl, 2010)	€ 40.295, -	€4.029,5
Totaal Implementatie	€ 323.855, -	€ 32.385,50

	Totaal per 10 jaar	Totaal per jaar
Totale ontwikkelingskosten	€ 1.830.359,8	€ 183.035,98
Totale implementatiekosten	€ 323.855, -	€ 32.385,50
Totale kosten	€ 2.154.214,8	€ 215.421,48

4.1.2 Baten

Uit de testfase is gebleken dat E-learning niet direct aantoonbaar invloed heeft op de omzet en de KPI's. Dit betekent dat er geen cijfermatige baten aangegeven kunnen worden. Wel wordt het menselijk kapitaal verhoogd. Menselijk kapitaal verwijst naar de voorraad van competenties, kennis en persoonlijke eigenschappen die nodig zijn om arbeid te verrichten en hierdoor economische waarde te genereren (A. Sullivan en M. Sheffrin, 2003). Menselijk kapitaal wordt beïnvloed door de verschillende factoren. Dit zijn onder andere motivatie en betrokkenheid.

Verhoogde motivatie

Diverse onderzoeken van onder andere F. Herzberg (1993), A.H. Maslow (1981), Vroom (1990) en McClelland, (1987) hebben aangetoond dat leertrajecten de motivatie van de medewerkers verhoogt. Als BCC E-learning succesvol weet te implementeren zal de motivatie toenemen en daarmee het menselijk kapitaal. (G.S. Becker, 1993)

Verhoogde betrokkenheid

Betrokkenheid begint met geïnformeerd zijn; informeren en betrekken leidt tot betrokkenheid (S. Boomsma, 2001). Door E-learning aan te bieden en de medewerkers in te lichten over E-learning leidt dit tot een hogere betrokkenheid.

Belangrijk is dat al deze baten alleen voor komen als E-learning succesvol ontwikkeld en geïmplementeerd wordt. Alles hangt af van de kwaliteit en opvolging van E-learning en interne communicatie.

Verhoogde professionaliteit

Onder professionaliteit verstaat BCC enkele punten. Door één of meerdere van deze punten te verhogen zal de professionaliteit in een medewerker ook verhoogd worden. Een leertraject, in het geval van BCC E-learning, helpt een medewerker zich ontwikkelen op de volgende punten (J.G.V.Maas, 2000):

- ⦿ Uitstekende productkennis hebben
- ⦿ Op de hoogte zijn van regels en procedures

Aantrekkelijker op de arbeidsmarkt

De organisatie wordt een aantrekkelijke werkgever voor de arbeidsmarkt omdat het een volledig leertraject kan aanbieden tegenover haar personeel (Zwegers, 2004). Als de organisatie sollicitanten aan tafel wil krijgen, dient zij op voorhand aan de ontwikkelwensen tegemoet komen (J. van den Berg, 2009). Naast nieuwe medewerker zullen oude medewerkers gemotiveerd worden door ontwikkeling van competenties (F. Herzberg, 1993). Door leertrajecten aan te bieden wordt de organisatie serieus genomen

Onderscheidend vermogen t.o.v. concurrent

Door haar medewerkers te trainen kan BCC zich onderscheiden van de concurrent (E. Pol, 2008). BCC streeft er naar de meest vertrouwde elektro retailer van Nederland te zijn. Zoals al eerder beschreven wil BCC dit waarmaken door onder andere professionele medewerkers.

4.2 Eindconclusie economisch

Uit de analyse is gebleken dat er geen direct aangetoonde financiële baten zijn wanneer het leertraject opnieuw ontwikkeld en geïmplementeerd wordt. Wel zijn er veel ontastbare baten zoals een verhoogde motivatie, betrokkenheid en professionaliteit. Deze ontastbare baten zijn volgens eerdere onderzoeken nauw verbonden met het bedrijfsresultaat en de positie van een organisatie op de arbeidsmarkt.

Het is rendabel om E-learning te blijven gebruiken. Het succes van E-learning is echter afhankelijk van het volgen van de adviezen uit dit rapport. Omdat E-learning al 3 jaar geleden geïmplementeerd is zijn de meeste kosten al gemaakt, zoals de computer hard en software evenals het E-learning portaal. Dit zijn de hoogste kosten uit het gehele kosten analyse.

Indien de opvolging van E-learning niet verbeterd wordt, zal het leertraject geen succes hebben waardoor de al gemaakte kosten voor niets zijn uitgegeven.

5. Eindconclusie

"Hoe kan BCC er door middel van E-learning voor zorgen dat haar commerciële medewerkers in de winkel effectief en efficiënt kunnen werken en zo een bijdrage leveren tot het verhogen van de omzet"

Om E-learning een succes te maken en te zorgen dat de medewerkers effectief en efficiënt werken dienen er een aantal factoren veranderd te worden. Deze factoren zijn:

- ☺ De inhoud en de lay-out dient aangepast te worden aan de behoefte van de medewerkers en het management. Door deze aanpassingen door te voeren zal E-learning leuker worden voor de medewerkers waardoor het meer gevolgd gaat worden.
- ☺ E-learning dient toegankelijker gemaakt worden, zowel op technisch gebied als op organisatorisch gebied. Door E-learning toegankelijker te maken zal de opvolging van E-learning ook hoger worden.
- ☺ De organisatie dient het winkelmanagement het nut van E-learning in te laten zien. Doordat het winkel management het nut van E-learning in ziet wordt dit overgegeven aan de rest van de medewerkers waardoor er vaker E-learning gevolgd wordt.
- ☺ E-learning moet geborgd worden. Door te borgen kan er gekeken worden of het leertraject het gewenste effect heeft. Indien dit niet zo is kan het leertraject aangepast worden.
- ☺ E-learning dient breder ingezet te worden. Door E-learning te gebruiken als onderdeel van blended learning in plaats van een op zichzelf staand leertraject kan er in meer leerstijlen voorzien worden waardoor het leertraject effectiever ingezet kan worden.

Door deze adviezen te gebruiken zal de betrokkenheid en de motivatie vergroot worden waardoor het menselijk kapitaal toeneemt. Doordat het menselijk kapitaal toeneemt, zal uiteindelijk de omzet stijgen ten opzichte van de huidige situatie.

Naast het menselijk kapitaal zullen de medewerkers professioneler worden en daardoor efficiënter gaan werken. Doordat de medewerkers professioneler werken kan BCC zich onderscheiden ten opzichte van de concurrent en zal het klantvertrouwen toenemen. Hierdoor kan BCC de meest vertrouwde retailer van Nederland worden.

Literatuurlijst

Boeken & journals

M.A. Allen., 2009. *Michael Allen's 2009 E-learning Annual*. eerste editie. 9780470371459. John Wiley and Sons.

G.S. Becker., 1993. *Human capital: a theoretical and empirical analysis*. derde editie. 9780226041209. University Chicago press.

J. van den Berg., 2009. *POP in Nederland: daar zit muziek in*. tweede editie. 9013064752. Kluwer

J. Bersin., 2004. *The blended learning book: best practices, proven methodologies, and lessons learned*. eerste editie. 9780787972967. John Wiley and sons

M. Boekaerts et al., 1995. *Leren en instructie: psychologie van de leerling en het leerproces*. tweede editie. 9789023229872. Uitgeverij van Gorcum.

S. Boomsma., 2001. *De waarde van tevreden medewerkers: meten en verbeteren van personeelstevredenheid*. eerste editie. 9789014076720. Kluwer

J.D. den Breejen., 2009. *De high performance organisatie: een integrale aanpak*. eerste editie. 9789013058178. Kluwer

J.H. Gitomer., 2003. *The sales bible: the ultimate sales resource*. herdruk. 9780471456292. John Wiley and sons.

F. Herzberg, B. Mausner & B. Bloch Snyderman., 1993. *The motivation to work*. herdruk. 9781560006343. Transaction Publishers

C. van der Hoog., 2006. *E-learning voor beslissers*. eerste editie. 9077252002. DeltaHage

P.L. Hunsaker., 2006. *Managementvaardigheden*. tweede editie. 9043011819. Pearson Education

B.H. Khan., 2005. *Managing E-learning: design, delivery, implementation, and evaluation*. eerste editie. 9781591406341. Idea Group inc.

D.A. Kolb., 1999. *Learning style inventory*. eerste editie. Hay/McBer Training Resources Group

F.J. van der Krocht., 2007. *Organiseren van leerwegen: strategieën van werknemers, managers en leeradviseurs in dienstverlenende organisaties*. eerste editie. 9076834148. Bohn Stafleu van Loghum

J.G.V. Maas., 2000. *Professionaliteit: management van professie en professionele organisaties*. tweede editie. 9789014071237. Kluwer

A. H. Maslow., 1981. *Motivation and personality: a theory of human motivation*. eerste editie. Harper & Row

D.C. McClelland., 1987. *Human motivation*. Herdruk. 9780521369510. CUP Archive

M. Oliver & K. Trigwell., 2005. *Can 'Blended Learning' Be Redeemed?.*, Vol. 2, Nr. 1.

E. Pol., 2008. *Strategisch HRM beleid*. eerste editie. 9789023244394. uitgeverij van Gorcum

E.H. Schein., 2000. *De bedrijfscultuur als ziel van de onderneming*. eerste editie. 9055941875. Scriptum

A. Sullivan en S.M. Sheffrin., 2003. *Economics: Principles in action*. eerste editie. 0130630853. Pearson Prentice hall

J.P.R. Thomassen., 2002. *Waardering door klanten: klantenmanagement als fundament voor Totale Kwaliteit*. derde editie. 9014089724. Kluwer

V. Vroom., 1990. *Manage people, not personnel: motivation and performance appraisal*. Eerste editie. 9780875842288. Harvard business press

T.J. Watson., 2006. *Organising and managing work: organisational, managerial and strategic behaviour in theory and practice organising & managing work*. tweede editie. 9780273704805. Pearson education

J.M.M. Zwegers., 2004. *Organisatie en arbeidsmarkt*. vierde editie. 9789013021738. Kluwer

Websites

Vergelijk. 2010. *prijzen, reviews en specificaties vergelijken* [online] (updated 29 mei 2010) available at: <http://www.vergelijk.nl> [accessed 1 mei 2010]

Microsoft. 2010 *Microsoft Nederland* [online] (updated 2010) available at: <http://www.microsoft.nl> [accessed 1 mei 2010]

Intermediair. 2010 *De beste vacatures voor HBO en WO – carrière site voor hoogopgeleiden* [online] (updated 2010) available at: <http://www.intermediair.nl> [accessed 1 mei 2010]

Adobe. 2010 *Adobe Nederland* [online] (updated 2010) available at: <http://www.adobe.nl> [accessed 12 april 2010]

Dell. 2010 *Laptops, pc's, desktops, monitoren, printers & pc-accessoires I Dell Nederland* [online] (updated 2010) available at: <http://www.dell.nl> [accessed 12 april 2010]

XS4all. 2010 *XS4ALL internet, bellen en hosting* [online] (updated 2010) available at: <http://www.xs4all.nl> [accessed on 20 april 2010]

Overige

Offerte E-learning software en licencies. 2010 (ISM)

Offerte reclame. 2010 (DDB)

Woordenlijst

Dsr

De dsr is de daily sales reporter, hierin staat onder andere de omzet, het aantal verkochte accessoires en het aantal klanten. Voor dit deelonderwerp zal er alleen ingezoomd worden op de omzet op filiaal niveau.

Kpi

Kpi's zijn key performance indicators. Kpi's zijn in elke organisatie anders. Bij BCC zijn bijvoorbeeld omzet, marge en conversie kpi's

MDA

De afkorting MDA staat voor major domestic appliances Deze productgroep wordt ook wel groot witgoed genoemd. Denk hierbij aan wasmachines, drogers, ovens etc.

SDA

SDA staat voor small domestic appliances. Deze productgroep wordt ook wel klein witgoed genoemd. Denk hierbij aan koffiezetters, waterkokers, sandwichmakers etc.

MM

De afkorting MM staat voor multimedia, denk hierbij aan computers, notebooks, printers etc.

PTA

De afkorting PTA staat voor portable technology appliances. Deze productgroep bevat onder andere: mp3 spelers, memo recorders en telefoons.

Visual

Onder deze productgroep vallen producten zoals: televisies, blu-ray spelers, dvd recorders etc.

Audio

Deze productgroep bevat onder andere: micro systemen, receivers, speakersets etc.



Bijlage 1: Totaal overzicht E-learning

Bijlage 1 Totaaloverzicht E-learning

	Vestiging	Afgeronde modules in %
1	Hoogeveen	62,77
2	Den Haag	57,78
3	Den Helder	53,97
4	Heerlen	53,11
5	Osdorp	44,44
6	Oss	40,87
7	Zaandam	40,82
8	Beek	38,53
9	Bergen op Zoom	38,41
10	Muiden	38,1
11	Middelburg	36,83
12	Zutphen	36,51
13	Almere	35,09
14	A'dam Oost	35,06
15	Arnhem	32,58
16	Enschede	31,97
17	Hoofddorp	31,37
18	Oosterhout	31,25
19	Zoetermeer	30,95
20	Deventer	30,4
21	Apeldoorn	30,27
22	Amersfoort	30,23
23	Breda	29,85
24	Hengelo	29,8
25	Helmond	28,94
26	Den Bosch	28,84
27	Hilversum	28,57
28	Delft	27,71
29	Eindhoven	27,49
30	Leeuwarden	27,33
31	Utrecht	27,05
32	Purmerend	26,67
33	Veghel	26,67
34	Nijmegen	26,29
35	Hoorn	26,28
36	Barendrecht	25,4
37	Spijkensisse	25,27
38	A'dam Noord	24,73
39	A'dam Zuid-oost	24,6
40	Leidschendam	24,04
41	A'dam West	23,53
42	Zeist	23,41
43	Lelystad	22,32
44	Zoeterwoude	21,83
45	Alkmaar	20,81
46	Haarlem	20,41
47	Veenendaal	19,78
48	Beverwijk	19,38
49	Bos en Lommer	19,05
50	Amsterdam Plaza	17,2
51	Den Haag MS	17,2
52	Vlaardingen	16,67
53	The Wall	15,67
54	Ede	9,84

Landelijk gemiddelde:

29,89

Boven gemiddelde

Op gemiddelde

Onder gemiddelde

Regio	Afgeronde modules in %
1 Centraal Nederland	32,26
2 Zuid Nederland	31,82
3 NH/Adam	28,94
4 Oost Nederland	26,39
5 West Nederland	25,32



Bijlage 2: Enquête

Bijlage 2: Enquete

Vanaf de volgende pagina is de enquete in te zien.



Vanaf 20 maart zullen nieuwe E-learning modules worden gelanceerd. Deze dienen verbeterd te worden ten opzichte van de huidige E-learning modules. Om dit te realiseren zijn we een onderzoek gestart. Een deel van dit onderzoek bestaat uit deze enquête. We zijn erg benieuwd naar jouw mening over E-learning.

Algemeen



1. Wat is je leeftijd?

- ☐ 20 of jonger
- ☐ 21 - 25
- ☐ 26 - 30
- ☐ 31 - 35
- ☐ 36 - 40
- ☐ 41 - 45
- ☐ 46 of ouder



2. Hoe lang ben je werkzaam bij BCC?

- ☐ 0 – 5 jaar
- ☐ 6 – 10 jaar
- ☐ 11 – 15 jaar
- ☐ 16+ jaar



3. Wat is je functie?

- ☐ Verkoopmedewerker parttime
- ☐ Verkoopmedewerker fulltime
- ☐ Kassamedewerker
- ☐ Magazijnmedewerker
- ☐ Afdelingshoofd
- ☐ Assistent bedrijfsleider
- ☐ Bedrijfsleider



4. In welk filiaal ben je werkzaam?

.....



5. Hoe ben je bekend geworden met e-learning?

- ☐ Mijn bedrijfsleider heeft me gevraagd om e-learning modules te doen
- ☐ Ik heb mijn bedrijfsleider er om gevraagd
- ☐ Ik heb het gehoord van andere collega's
- ☐ Dit werd mij verteld tijdens de introductie
- ☐ Anders, namelijk:



6. Volg je op dit moment e-learning modules?

- ☐ Ja
- ☐ Nee



7. Wat is de reden dat je de e-learning modules volgt?

- ☐ Omdat mijn bedrijfsleider e-learning belangrijk vind
- ☐ Omdat ik het leuk vind om te doen
- ☐ Omdat ik het belangrijk vind om te doen
- ☐ Omdat ik het interessant vind
- ☐ Ik doe ze niet
- ☐ Anders, namelijk:



8. Hoe ervaar je de opvolging van e-learning modules

- ☐ Goed
- ☐ Slecht
- ☐ Die is er niet
- ☐ Ik weet niet wat het is
- ☐ Anders, namelijk:



9. Wat zou jou nog extra bewegen om e-learning te gaan doen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Inhoudelijk



10. Wat vind je van de inhoud van e-learning?

- | | | |
|-------------|---|---------------|
| Interessant | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ | Oninteressant |
| Diepgaand | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ | Oppervlakkig |
| Nuttig | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ | Nutteloos |
| Makkelijk | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ | Moeilijk |
| Leerzaam | ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ | Niet leerzaam |



11. Wat leer je nu in grote lijnen van e-learning? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Productkennis
- ☐ Verkooptechnieken
- ☐ Informatie over BCC
- ☐ Anders, namelijk:



12. Ben je tevreden over de huidige modules?

- ☐ Ja (ga naar **vraag 14**)
- ☐ Nee (ga naar **vraag 13**)



13. Waarom ben je ontevreden over de huidige modules?

- ☐ Het moet sneller
- ☐ Er moeten meer onderwerpen komen
- ☐ Het moet dieper op de stof in gaan
- ☐ De stof moet uitgebreider behandeld worden
- ☐ Anders, namelijk:



14. Hoe helpt e-learning jou? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Productkennis
- ☐ Kennis over BCC
- ☐ Zelfvertrouwen tegenover de klant
- ☐ Professionaliteit
- ☐ Verkooptechnieken
- ☐ Motivatie bij mijn werk
- ☐ Anders, namelijk:



15. Op welke punten word je niet geholpen, maar zou je dat wel graag willen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Productkennis
- ☐ Kennis over BCC
- ☐ Zelfvertrouwen tegenover klanten
- ☐ Professionaliteit
- ☐ Verkooptechnieken
- ☐ Motivatie bij mijn werk
- ☐ Anders, namelijk:



16. Waar zou je wat over willen leren via e-learning? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Audio
- ☐ Visual
- ☐ MDA
- ☐ SDA
- ☐ Multimedia
- ☐ PTA
- ☐ Accessoires
- ☐ Verkooptechnieken in het algemeen
- ☐ Speciaal product, namelijk:
- ☐ Anders, namelijk:



17. Welke termen zijn voor jou van toepassing op e-learning? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Leuk
- ☐ Saai
- ☐ Grappig
- ☐ Langdradig
- ☐ Oppervlakkig
- ☐ Nutteloos
- ☐ Vermakelijk
- ☐ Tijdrovend
- ☐ Moeilijk
- ☐ Verwarrend
- ☐ Irritant
- ☐ Interessant



18. Wat vind je van de toetsvragen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Goed, geen opmerkingen
- ☐ Te veel vragen
- ☐ Te weinig vragen
- ☐ Te veel herhaling
- ☐ Te weinig herhaling
- ☐ Interessant of leerzaam of nuttig
- ☐ Nutteloos of irritant
- ☐ Te moeilijk
- ☐ Te makkelijk
- ☐ Anders, namelijk:
-

Tijdsbestek



19. Heb je genoeg tijd voor e-learning?

- ☐ Ja (ga door naar **vraag 21**)
- ☐ Nee (ga door naar **vraag 20**)



20. Wat is de reden dat je niet genoeg tijd krijgt?

- ☐ Het is te druk in de winkel
- ☐ E-learning heeft geen hoge prioriteit
- ☐ Weet ik niet
- ☐ Anders, namelijk:



21. Zou je graag meer tijd willen om e-learning te volgen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Anders, namelijk:

Layout en ontwerp



22. Wat vind je van de layout van de modules die nu aangeboden worden?

Mooi	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Lelijk
Logisch	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Niet logisch
Consequent	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Niet consequent
Verassend	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Voorspelbaar
Speciaal	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Standaard
Handig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐	Onhandig



23. Wat is voor jou de beste manier om informatie te krijgen?

- ☐ In de vorm van tekst met plaatjes
- ☐ Op een interactieve manier, waarbij je zelf kunt aanklikken wat je wilt zien
- ☐ In een bewegende animatie
- ☐ Anders, namelijk:



24. Hoe zou de layout kunnen worden verbeterd?

- ☐ Niet, het is prima zoals het is
- ☐ Meer interactiviteit
- ☐ Meer bewegende animaties
- ☐ Meer simpele tekst
- ☐ Meer plaatjes
- ☐ Meer afwisseling
- ☐ Anders, namelijk:



25. Heb je nog extra opmerkingen over de layout?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Extra opmerkingen



26. Heb je nog extra opmerkingen over e-learning?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hartelijk dank voor je medewerking!

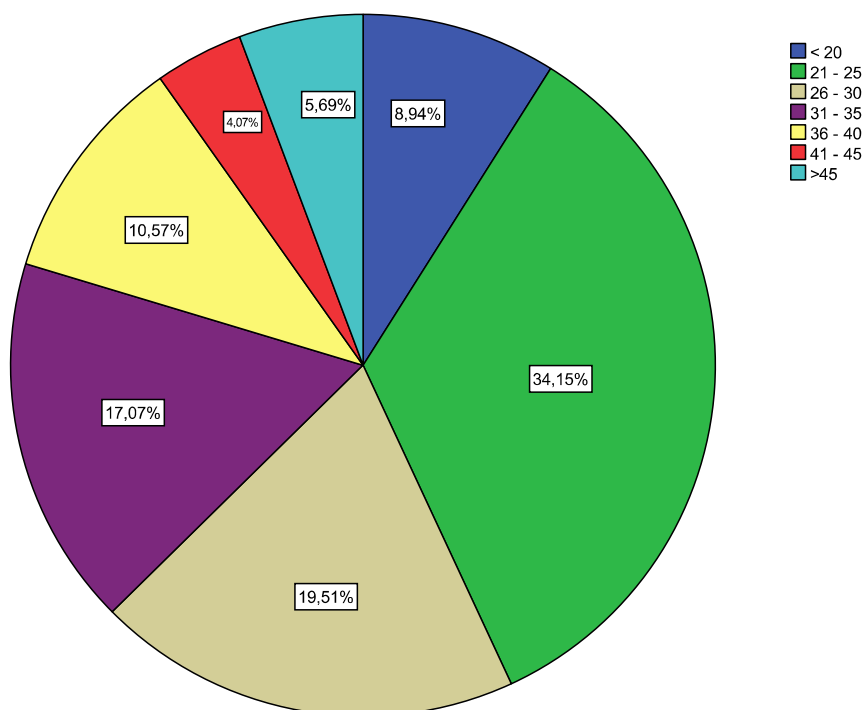




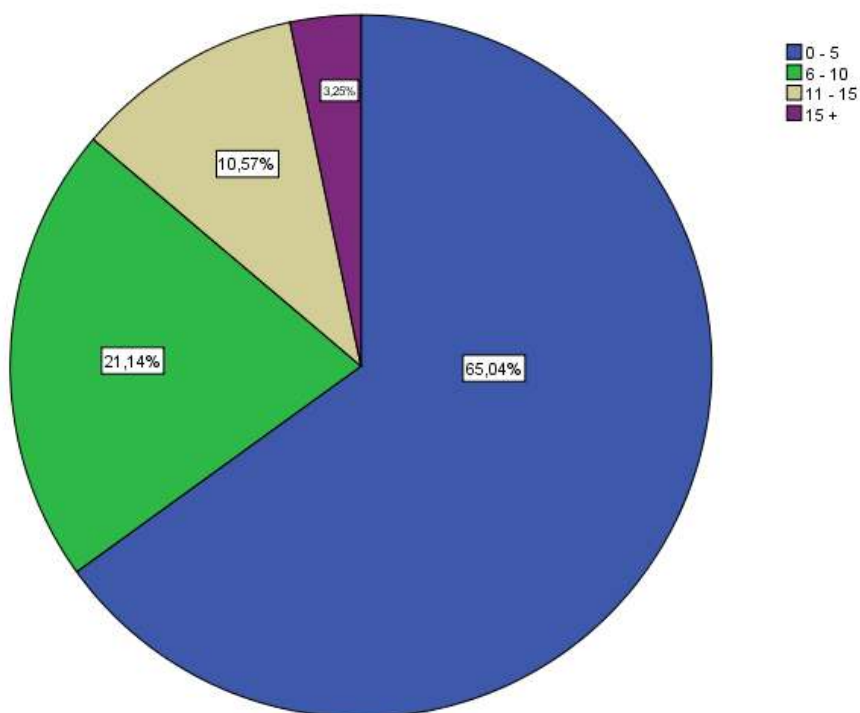
Bijlage 3: Enquête resultaten

Bijlage 3: Enquete resultaten

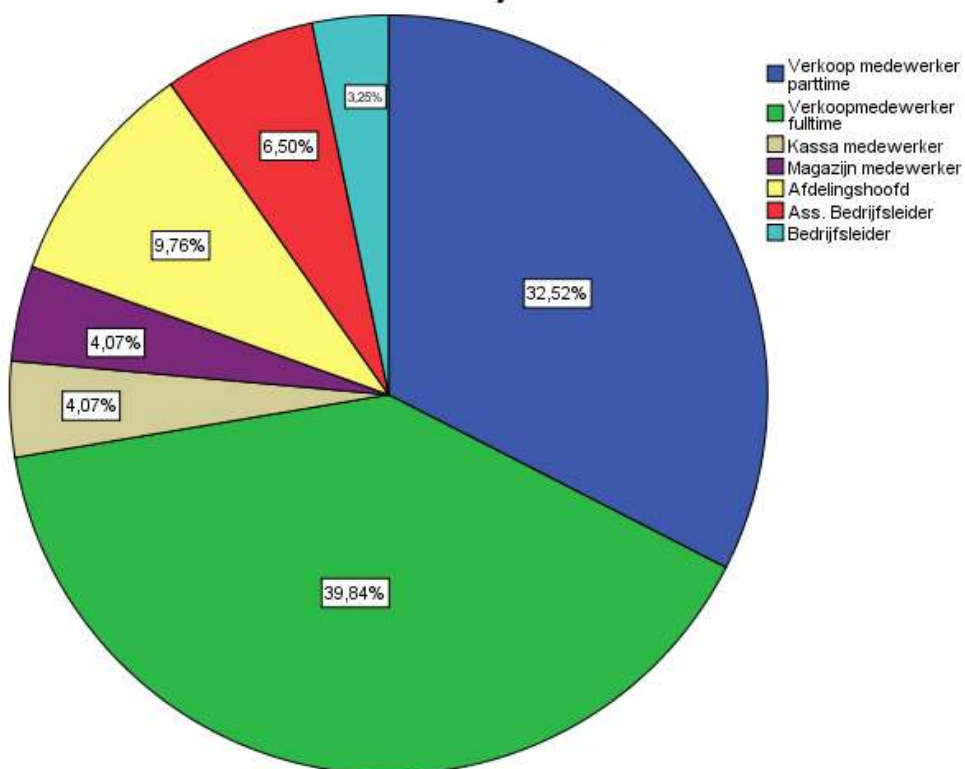
1. Wat is je leeftijd?



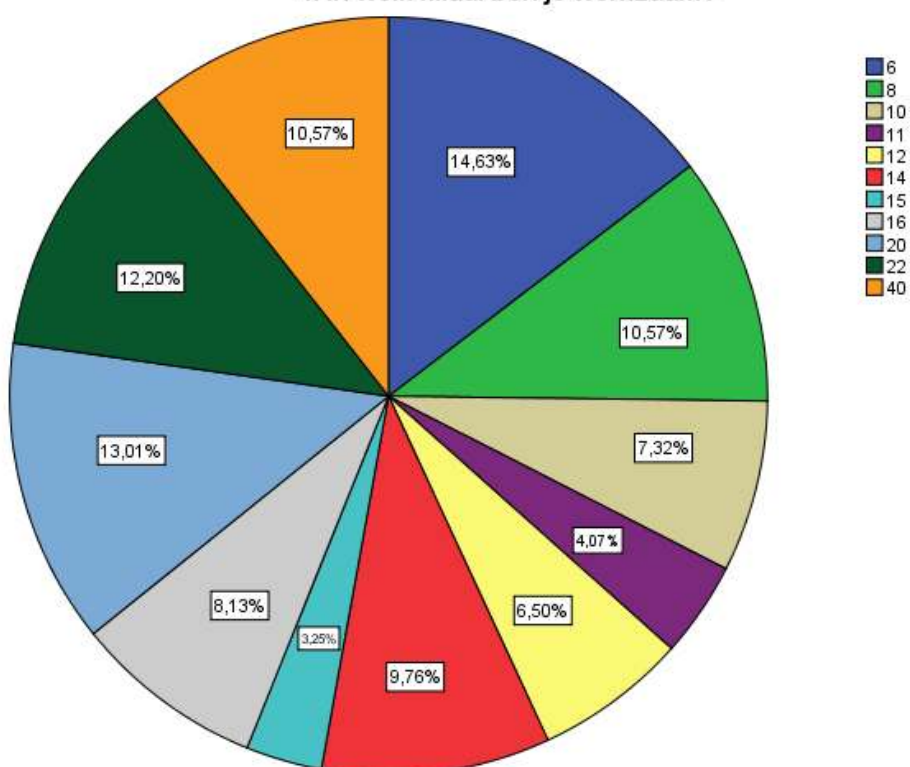
2. Hoelang werk je bij bcc?



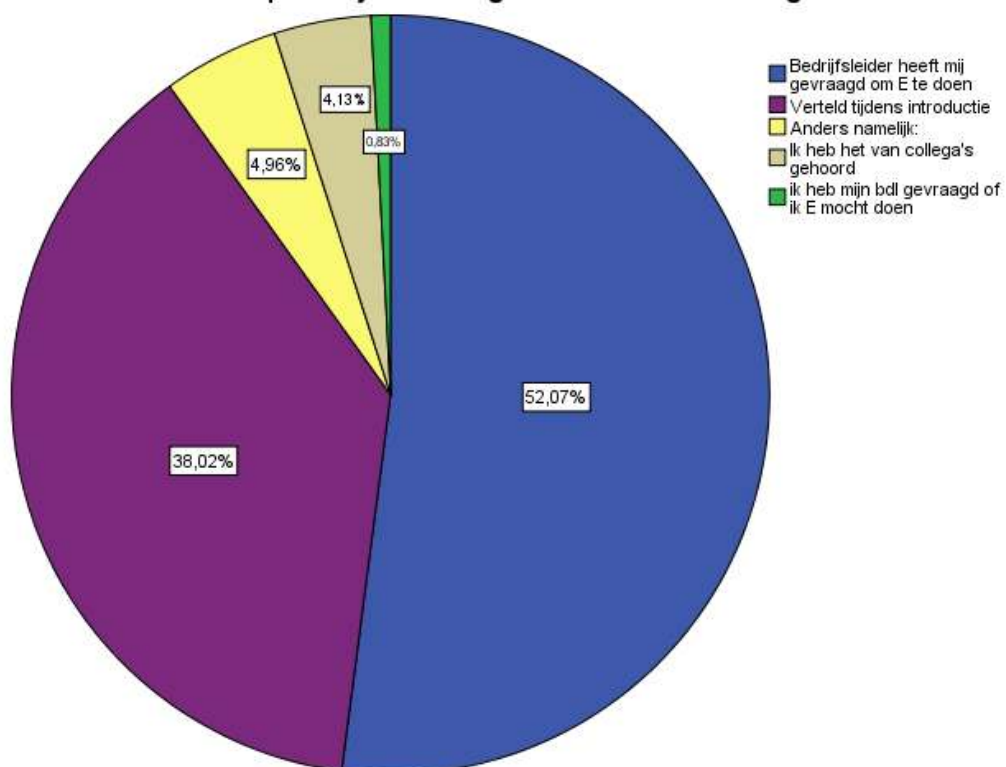
3. Wat is je functie?



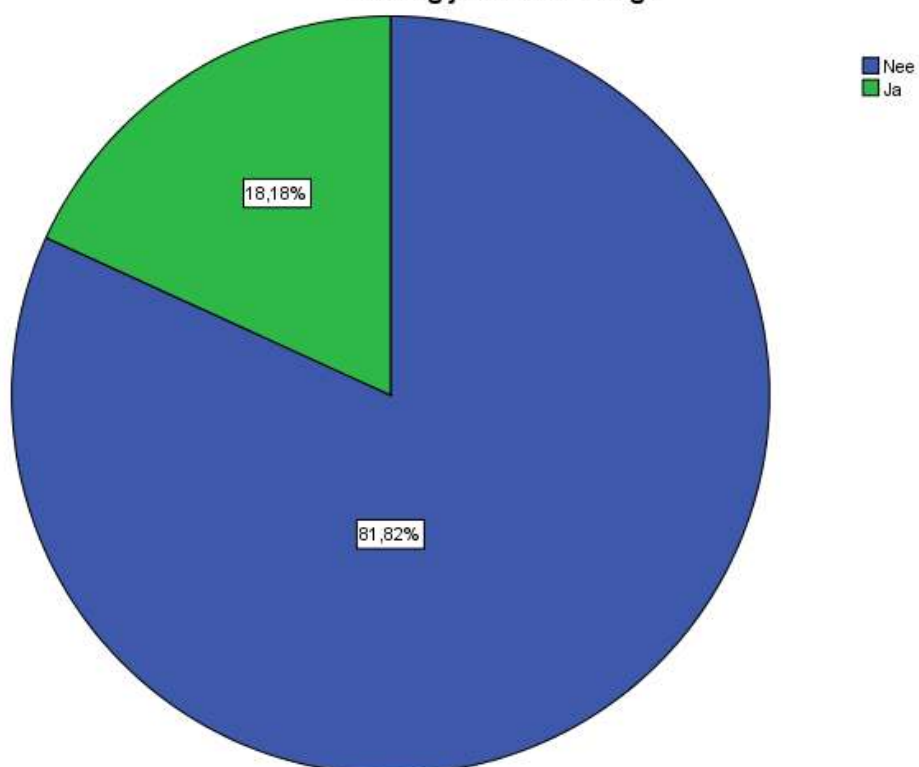
4. In welk filiaal ben je werkzaam?



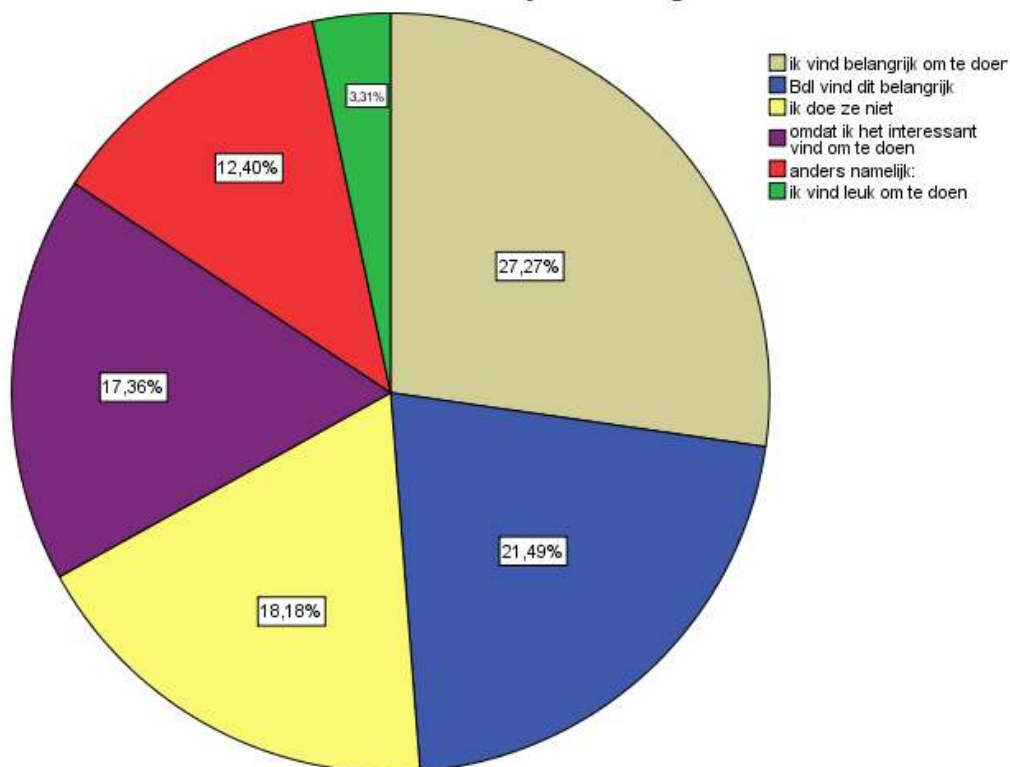
5. Hoe ben je bekend geworden met E-learning?



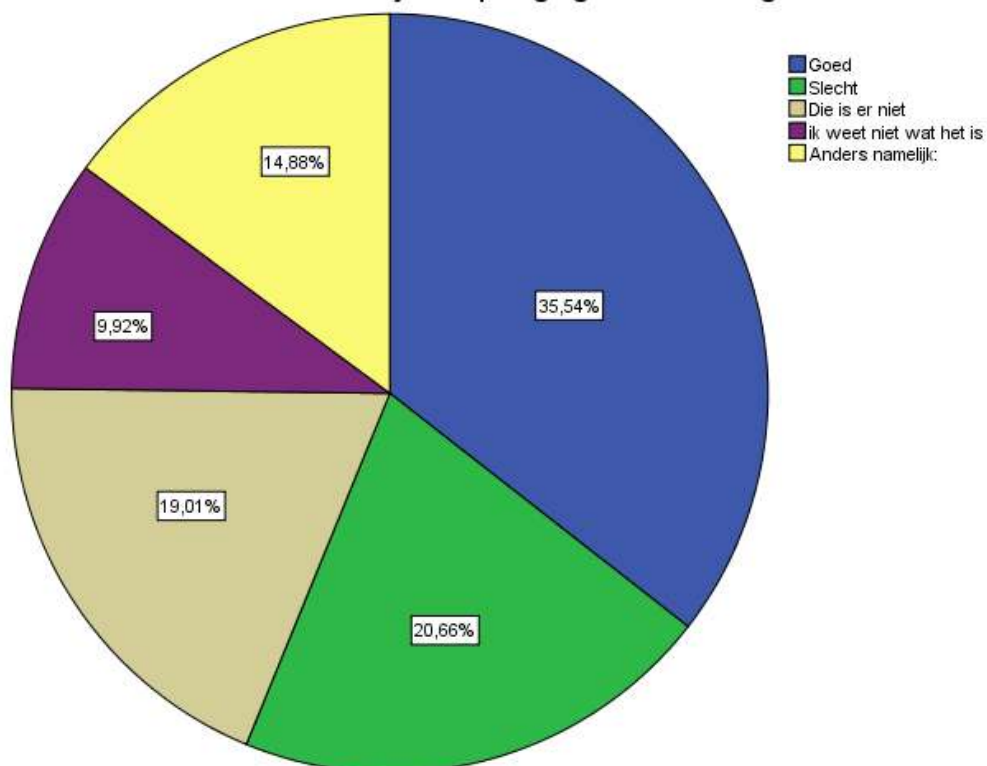
6. Volg je nu E-learning?



7. Wat is de reden dat je E-learning doet?



8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?



4. In welk filiaal ben je werkzaam? * 8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?

Crosstabulation

		8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?			
		Goed	Slecht	Die is er niet	ik weet niet wat het is
4. In welk filiaal ben je werkzaam?	6	3	8	3	1
	8	3	2	5	2
	10	3	1	2	1
	11	2	0	0	1
	12	5	0	1	1
	14	1	4	5	1
	15	2	1	1	0
	16	4	3	1	0
	20	7	5	1	1
	22	6	1	1	4
	40	7	0	3	0
	Total	43	25	23	12

4. In welk filiaal ben je werkzaam? * 8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?

Crosstabulation

		8. Hoe ervaar je de opvolging van E-learning?	
		Anders namelijk:	Total
4. In welk filiaal ben je werkzaam?	6	2	17
	8	1	13
	10	2	9
	11	1	4
	12	1	8
	14	1	12
	15	0	4
	16	2	10
	20	2	16
	22	3	15
	40	3	13
	Total	18	121

9. Wat zou jou nog extra bewegen om e-learning te gaan doen?

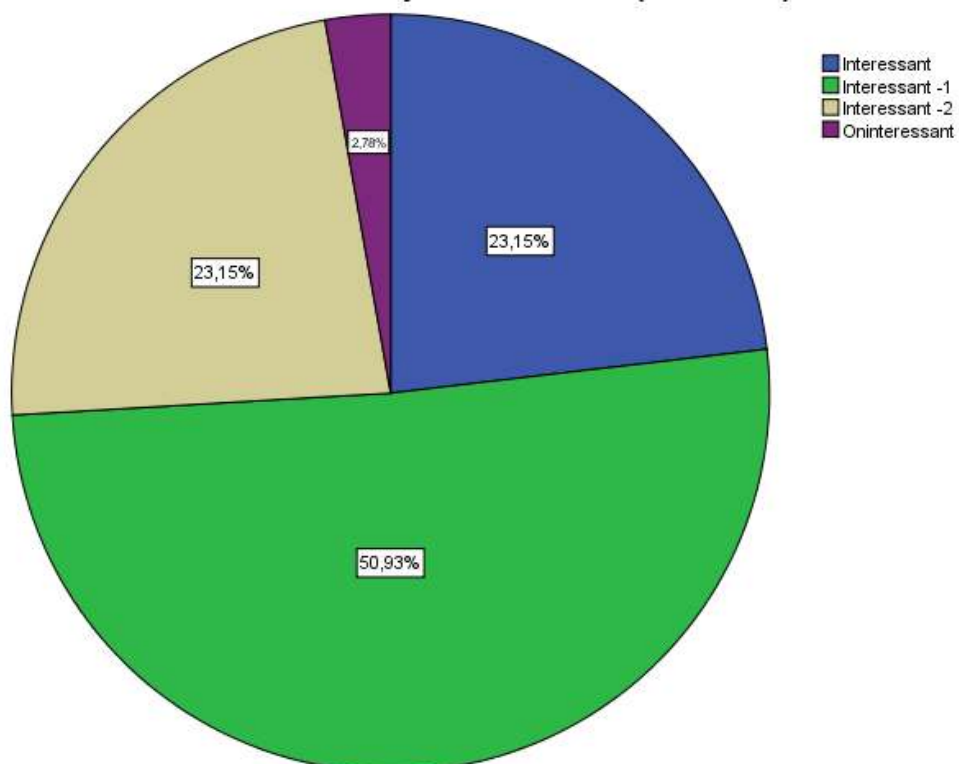
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	,8	,8	,8
-	49	39,8	39,8	40,7
5. sinds de launch 9. op hoger niveau voorlichting krijgen5	1	,8	,8	41,5
7. alle punten, 9. op het moment dat je wat extra tijd krijgt, bijv tijdens je vrije dag voel je minder opgejaagd om een cursus af te ronden	1	,8	,8	42,3
7. heb alles gedaan	1	,8	,8	43,1
7. leerzaam, leuk en makkelijk	1	,8	,8	43,9
7. sk en bl belangrijk	1	,8	,8	44,7
7.2/3/4	1	,8	,8	45,5
8. doe ze niet veel 9. beter te worden in bv monster verkoop	1	,8	,8	46,3
8. heir is meer aandacht voor nodig, 9. meer structuur in leerpad+ op we;lk moment wat met terugkoppeling	1	,8	,8	47,2
8. het is al een tijd geleden dat ik er 1 heb gedaan, verbeteren verkoopgesprek	1	,8	,8	48,0
8. nog geen opvolging gehad, nieuwe info toevoegen	1	,8	,8	48,8
allround inzetbaar zijn	1	,8	,8	49,6
als er iets onduidelijk is	1	,8	,8	50,4
als er meer praktijk te leren valt	1	,8	,8	51,2
als het goed aansluit op de praktijk	1	,8	,8	52,0
als het inhoudelijk zou aansluiten op de praktijk, als het niet van debiel niveau zou zijn	1	,8	,8	52,8
als ik het thuis kan doen, meer tijd ervoor en ik kan zelf bepalenwelk moment ik het behandel	1	,8	,8	53,7
als ik het thuis kan volgen	1	,8	,8	54,5
als ze minder tijd kosten en iets inhoudelijker zijn, het voorlezen van de tekst is overbodig	1	,8	,8	55,3
belonen, competitie onderling	1	,8	,8	56,1
betere planning	1	,8	,8	56,9
betere verkooptechnieken leren	1	,8	,8	57,7

cijfers meedelen die behaald zijn	1	,8	,8	58,5
coachen begeleiden op de werkvloer, wanneer er een training gegeven is het vervolg in e-learning doen.	1	,8	,8	59,3
dat ik op mijn oude dag nog wat kan leren	1	,8	,8	60,2
e-learning in begin meegemaakt systeem is redelijk traag	1	,8	,8	61,0
extra kennis	1	,8	,8	61,8
geld	1	,8	,8	62,6
goede infoverstrekking, levendig houden. minder aap/noot/mies niveau	1	,8	,8	63,4
heb het alleen in het begin gedaan	1	,8	,8	64,2
ik ben gemotiveerd genoeg	1	,8	,8	65,0
interessante nieuwe dingen en niet zo langdradig spreken	1	,8	,8	65,9
interessantere onderwerpen	1	,8	,8	66,7
je wordt er alleen maar beter van door dit te doen, je leert er van	1	,8	,8	67,5
Leuker, hoger niveau, bonus?	1	,8	,8	68,3
meer diepgang, betere afstemming op de persoon, snelheid huidige systeem is super traag, modules tot nu toe bieden geen uitdaging	1	,8	,8	69,1
meer en betere cursussen, het werkt neit altijd even goed maar het is ook niet heel slecht	1	,8	,8	69,9
meer inhoud op bepaalde productgroepen	1	,8	,8	70,7
meer interactieve modules met praktijksituaties	1	,8	,8	71,5
meer kennis opdoen	1	,8	,8	72,4
meer modules of herhalingen in een nieuw jasje	1	,8	,8	73,2
meer productgerelateerd	1	,8	,8	74,0
meer productinfo en meer trainingen	1	,8	,8	74,8
Meer productinformatie	1	,8	,8	75,6
meer specificaties leren over het product	1	,8	,8	76,4
meer specifiek gericht e-learning per artikel	1	,8	,8	77,2
meer tijd hebben voor e-learning, meer product modules	1	,8	,8	78,0
meer tijd voor maken	1	,8	,8	78,9

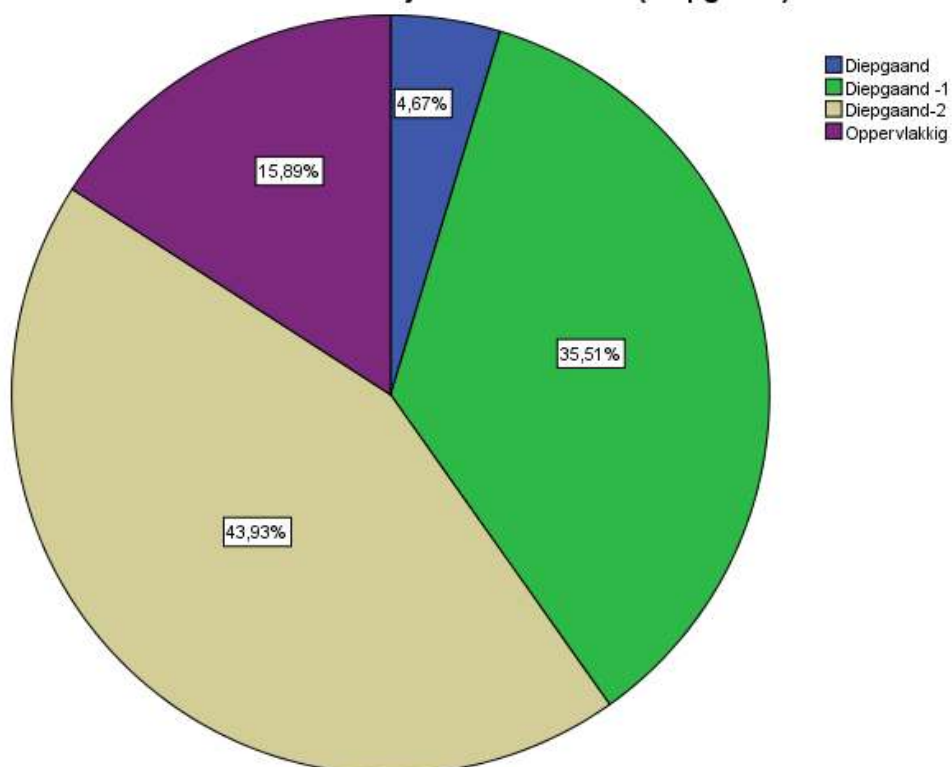
men leert de werkgever beter kennen, zoals de normen en waarden, hierdoor creer je een stukje betrokkenheid	1	,8	,8	79,7
modules die specifieker ingaan op 1 product, laatste tijd niet veel tijd voor	1	,8	,8	80,5
Moeilijker maken	1	,8	,8	81,3
moeilijkere onderwerpen	1	,8	,8	82,1
mogelijkheid om het thuis te doen	1	,8	,8	82,9
niet gemotiveerd, wat is e-learning!	1	,8	,8	83,7
niet in het filiaal e-learnen maar thuis per email thuiswerk	1	,8	,8	84,6
nog geen kennis met pvolging gehad, meer informatie om beter te kunnen verkopen	1	,8	,8	85,4
nog meer modules	1	,8	,8	86,2
om je geheugen op te frissen	1	,8	,8	87,0
opdoen productkennis	1	,8	,8	87,8
product info van diverse fabrikanten	1	,8	,8	88,6
redelijk	1	,8	,8	89,4
schema, verplichting, tijd voor inroosteren, nu is het extra waardoor geen tijd voor is vanwege klanten	1	,8	,8	90,2
snellere modules, meer gericht op productvoordelen op merk bijvoorbeeld candy. snelelr systeem	1	,8	,8	91,1
sommige modules lijken te veel op elkaar waardoor je minder opneemt, mogelijkheid om zelf situaties op te geven en ermee te oefenen	1	,8	,8	91,9
specifiekere trainingen	1	,8	,8	92,7
teveel op beginnende bccér gespitst, meer niveaoverschil voor mensen die langer werkzaam zijn bij bcc.	1	,8	,8	93,5
tijd ervoor krijgen	1	,8	,8	94,3
tijd voor e-learning	1	,8	,8	95,1
toen ik hier net begon had ik moeite met verkooptechnieken, dat is heirdoor toch wel verbeterd	1	,8	,8	95,9
uitbreiden productkennis en hulp bij het verkoopgesprek	1	,8	,8	96,7
vaak te makkelijk	1	,8	,8	97,6
verandering in e-learning met meer plaatjes en filmpjes	1	,8	,8	98,4

verkoop training, productkennis opschroeven, ontwikkelingen van bcc & diverse merken kunnen volgen en bijhouden	1	,8	,8	99,2
werken vanuit thuis, meer als database/naslagwerk maken	1	,8	,8	100,0
Total	123	100,0	100,0	

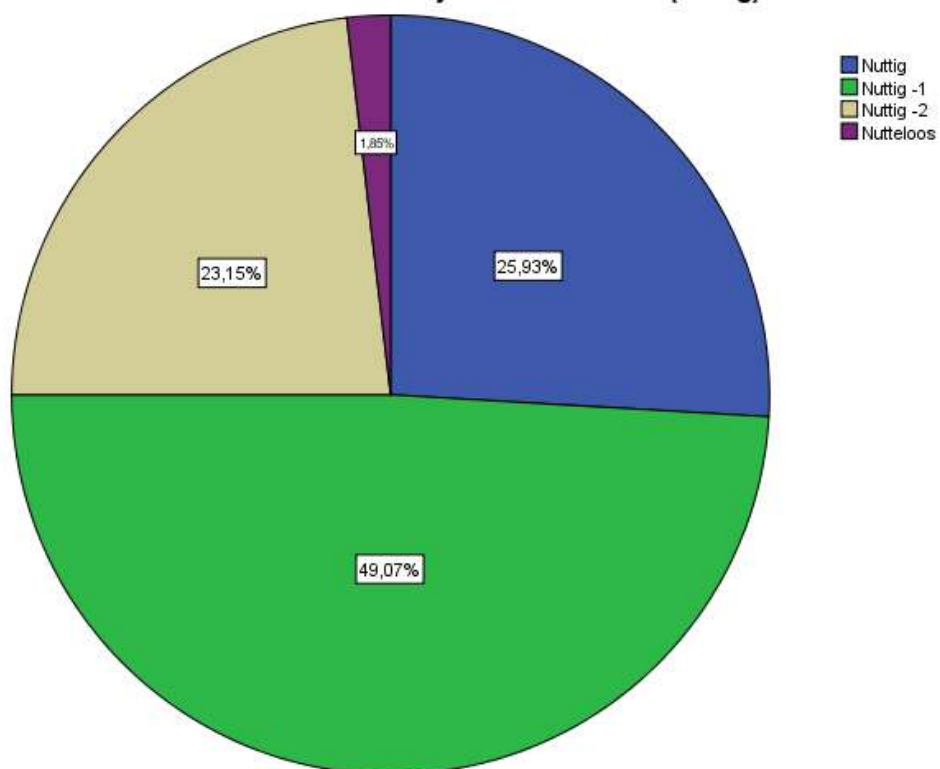
10A. Wat vind je van de inhoud? (interessant)



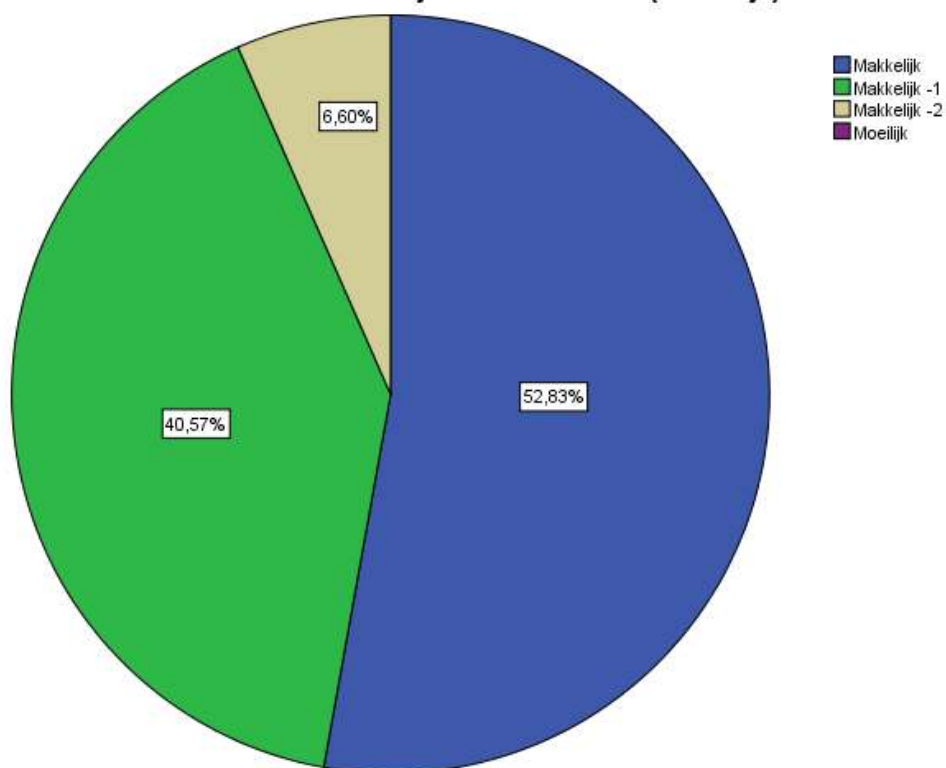
10B. Wat vind je van de inhoud? (Diepgaand)



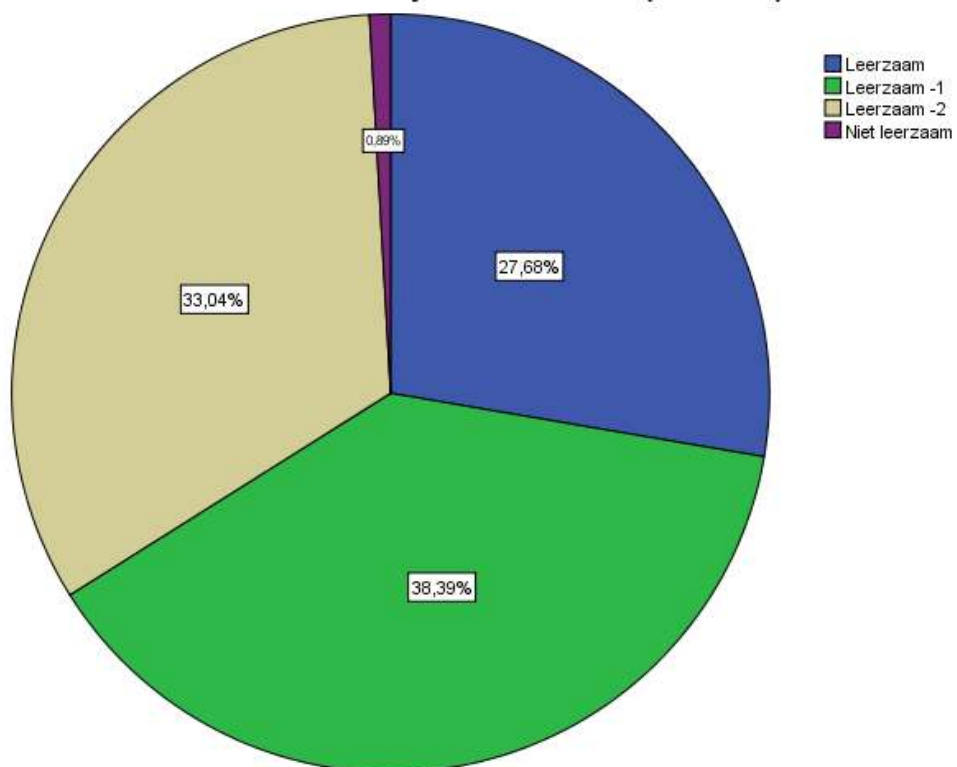
10C. Wat vind je van de inhoud? (Nuttig)



10D. Wat vind je van de inhoud? (Makkelijk)



10E. Wat vind je van de inhoud? (Leerzaam)



Vraag 11

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$elf ^a	117	95,1%	6	4,9%	123	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

11. Wat leer je nu van E-learning?

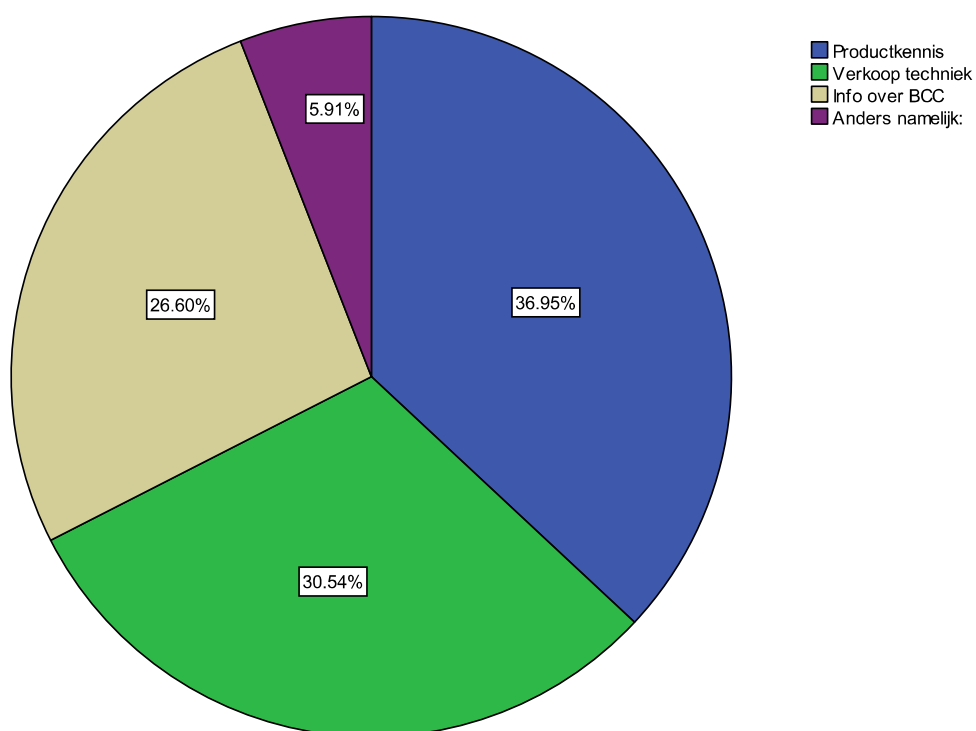
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
wat leer je nu van elearning ^a	11A. Wat leer je nu van E-learning? Productkennis	75	36,9%	64,1%
	11B. Wat leer je nu van E-learning? Verkoop techniek	62	30,5%	53,0%
	11C. Wat leer je nu van E-learning? Info over BCC	54	26,6%	46,2%
	11D. Wat leer je nu van E-learning? Anders namelijk:	12	5,9%	10,3%
	^a Total	203	100,0%	173,5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

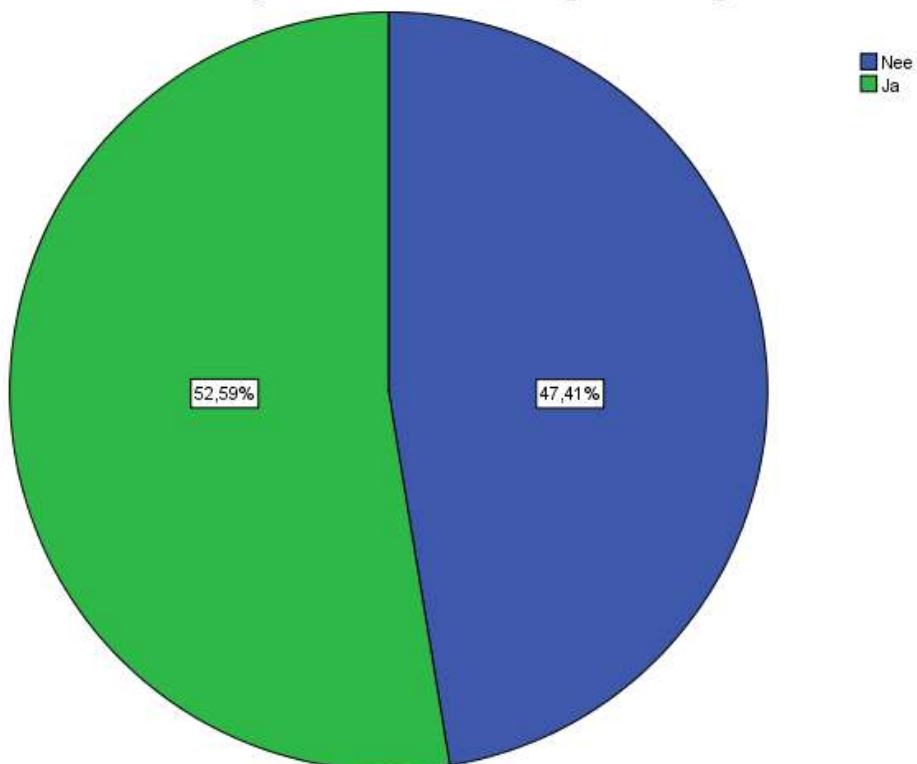
- 117 respondenten hebben 1 of meerdere antwoorden gegeven (95.1%)
- 6 respondenten hebben geen enkele mogelijkheid aangekruist (4.9%)
- In totaal hebben de 117 respondenten, 203 antwoorden aangekruist, dit is 1.75 antwoorden per respondent
- 64.1% van de respondenten heeft 11A aangekruist
- 53.0% van de respondenten heeft 11B aangekruist
- 46.2% van de respondenten heeft 11C aangekruist
- 10.3% van de respondenten heeft 11D aangekruist
- 11A is 36.9% van de totale stemmen
- 11B is 30.5% van de totale stemmen
- 11C is 26.6% van de totale stemmen
- 11D is 5.9% van de totale stemmen

Punten die bij anders namelijk zijn gezegd zijn

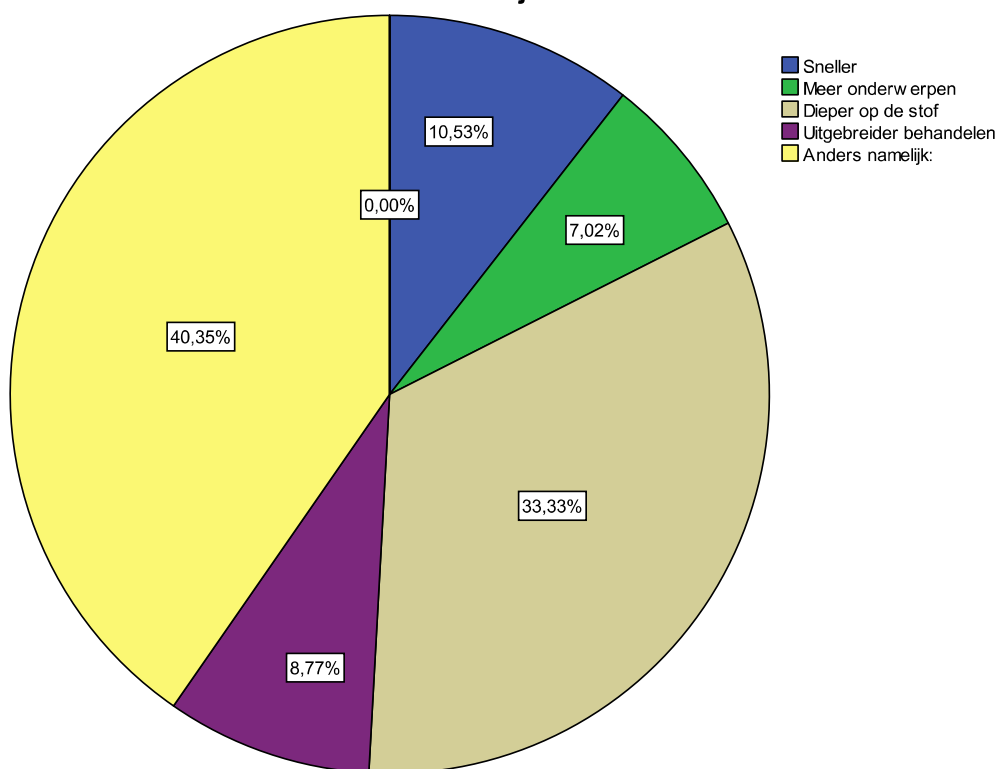
11. Wat leer je nu van E-learning?



12. Ben je tevreden over de huidige E-learning modules?



13. Waarom ben je ontevreden?



Vraag 14

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$veertien ^a	113	91,9%	10	8,1%	123	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

14. Hoe helpt E-learning jou?

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
hoe helpt elearning jou ^a	14A. Hoe helpt E-learning jou? Productkennis	67	26,0%	59,3%
	14B. Hoe helpt E-learning jou? Kennis over BCC	47	18,2%	41,6%
	14C. Hoe helpt E-learning jou? Zelfvertrouwen	20	7,8%	17,7%
	14D. Hoe helpt E-learning jou? Professionaliteit	41	15,9%	36,3%
	14E. Hoe helpt E-learning jou? Verkooptechnieken	59	22,9%	52,2%
	14F. Hoe helpt E-learning jou? Motivatie bij mijn werk	15	5,8%	13,3%
	14G. Hoe helpt E-learning jou? Anders namelijk:	9	3,5%	8,0%
	^a Total	258	100,0%	228,3%

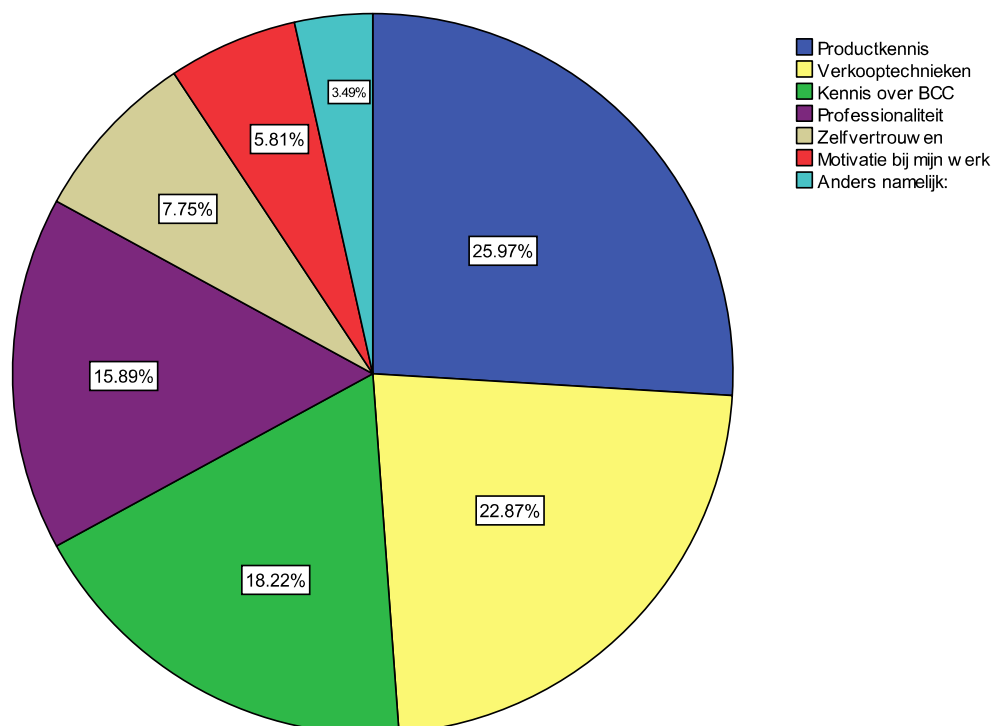
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

5 personen niets ingevuld, voor de andere 5 geldt gewoon helpt niets.

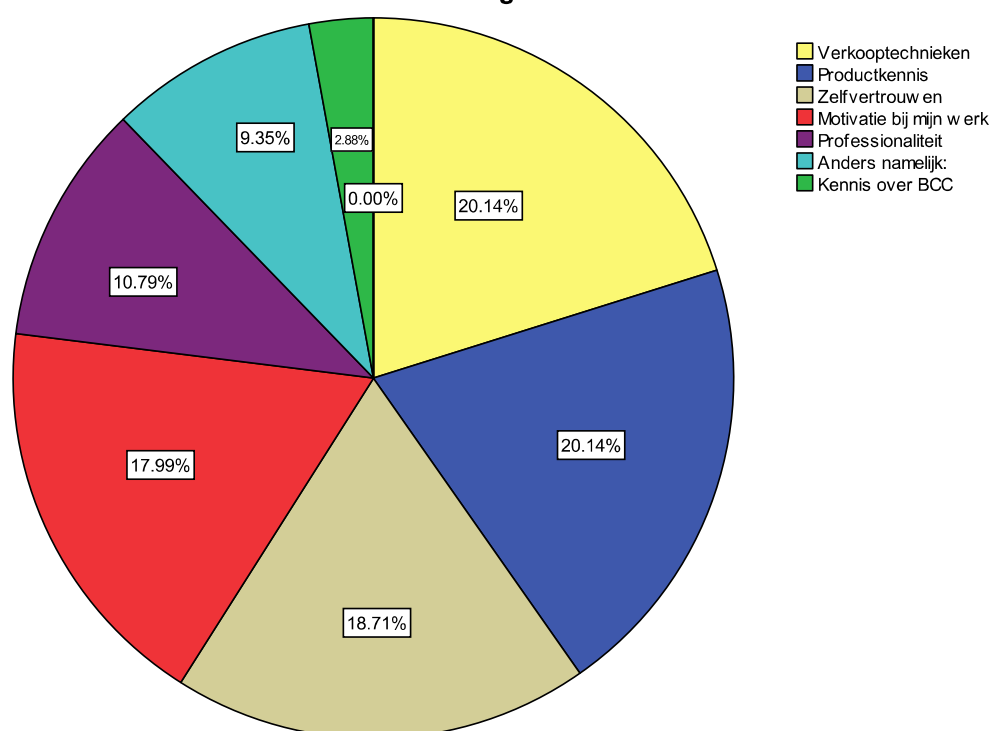
- 113 respondenten hebben 1 of meerdere antwoorden gegeven (91.9%)
- 10 respondenten hebben geen enkele mogelijkheid aangekruist (8.1%)
- In totaal hebben de 113 respondenten, 258 antwoorden aangekruist, dit is 2.28 antwoorden per persoon
- 59.3% van de respondenten heeft 14A aangekruist
- 41.6% van de respondenten heeft 14B aangekruist
- 17.7% van de respondenten heeft 14C aangekruist
- 36.3% van de respondenten heeft 14D aangekruist
- 52.2% van de respondenten heeft 14E aangekruist
- 13.3% van de respondenten heeft 14F aangekruist
- 8.0% van de respondenten heeft 14G aangekruist
- 14A is 26% van de totale stemmen
- 14B is 18.2% van de totale stemmen
- 14C is 7.8% van de totale stemmen
- 14D is 15.9% van de totale stemmen
- 14E is 22.9% van de totale stemmen
- 14F is 5.8% van de totale stemmen
- 14G is 3.5% van de totale stemmen

Punten die bij anders zijn gezegd:

14. Hoe helpt E-learning jou?



15. Hoe helpt E-learning jou niet, maar zou je wel wat over willen leren via E-learning?



Vraag 16

Alle cases zijn ingevuld, echter wanneer er altijd nee is ingevuld geeft dit aan dat de medewerker niets over een bepaalde afdeling wil leren

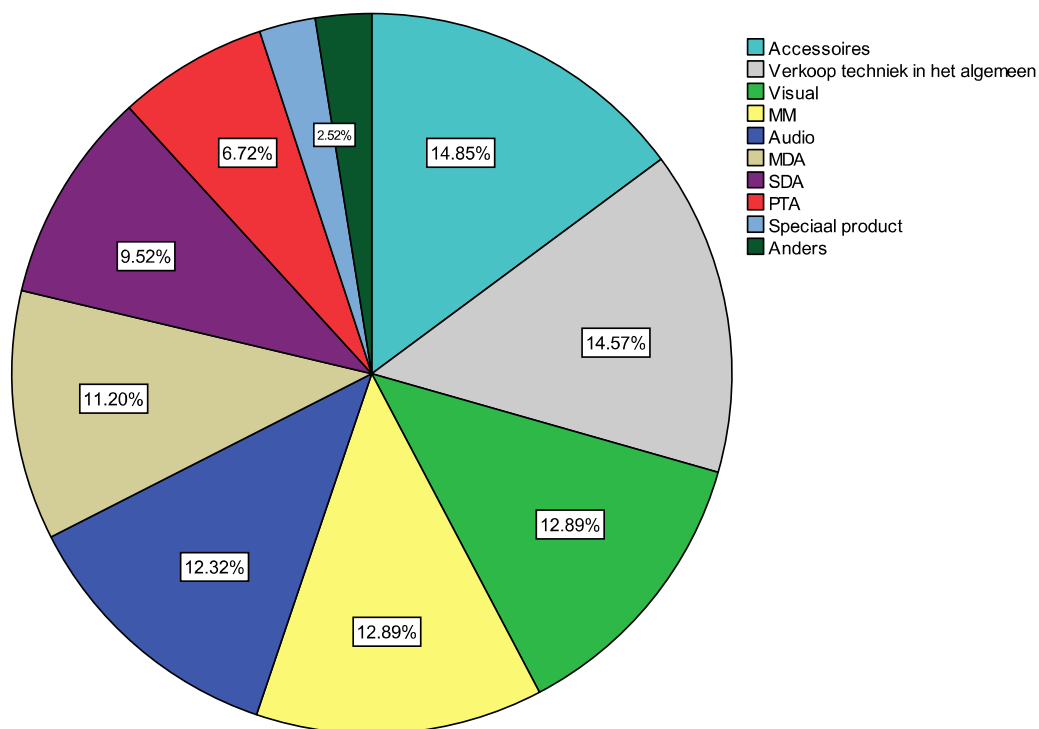
Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$zestien ^a	110	89,4%	13	10,6%	123	100,0%

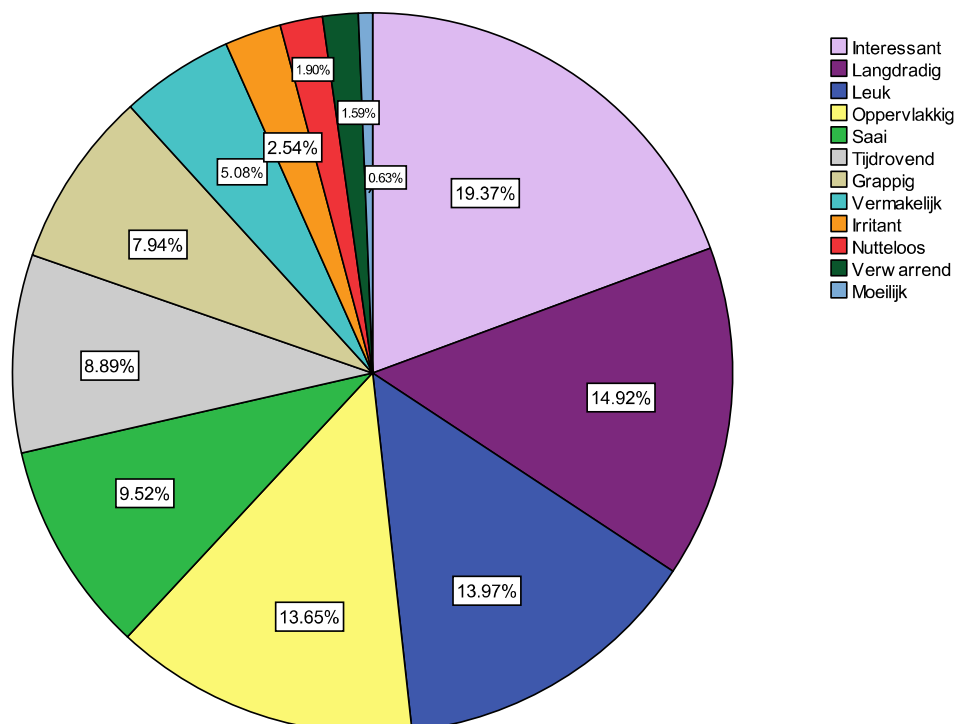
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

In total hebben 110 resondenten 357 antwoorden aangekruist. Dit zijn gemiddeld iets meer dan 3 antwoorden per persoon.

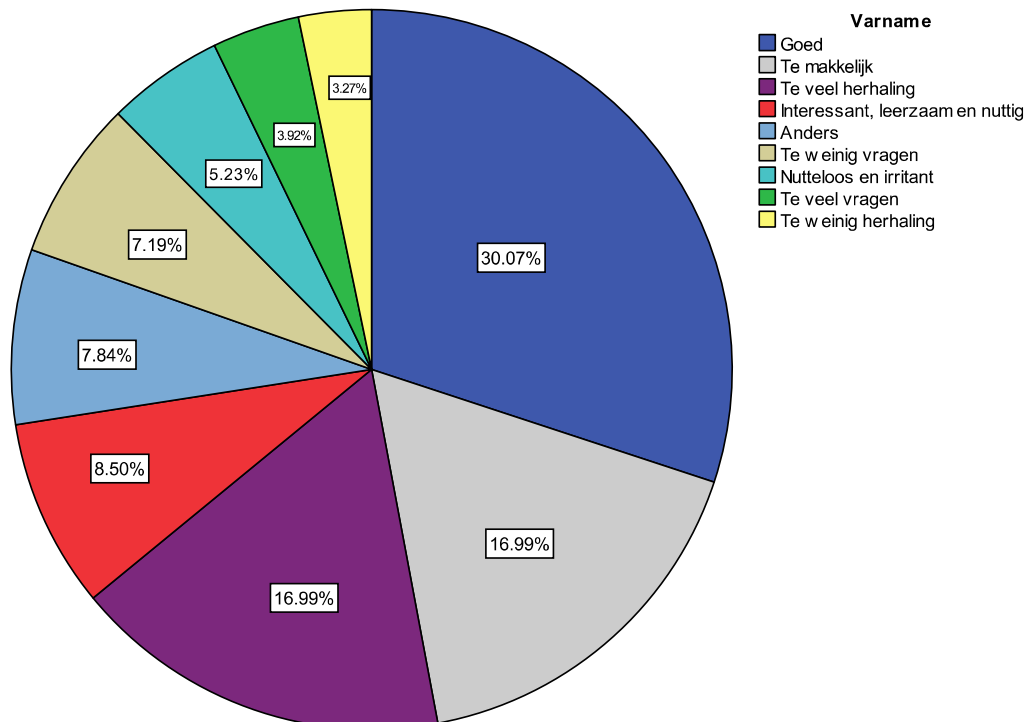
16. Waar zou je wat over willen leren via E-learning?



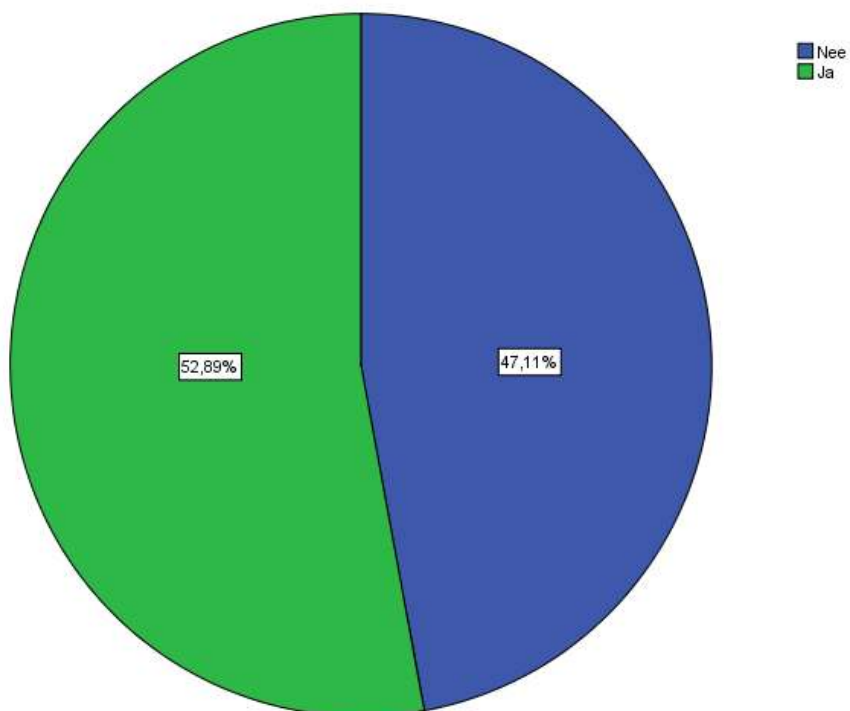
17. Welke term is voor jou van toepassing op E-learning?



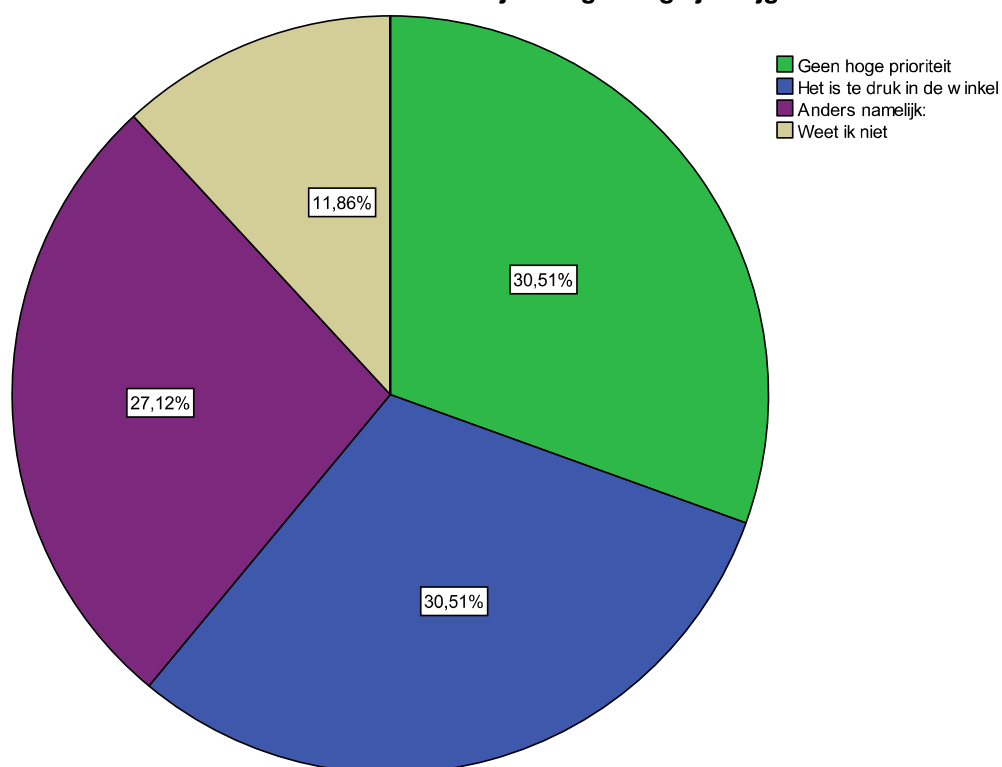
18. Wat vind je van de toetsvragen?



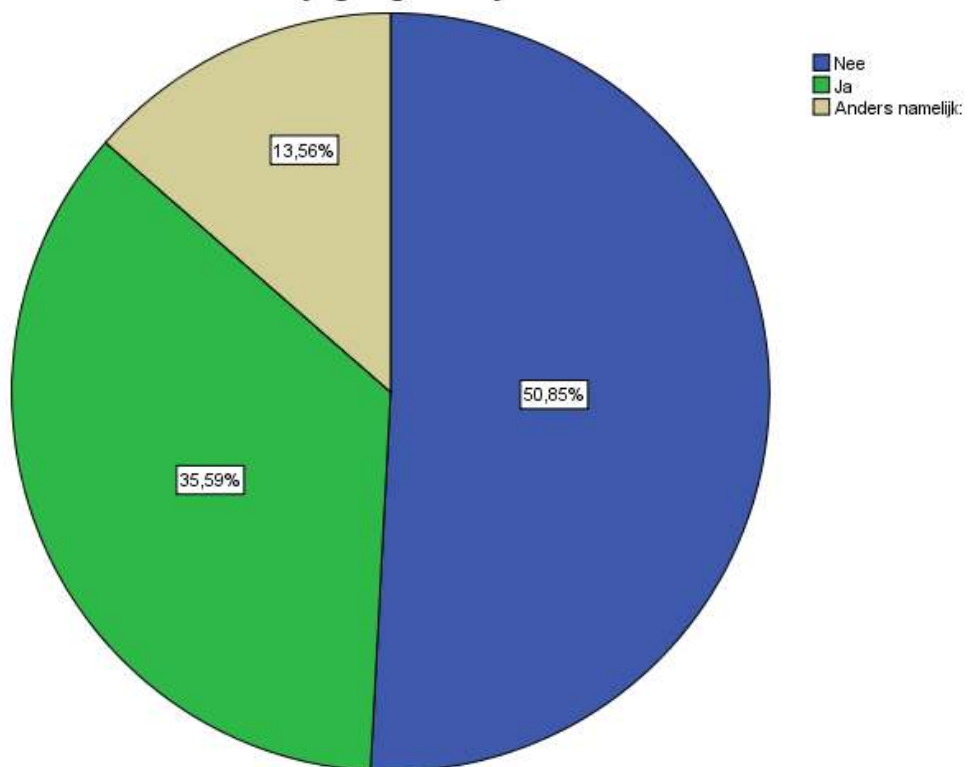
19. Heb je genoeg tijd voor E-learning?



20. Wat is de reden dat je niet genoeg tijd krijgt?



21. Zou je graag meer tijd willen om te e-learnen?

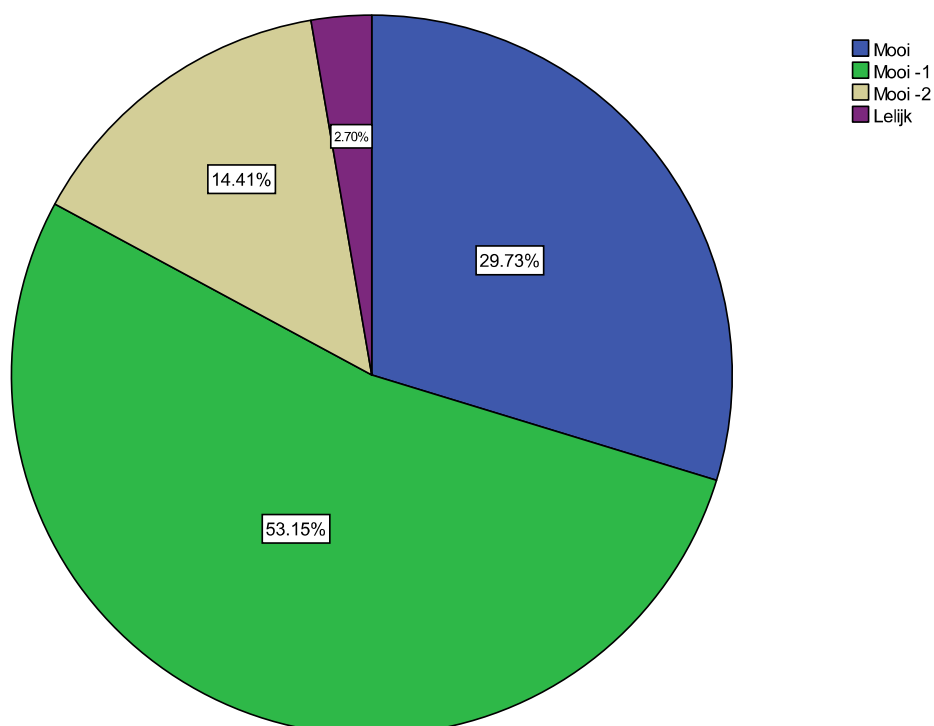


21B. Zou je graag meer tijd willen om te E-leren?

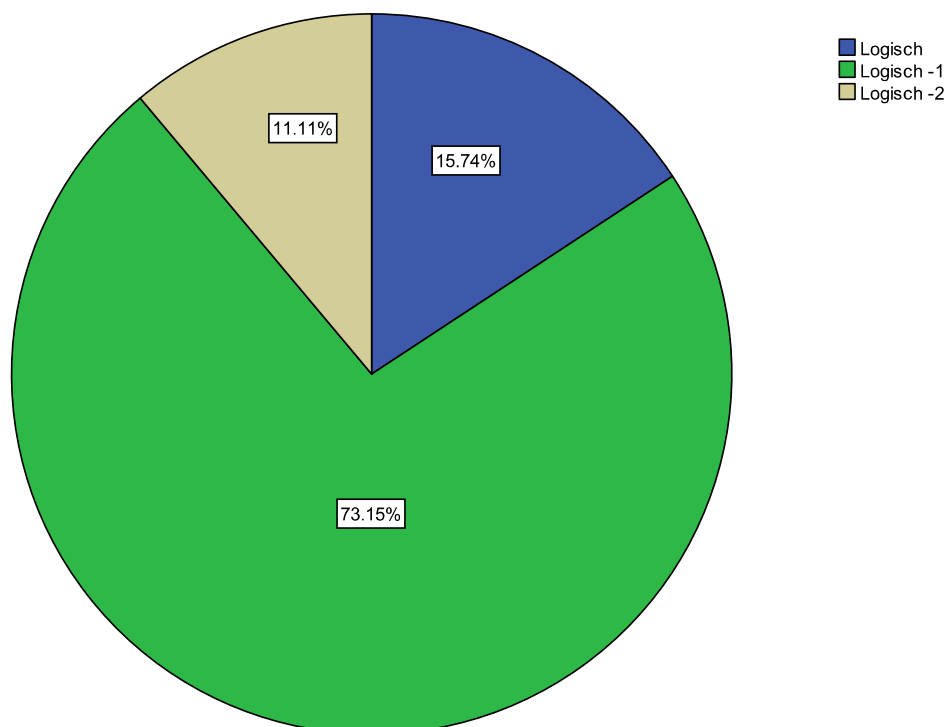
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	3,3	3,3	3,3
-	103	83,7	83,7	87,0
	1	,8	,8	87,8
-	1	,8	,8	88,6
alleen als er voor mij nutige info in komt, en als het systeem wat sneller reageert	1	,8	,8	89,4
alleen als het niveau verbeterd	1	,8	,8	90,2
als er tijd voor is geen probleem	1	,8	,8	91,1
indien de onderwerpen interessanter worden	1	,8	,8	91,9
indien nodig wel	1	,8	,8	92,7
ja als het kan, is altijd leerzaam	1	,8	,8	93,5
ja maar zal mezelf ertoe moeten zetten om dit te doen als ik om 8 uur het filiaal binnenkom	1	,8	,8	94,3
liever op de werkvloer of mondeling	1	,8	,8	95,1
met name uitdieping van de cursus	1	,8	,8	95,9
mits verbeterd wel	1	,8	,8	96,7
vind mijn afdeling belangrijker	1	,8	,8	97,6
weet ik niet	1	,8	,8	98,4
Wel als het interessanter zou worden	1	,8	,8	99,2
wel indien meer interactie op praktijk voorbeelden	1	,8	,8	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Vraag 22

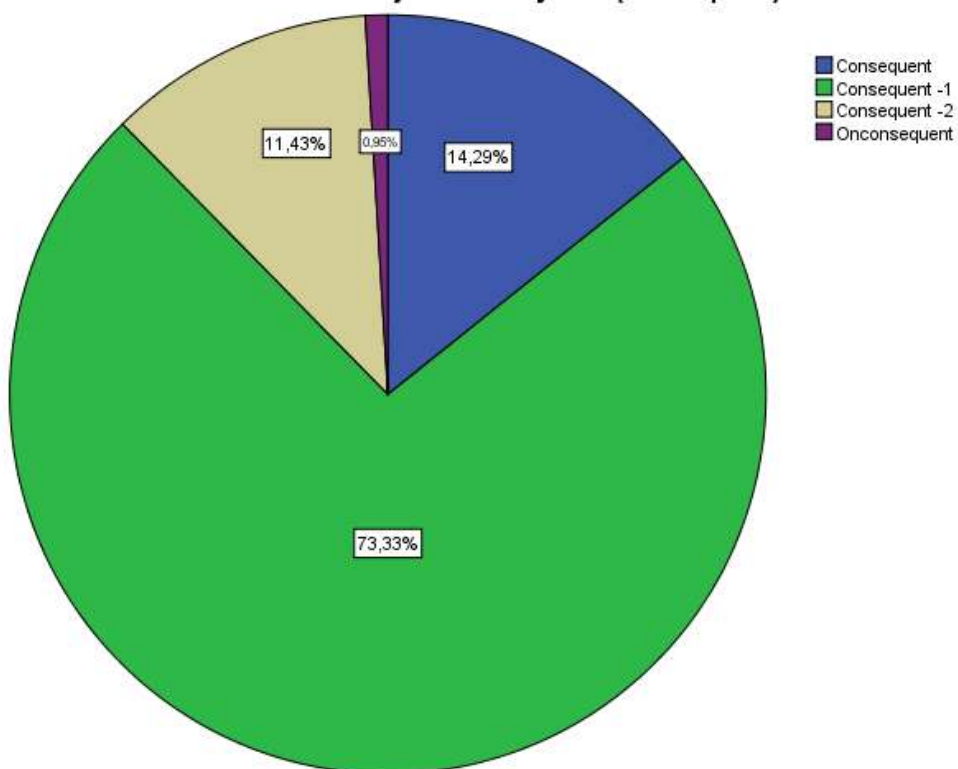
22A. Wat vind je van de layout nu? mooi



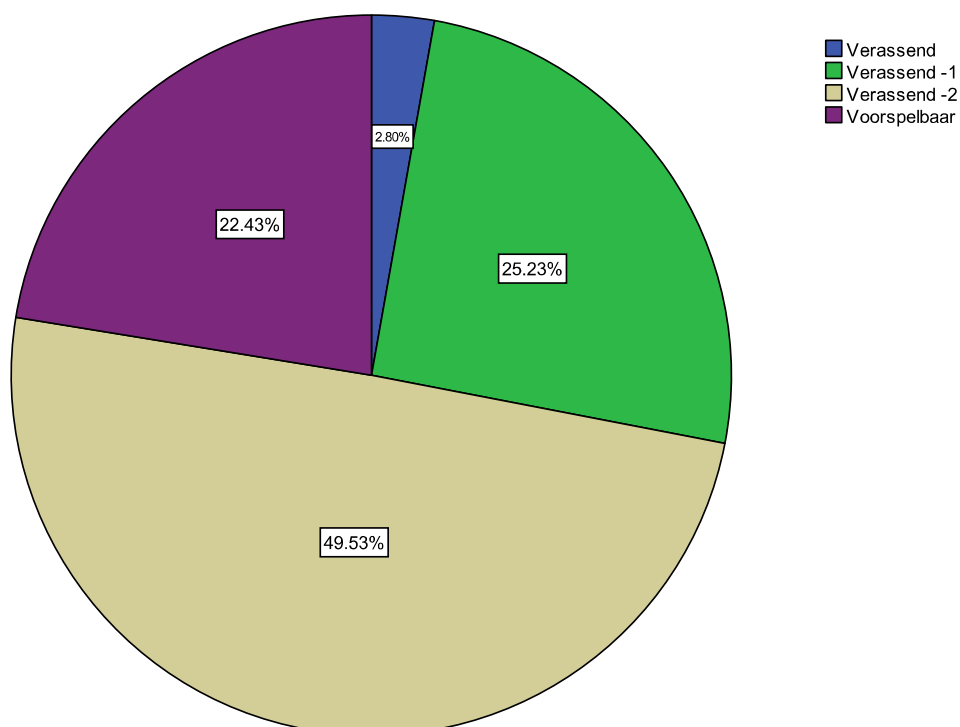
22B. Wat vind je van de layout nu? logisch



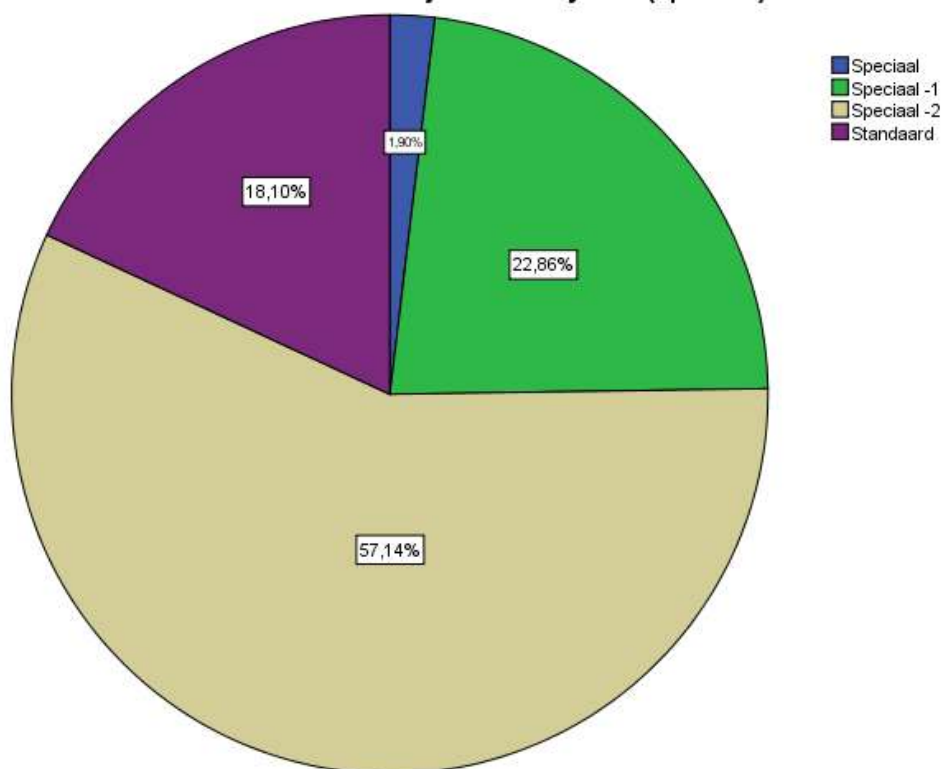
22C. Wat ind je van de layout? (consequent)



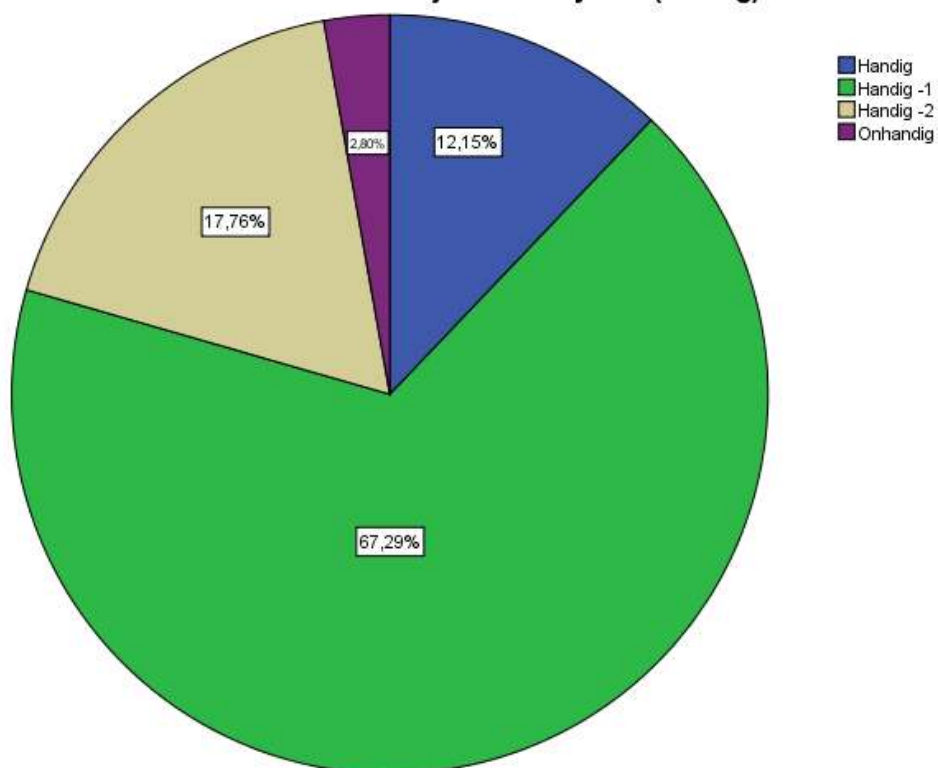
22D. Wat vind je van de layout nu? verassend



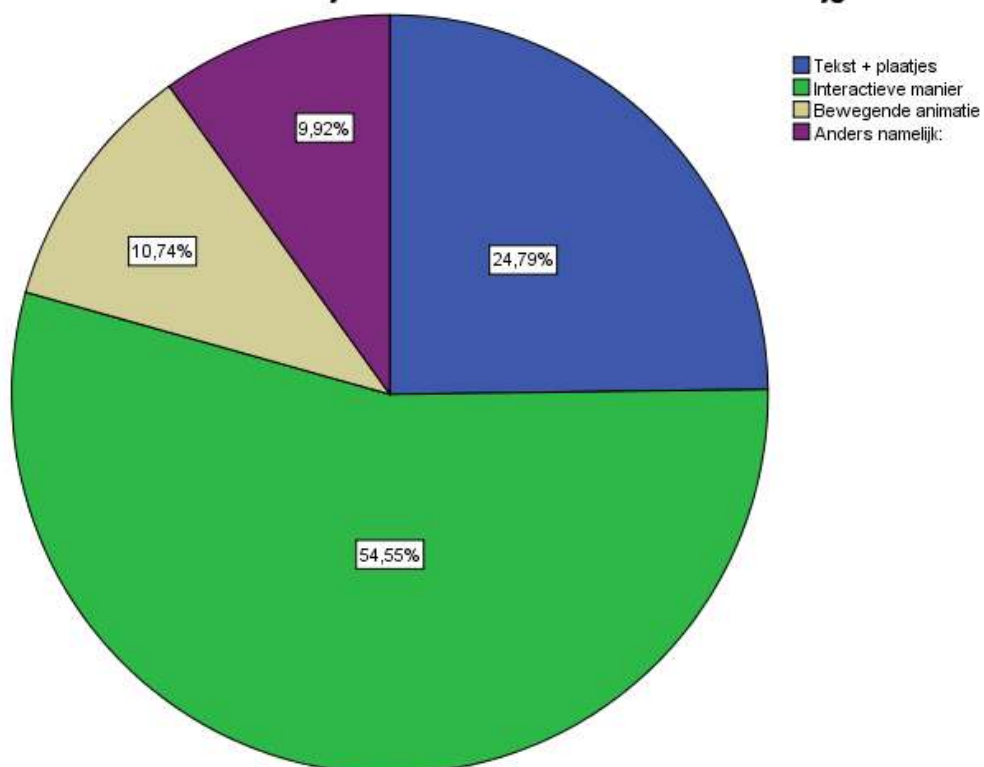
22E. Wat vind je van de layout? (speciaal)



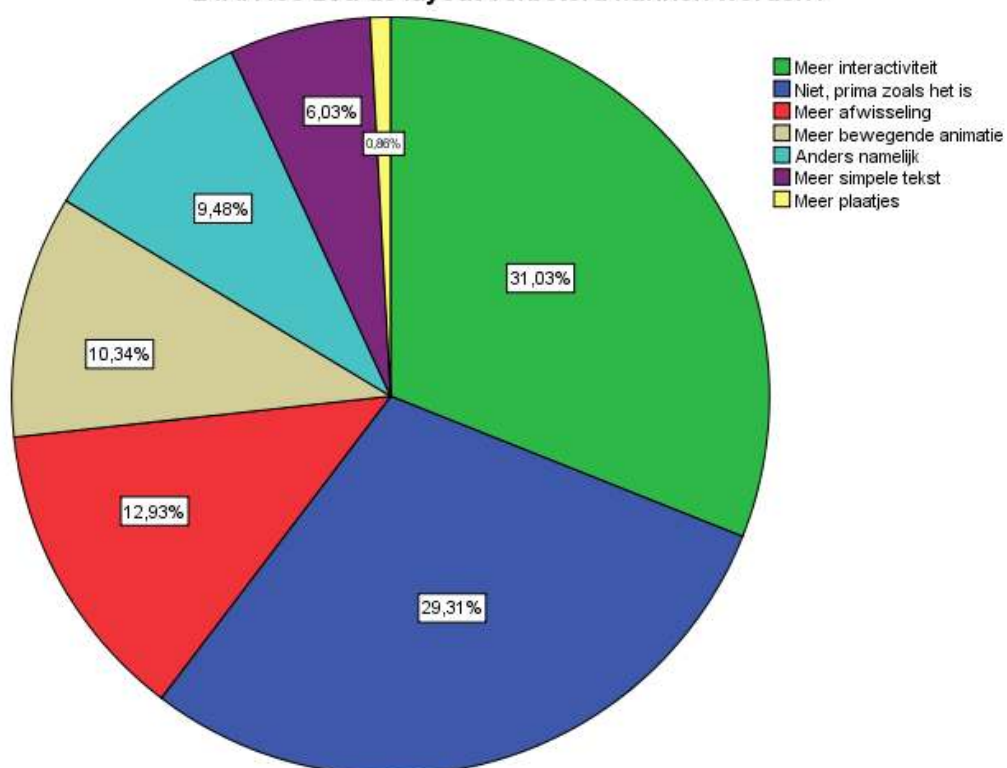
22F. Wat vind je van de layout? (Handig)



23A. Wat is voor jou de beste manier om informatie te krijgen?



24A. Hoe zou de layout verbeterd kunnen worden?





Bijlage 4: Interview analyse

Bijlage 4: Interview analyse

Dit document bevat samenvattende conclusies die getrokken zijn aan de hand van de interviews die gehouden zijn bij de filiaalbezoeken. Deze zijn verdeeld in de volgende thema's. In bijlage 15 zijn de interview notule te vinden.

Hoeveelheid voltooide modules

- Het grootste deel van de mensen heeft wel één of meer e-learning gevolgd
- Het grootste deel van de mensen heeft de introductiecursus gevolgd
- Over het algemeen worden vooral modules die aansluiten op de eigen afdeling van gebruikers gevolgd
- Verkopers willen graag meer 'allround' worden en willen daarom graag modules van andere afdelingen volgen

Niveau en toegevoegde waarde

- Voor veel verkopers is het niveau van de modules te laag
- Het grootste deel van de bovengenoemde verkopers ziet wel het nut van e-learning in omdat herhaling van stof als een nuttige opfrissing wordt ervaren
- E-learning heeft vooral een effect op productkennis
- E-learning wordt gezien als een zeer waardevol middel om als verkoper meer 'allround' te worden
- Het systeem laat niet toe dat verkopers modules van een andere afdeling volgen

Balans tussen praktijk en theorie

- De helft van de geïnterviewden geeft aan graag te zien dat praktijk en theorie aan elkaar gekoppeld worden
- E-learning bied op dit moment bijna alleen theorie
- De verkopers vinden het moeilijk deze theorie toe te passen in verkoopgesprekken

Gesproken tekst

- Een deel van de verkopers heeft een negatieve mening over gesproken tekst
- Een ander deel van de verkopers vindt de gesproken tekst juist heel prettig
- Verkopers hebben graag de keuze om de gesproken tekst aan of uit te zetten

Suggesties van de verkopers

- Verkopers willen meer leren over praktijksituaties
- Bos/Bas en CRM worden vaak genoemd als onderwerpen waarbij e-learning een grote meerwaarde heeft
- E-learning is effectiever als er productspecifieke informatie gegeven wordt
- Er zouden updates en verschillende moeilijkheidsgraden moeten komen van de modules
- Een deel van de verkopers geeft aan graag thuis aan e-learning te zitten
- De modules mogen korter worden dan ze nu zijn

Visuele aspecten

- Door meer interactiviteit worden modules leuker, aantrekkelijker en effectiever
- Oudere verkopers en kaderleden geven aan een voorkeur te hebben voor een zakelijk eenvoudig ontwerp
- De modules bevatten erg veel losse tekst
- Verkopers zouden graag meer filmpjes en animaties zien in de modules

Opvolging

- Tijdgebrek wordt vaak als reden gebruikt om geen e-learning te volgen terwijl deze tijd in de meeste gevallen wel vrij gemaakt kan worden, als e-learning een hogere prioriteit krijgt
- Veel verkopers geven aan geen e-learning te doen vanwege een slecht functionerend systeem
- Er zijn veel problemen met de inlogcodes
- E-learning heeft een lage prioriteit
- In veel filialen is er geen (bekende) coach of verantwoordelijke voor e-learning

Eerste indruk van e-learning

- E-learning wordt vaak meteen al als makkelijk en oppervlakkig ervaren
- Het is een tool voor beginners
- Een deel vond e-learning leuk en leerzaam

Het systeem

- Een deel wil graag thuis aan e-learning werken en een ander deel juist weer niet
- Het systeem werkt niet optimaal, is erg traag en bevat veel bugs
- Er zijn vaak problemen met inloggen



Bijlage 5: Productlijst

Bijlage 5: Producten die een E-learning module nodig hebben zijn:

MDA (Major domestic appliances)

<i>Wassen</i>	voorlader, bovenlader, was- droogcombinatie
<i>Drogen</i>	condens, afvoer, was- droogcombinatie
<i>Inbouw algemeen</i>	wassen, drogen, vaatwassen, kookplaten, ovens, magnetrons
<i>Vaatwassen</i>	
<i>Koken</i>	Magnetron, oven, kookplaten
<i>Inbouw de praktijk</i>	wassen, drogen, vaatwassen, kookplaten, ovens, magnetrons
<i>Klimaatbeheersing</i>	Airconditioning, ventilatie, verwarming, elektrische deken

SDA (Small domestic appliances)

<i>Koffie</i>	filter, volautomaat, nespresso, dolce gusto, illy, senseo
<i>Strijken</i>	strijkijzer, stoomstrijkijzer, stoomsysteem
<i>Trimmen/scheren</i>	scheerapparaat, grooming, baardtrimmer, tondeuse
<i>Stofzuigen</i>	slede-, steel-, hand-, alleszuiger
<i>Keuken apparatuur</i>	kookgerei, BBQ's, keukenmachines
<i>Mondverzorging</i>	elektronische tandenborstel, monddouche
<i>Beauty and wellness</i>	mani-pedicure, meetapparatuur, gezichtsverzorging, weegschalen, licht, massage
<i>Haarverzorging</i>	stylen, fohnen, trimmen

Multimedia

<i>Computer</i>	desktop en notebook
<i>Printen</i>	Printers, allinone printers, scanners, diascanners
<i>Schermen en speakers</i>	
<i>External harddrive</i>	Externe harddisks, multimediaspellers, netwerkspellers

PTA (Portable technology appliances)

<i>Camcorders</i>	-
<i>Fotografie</i>	compact camera's, digitale spiegelreflex camera's
<i>Telecom</i>	mobiele telefonie, vaste telefonie, babyfoon, walkietalkie

Visual

<i>Televisie</i>	LCD, plasma, LED
<i>Digitale televisie</i>	DVB-T, DVB-C, DVB-S
<i>Blu-ray</i>	-

Audio

<i>Losse componenten</i>	Versterker, receiver, speakersets, zuilen, subwoofers.
<i>Home cinema</i>	2.1 surround, 5.1 surround
<i>Klein audio</i>	Voice recorder, Mp3 / ipod, portable radio, Docking stations, Autoradio's, Wekker radio's, Micro system, portable radio/cd

Omdat sommige producten te klein zijn in de zin van specificaties, aantal modellen etc. worden deze onder een subproduct groep verzameld. Zoals bijvoorbeeld haarverzorging, hier vallen de producten stylen, föhnen en trimmen onder.



Bijlage 6: Huidige IT situatie

Bijlage 6 Huidige IT situatie

Op de volgende pagina's staat de huidige E-learning situatie.

In elke winkel staan twee computers die ingericht zijn voor E-learning. De computers zijn ongeveer 5 jaar oud. De computers starten op in enkele minuten waarna er ingelogd moet worden op het E-learning portaal.

Wanneer er nu naar <http://elearning.bcc.nl> gesurfd wordt krijgt de medewerker het volgende scherm te zien:



Zoals op de screenshot te zien wordt de website niet bijgehouden, dit is te zien aan de oude informatie die al maanden op de homepage staat. Ook is het niet duidelijk wat er moet gebeuren om E-learning te volgen. Er staan ook cursussen op de homepage, maar wanneer er op een geklikt wordt gebeurt er niets.

Wanneer er naar de F.A.Q. (frequent asked questions) pagina gesurfd wordt is er zoals op onderstaande afbeelding te zien ook geen informatie beschikbaar.

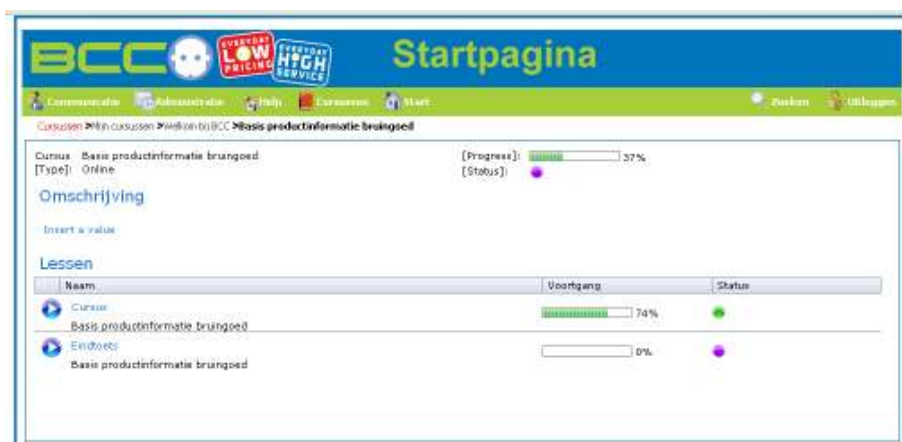


Wel is het inlog gedeelte duidelijk en gemakkelijk. Uit de interviews kwam naar voren dat er door het winkel management wel geweten wordt hoe er ingelogd dient te worden en dat de medewerkers hier indien nodig altijd bij geholpen worden.

Zodra de medewerker inlogt wordt de hoofdpagina van de medewerker geopend. Echter is hier geen informatie op te vinden. Vanuit de homepage is er de mogelijkheid om via het menu naar “mijn cursussen” te gaan. Hier staan alle gevolgde en te volgen cursussen van de ingelogde medewerker.



Wanneer er een cursus wordt gestart in het E-learning programma wordt er duidelijk aangegeven wat er van de medewerker verwacht wordt, hoe de programmastructuur in elkaar zit en welke mogelijkheden het programma heeft.



Soms komt het voor dat wanneer medewerkers een cursus aan te volgen zijn dat deze crashed. Hierdoor worden de gegevens niet opgeslagen. Ook komt het weleens voor dat de gegevens niet opgeslagen worden vanwege het feit dat er te weinig bandbreedte is. De bandbreedte zorgt er soms ook voor dat de cursus er een tijd over doet om naar de volgende pagina te gaan.



Bijlage 7: Ontwikkelingsplan E-learning

Bijlage 7 Het ontwikkelen van E-learning

Fase 1 Analyse fase

In de analyse fase dient bepaald te worden wat de leerdoelen, de inhoud en de lay-out van de modules moet worden.

Om de inhoud en de leerdoelen te bepalen wordt er een meeting met de category manager van de te ontwikkelen module ingepland. Tijdens deze meeting worden de leerdoelen, de onderwerpen en nieuwe ontwikkelingen van de betreffende productgroep besproken. Uit de meeting komt een notule waar de besproken onderwerpen in staan. De notule wordt gebruikt in de volgende fase.

Fase 2 Ontwerp fase

Na de meeting met category manager wordt er aan de hand van de notulen van de meeting gebrainstormd met de gehele afdeling over inhoud en indeling van de E-learning module.

Aan de hand van de brainstorm wordt er een storyboard opgesteld. Het storyboard hoort de volgende elementen te bevatten: (In bijlage 10 staat een voorbeeld van een storyboard.)

- De leerdoelen
- De onderwerpen
- De hoofdstukindeling
- De lay-outmethodiek
- De module beheerder
- De eigenaar van het hoofdstuk/onderwerp

Fase 3 Productie fase

Na de ontwerp fase dient de E-learning module ontwikkeld te worden. Zoals in de ontwerp fase is besproken krijgt elke medewerker een hoofdstuk, onderwerp of deelgebied toegewezen. Elk hoofdstuk, onderwerp of deelgebied wordt zodra deze ontwikkeld is naar de module beheerder gestuurd welke het samenvoegt in het projectdocument.

Als laatste dienen de voiceovers ingesproken en aan de cursus gekoppeld te worden, dit kan pas na de testfase omdat de voice over tekstueel en inhoudelijk moet kloppen aan de eindversie van de module.

Fase 4 Testfase

Wanneer een E-learning module volledig ontwikkeld is dient deze door de volgende personen getest te worden:

Identiteit	Test onderwerp
Afdeling learning & development	Tekstueel
Manager learning & development	Verkoop gerelateerd
Category manager	Inhoud gerelateerd
Een X aantal verkopers	Traject gerelateerd

Na het testen dient de module zoveel mogelijk aan een ieder zijn/haar op en aanmerkingen aangepast worden.

Fase 5 Invoeringsfase

Zodra de eindversie van een module gerealiseerd is kan deze live gezet worden. Het is belangrijk om rekening te houden met het feit dat er modules zijn die alleen geüpdate worden. Er zijn dus 2 verschillende manieren om een module live te zetten.

Nieuwe module

Bij een nieuwe module dient deze ge-upload te worden op het E-learning portaal. Dit is de website vanuit waar de modules te volgen zijn. Er zijn enkele stappen die doorlopen moeten worden om de module toegankelijk te maken.

1. De eindversie van de module dient omgezet te worden in een definitief module pakket.
2. De module dient ge-upload te worden naar de server.
3. De module dient gekoppeld te worden aan een van de 4 leerpaden.
4. De module en/of leerpaden dienen gekoppeld te worden aan de gebruikers.

Update module

Bij het updaten van een module zijn er een aantal extra stappen welke doorlopen moeten worden ten opzichte van een nieuwe module.

1. De ID-code van de huidig ge-uploade module dient opgezocht en genoteerd te worden
2. De eindversie van de module dient omgezet te worden in een definitief module pakket. De ID-code van de oude module dient de ID-code van het nieuwe module pakket te vervangen.
3. De module moet ge-upload worden naar de website. De website herkent nu automatisch dat er een module geüpdate wordt.
4. Voordat er een module ge-upload wordt vraagt moet er eerst aangegeven worden of de huidige resultaten van de cursisten opgeslagen moeten blijven of dat de resultaten gewist moeten worden.
5. De module dient gekoppeld te worden aan een van de 4 leerpaden.
6. De module en/of leerpaden dienen gekoppeld te worden aan de gebruikers.

Naast het letterlijk invoeren van de modules dient er ook bekend gemaakt te worden aan de medewerkers dat er nieuwe en/of geüpdate modules zijn. Hier zal verder bij de deelvraag "Hoe moet het leertraject geïmplementeerd worden?" op worden ingegaan

Fase 6 Gebruik fase

De gebruiksfase is de fase waarin E-learning daadwerkelijk gebruikt gaat worden door de medewerkers. Dit kan tijdens werktijd en op de werkvloer. In deze fase is het belangrijk dat er gecontroleerd wordt of E-learning ook daadwerkelijk gebruikt wordt. Hier ligt een belangrijke taak voor het vestigingsmanagement en het regiomanagement.

Op dit onderdeel wordt verder ingegaan bij de deelvraag "Hoe wil de organisatie dat het leertraject aangeboden en opgevolgd wordt?".

Fase 7 Evaluatie fase

In de evaluatiefase dient er zoveel mogelijk feedback verzameld te worden vanuit alle verschillende gebruikersniveaus. Denk hierbij aan de verkoop medewerkers maar ook aan het vestigings managementteam en het rayon managementteam. Het verzamelen van feedback kan op verschillende manieren namelijk:



Feedbackformulieren of Feedbackmodule

De medewerkers die een module gevolgd hebben kunnen feedback geven via feedback formulieren of een aparte feedback module. Bij het feedbackformulier dienen onderwerpen aan bod te komen zoals de inhoud, lay-out en functionaliteit van de E-learning module. Deze vragen dienen na afronding van elke module aan bod te komen zodat elke medewerker feedback kan geven.

Naast een formulier kan er ook gekozen worden van een aparte feedbackmodule. Deze module dient direct na het voltooien van de gekozen module gedaan te worden. De vragen die in het formulier aan bod kwamen komen ook in de module aan bod. (In bijlage 11 staat een voorbeeld van een feedbackformulier)

Beide methodieken hebben evenveel verwerking nodig, bij de formulieren dienen de gegevens handmatig gedigitaliseerd te worden. Bij de module methodiek wordt de feedback digitaal geregistreerd maar dient handmatig verwerkt te worden omdat de gegevens in niet in dezelfde database worden opgeslagen vanwege beperkingen in het systeem. (In bijlage 12 staat een voorbeeld van een feedbackmodule)



Enquête

De onderwerpen vanuit het feedback formulier kunnen ook in een enquête georganiseerd worden. De enquête dient periodiek gehouden te worden. Het voordeel van de enquête is dat er ook kwantitatief gekeken kan worden wat men van E-learning vindt. Het nadeel van een periodieke enquête is dat de vragen algemeen gehouden moeten worden omdat niet elke medewerker specifiek per module kan onthouden wat men er van vond. (In bijlage 13 staat een voorbeeld van een periodieke enquête)

Zodra de feedback verzameld is dient dit geordend te worden aan de hand van de bedrijfs- en leerdoelstellingen. Met de uitkomst van de feedback kan de naar de verbeteringsfase door gegaan worden.

Fase 8 Verbetering fase

Zodra de evaluatie fase voltooid is dient er weer bij fase 1; de analyse fase begonnen te worden. Omdat de inhoudelijke content van een module het resultaat van de gehele cyclus is kan er pas na de evaluatie gekeken worden of de module zijn doel behaald heeft. Indien het beoogde resultaat niet behaald is kan er overwogen worden een update te ontwikkelen van de module. Naast het verbeteren van een module kan er ook voor worden gekozen om een nieuwe “update” module te creëren die alleen nieuwe elementen van de content presenteert.

Omdat de elektronica retail branche een snel veranderende en snel groeiende branche is zal de cyclus vaak meerdere malen per module doorlopen te worden.



Bijlage 8: Implementatieplan

Bijlage 8 Implementatieplan

Op de volgende pagina's is het volwassenheidsmodel van Gartner (2004) gebruikt voor het implementeren van E-learning op een zo effectief mogelijke manier. Eerst wordt er uitgelegd welke factoren er heersen in de betreffende fase. Vervolgens wordt er uitgelegd wat BCC moet doen om naar de volgende fase te kunnen doorstromen.

Fase 0 Niet bestaand

Tijdens deze fase is de organisatie zich nog niet bewust van E-learning.

Om naar de volgende fase te gaan dient er informatie over de eindvoordelen en definities van E-learning gecommuniceerd te worden richting het management.



Fase 1 Startend of chaotisch

Tijdens deze fase zijn er aanwijzingen in de organisatie dat er E-learning is en dat er iets mee gedaan moet worden. Er zijn in deze fase geen vaste procedures voor het volgen van E-learning. Deze fase kenmerkt zich dan ook door het gebrek aan management van E-learning.

Om naar de volgende fase te kunnen gaan dienen er demonstraties gegeven te worden van E-learning. Ook dienen medewerkers op de hoogte worden gesteld van het bestaan van E-learning en de voordelen hiervan. Om te zorgen dat E-learning een succes wordt en blijft zullen alle mankementen vanuit het vorige E-learning traject en de barrières verholpen te worden. Als deze niet opgelost worden zal E-learning nooit naar de volgende fase door kunnen gaan.



Fase 2 Reactief

In deze fase hebben diverse mensen binnen de organisatie dezelfde ideeën over E-learning en proberen E-learning in te zetten en meer content te creëren. Er zijn echter geen vaste procedures voor opleidingen en communicatie betreffende E-learning. De verantwoordelijkheid ligt bij de medewerkers zelf en resultaten worden niet formeel gemeten.

Om vanuit deze fase over te gaan de volgende is het belangrijk dat het leertraject geïntegreerd wordt in de huidige management procedures. Hiervoor dient een voorstel bij het MT gedaan te worden. Ook dient er een nieuwe interne motivatiecampagne te komen om E-learning populair te maken zodat medewerkers E-learning modules gaan volgen. (in [bijlage 9](#) staat een voorbeeld van een campagne)



Fase 3 Proactief

In deze fase zijn de E-learning activiteiten gestandaardiseerd en vastgelegd. De medewerkers zijn vrij om E-learning te gebruiken of niet en zal er niet vanzelfsprekend worden opgemerkt of de medewerker E-learning gebruikt of niet.

Voor de overstap naar de volgende fase dienen er specifieke E-learning procedures voorgesteld te worden aan het MT. Deze procedures zijn:

- Een persoon eindverantwoordelijk maken over E-learning.
- Op midden management niveau E-learning coaches aanstellen die zorgen dat het leertraject gevolgd wordt.



Fase 4 Gemanaged

In deze fase worden de resultaten van de cursussen continu bijgehouden door het management. Indien er een procedure niet goed verloopt zal het management actie ondernemen. Er wordt voortdurend aan de opvolging van E-learning gewerkt. Er wordt nog weinig of geen gebruik gemaakt van hulpmiddelen op de werkplek.

Om door te kunnen gaan naar de laatste fase dient E-learning in de normale bedrijfspgang en bedrijfsprocedures te worden opgenomen. Ook dient E-learning breder ingezet te worden. Dat wil zeggen dat E-learning een onderdeel van het gehele leertraject dient te worden. E-learning leent verweven te worden met de face to face trainingen die er binnen BCC zijn. Zo wordt E-learning ook meer praktijkgericht gemaakt. Ook dienen de medewerkers betrokken te worden in de ontwikkeling van E-learning en dient er een interne motivatie campagne te worden gestart om E-learning hulpmiddelen te gaan gebruiken.

Al deze factoren moeten er voor zorgen dat, mits goed uitgewerkt, de medewerkers gemotiveerder zijn en graag E-learning willen volgen.



Fase 5 Geoptimaliseerd

In deze fase worden de E-learning procedures voortdurend verbeterd tot ze op best practices niveau zijn verfijnd. E-learning is volledig in de werkplekken geïntegreerd, en geeft hulpmiddelen om kwaliteit en effectiviteit van de prestaties van de medewerkers te ondersteunen.



Bijlage 9: Campagne voorbeeld

Bijlage 9: Campagne voorbeeld

Vanaf de volgende pagina is de campagne voor het herintroduceren van E-learning te zien. Bijvoorbeeld kan er in het kader van het WK een campagne gestart worden met een poster en een Flyer die gekoppeld zijn aan het WK. Het grootste gedeelte van de winkelmedewerkers bestaat uit mannen en houden over het algemeen allemaal van voetbal.

Op de poster dient te komen, welke nieuwe modules er komen en wanneer.



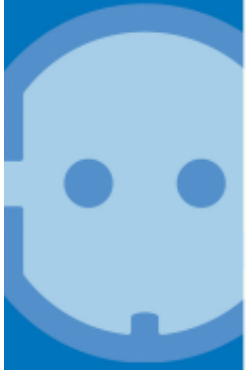
De Flyer dient meegestuurd te worden met de personeelskrant welke maandelijks verschijnt. Hierop staat ook welke modules er gaan komen.

Flyer voorkant



Flyer achterkant





Bijlage 10: Storyboard voorbeeld E-learning

Bijlage 10: Storyboard voorbeeld Blu-ray

Leerdoelen

- De specificaties leren kennen van de verschillende Blu-ray speler
- De specificaties van Blu-ray spelers vertalen naar voordelen voor de klant
- Upsellen van Blu-ray spelers
- Cross sellen van Blu-ray spelers

Module beheerder: Gert Jan de Mooij

Pagina	Inhoud	Tekst/Afbeelding/Animatie	Verantwoordelijke
1	Introductie	Tekst + foto	Mabelie
2	Voordelen Blu-Ray t.o.v. DVD		Bart
2.1	Beeldkwaliteit	Tekst	Gillian
	Beeldkwaliteit	Animatie	Bart + Gert jan
2.2	Geluidskwaliteit	Tekst + afbeelding	Gillian
2.3	Internetaansluiting		Bart
2.3.1	BD-live	Animatie	Gert Jan
2.3.2	Overige internetapplicaties	Animatie	Gert Jan
3.1	Specificaties		Bart
3.1.1	Wifi	Tekst + Wifi logo	Gillian
3.1.1	Opstartsnelheid	Tekst + afbeelding	Bart
3.1.2	Formaten DIVX MP3 MKV AVCHD DNLA	Animatie (behoefte klant, logo formaat, antwoord verkoper, uitleg fotmaat)	Bart
3.2	Aansluitingen	Animatie (afbeelding achterkant Blu-Ray speler, uitvergroot stuk, stuk tekst, toepassingen)	Gillian
3.3	Sync	Tekst + afbeelding	Gert Jan
4	Accessoires	Tekst + afbeelding	Mabelie
4.1	Kabels	Tekst + afbeelding	Mabelie
4.2	Films	Tekst + afbeelding	Mabelie
4.3	USB stick	Tekst + afbeelding	Mabelie
4.4	Schoonmaak DVD	Tekst + afbeelding	Mabelie
5	Toekomstige ontwikkelingen		Gillian
5.1	3D	Tekst + afbeelding	Gillian
	HDD	Tekst + afbeelding	Gillian
	Ci+	Tekst + afbeelding	Gillian
	Recorders	Tekst + afbeelding	Gillian
6	Samenvatting	Tekst + afbeelding	Gert Jan
7	Eindtoets	Tekst	Gert Jan



Bijlage 11: Feedbackformulier voorbeeld E-learning

Bijlage 11: Feedback formulier

Vanaf de volgende pagina is het feedback formulier in te zien. Door de feedback te gebruiken kunnen fouten en updates sneller doorgevoerd worden omdat er direct input na het maken van een module wordt gegeven.



1. Wat vind je van de **layout** ten opzichte van de oude modules? Denk hierbij onder andere aan gebruik van plaatjes, video's en animaties, interactiviteit, spraak etc.

2. Wat vind je van de vragen ten opzichte van de oude vragen? Denk hierbij aan de hoeveelheid, moeilijkheidsgraad etc.

3. Vind je het leuk om op deze manier te 'e-learnen'?

4. Wat vind je van de **inhoud** van de e-learning module? Denk hierbij aan niveau, hoeveelheid etc.

5. Wat heb je gehad aan deze module?

6. Omschrijf in **drie woorden** hoe je e-learning anders vindt ten opzichte van de oude.



Bijlage 12: Feedback module voorbeeld E-learning

Bijlage 12: Voorbeeld Feedback module

Op de volgende pagina's is een voorbeeld van een feedbackmodule te vinden.

BCC Feedback Multiplechoice vraag 2 [Eindtoets](#) [Woordenlijst](#) [Cursusoverzicht](#)

Wat is je leeftijd?

☐ 20 of jonger ☐ 46 of ouder

☐ 21 - 25

☐ 26 - 30

☐ 31 - 35

☐ 36 - 40

☐ 41 - 45

[Volgende](#)

BCC Feedback Multiplechoice vraag 1 [Eindtoets](#) [Woordenlijst](#) [Cursusoverzicht](#)

Hoe lang ben je werkzaam bij BCC?

☐ 0 - 5 jaar

☐ 6 - 10 jaar

☐ 11 - 15 jaar

☐ 16 jaar of langer

[Volgende](#)

BCC    **Feedback**
Multiplechoice vraag 2

Eindtoets Woordenlijst Cursusoverzicht

Wat is je functie?

☐ Verkoopmedewerker parttime ☐ Vestigingsmanager

☐ Verkoopmedewerker fulltime

☐ Kassamedewerker

☐ Magazijn medewerker

☐ Afdelings hoofd

☐ Assistent vestigingsmanager



BCC    **Feedback**
Tekstvraag

Eindtoets Woordenlijst Cursusoverzicht

Wat vind je van de **layout** ten opzichte van de oude modules? Denk hierbij onder andere aan gebruik van plaatjes, video's en animaties, interactiviteit, spraak etc.





Bijlage 13: Feedback enquête voorbeeld E-learning

Sinds de ontwikkeling van de nieuwe e-learning modules wil BCC graag jouw mening weten over deze modules.



1. Wat is je leeftijd?

- ☐ 20 of jonger
- ☐ 21 - 25
- ☐ 26 - 30
- ☐ 31 - 35
- ☐ 36 - 40
- ☐ 41 - 45
- ☐ 46 of ouder



2. Hoe lang ben je werkzaam bij BCC?

- ☐ 0 – 5 jaar
- ☐ 6 – 10 jaar
- ☐ 11 – 15 jaar
- ☐ 16+ jaar



3. Wat is je functie?

- ☐ Verkoopmedewerker parttime
- ☐ Verkoopmedewerker fulltime
- ☐ Kassamedewerker
- ☐ Magazijnmedewerker
- ☐ Afdelingshoofd
- ☐ Assistent bedrijfsleider
- ☐ Bedrijfsleider



4. In welk filiaal ben je werkzaam?

.....

**5. Welke modules heb je sinds de nieuwe release gemaakt?**

- ☐ Televisie
- ☐ Computer
- ☐ Blu-ray
- ☐ Haarverzorging
- ☐ Inbouw
- ☐ Anders namelijk:.....

**6. Welke module vind je het leukst om te doen?**

- ☐ Televisie
- ☐ Computer
- ☐ Blu-ray
- ☐ Haarverzorging
- ☐ Inbouw
- ☐ Anders namelijk:.....

**7. Welke module vind je het interessantst om te doen?**

- ☐ Televisie
- ☐ Computer
- ☐ Blu-ray
- ☐ Haarverzorging
- ☐ Inbouw
- ☐ Anders namelijk:.....

**8. Hoe ervaar je de opvolging van e-learning modules**

- ☐ Goed
- ☐ Slecht
- ☐ Die is er niet
- ☐ Ik weet niet wat het is
- ☐ Anders, namelijk:

**9. Waarom vind je de gekozen modules bij vraag 6 en 7 het leukst en interessantst?**

.....

.....

.....

.....

.....



10. Ben je tevreden over de huidige modules?

- ☐ Ja (ga naar **vraag 14**)
- ☐ Nee (ga naar **vraag 13**)



11. Waarom ben je ontevreden over de huidige modules?

.....

.....

.....

.....

.....



12. Hoe helpt e-learning jou nu? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Productkennis
- ☐ Kennis over BCC
- ☐ Zelfvertrouwen tegenover de klant
- ☐ Professionaliteit
- ☐ Verkooptechnieken
- ☐ Motivatie bij mijn werk
- ☐ Anders, namelijk:



13. Vind je dat E-learning nu genoeg op de praktijk aansluit?

- ☐ Ja (ga naar **vraag 15**)
- ☐ Nee (ga naar **vraag 14**)



14. Hoe zou E-learning praktijkgericht kunnen worden?

.....

.....

.....

.....

.....



15. Heb je nog overige opmerkingen over e-learning?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hartelijk dank voor je medewerking!



Gillian van Burik
Learning & Development

BCC elektro-speciaalzaken B.V.
Postbus 75513 • 1118 ZN Schiphol
Bellsingel 61 • 1119 NT Schiphol Rijk

T +31 (0)20 655 651 5
M +31 (0)6 423 044 53
E Burik_G@bcc.nl



Bijlage 14: Verkooptechnieken in E-learning

Bijlage 14: Verkooptechnieken

De verkooptechnieken die in E-learning dienen te komen zijn:

Prijsonderhandelingen

Uit de interviews blijkt dat veel medewerkers veel moeite hebben met het verkoopgesprek op zich. Op dit moment worden er face to face trainingen gegeven om het verkoopgesprek soepeler te laten verlopen. Naast de face to face trainingen is een E-learning module over prijsonderhandelingen een goede aansluiting omdat de medewerkers zo opgefrist worden door de informatie uit de face to face training herhalen. Door dit te herhalen zullen de medewerkers beter met prijsonderhandelingen omgaan waardoor er uiteindelijk minder korting gegeven zal worden. Hierdoor behaalt BCC meer omzet en de verkoper meer provisie.

Afsluiten

Ook blijkt uit de interviews dat naast prijsonderhandelingen, ook veel medewerkers moeite hebben met afsluiten. Het afsluiten van een verkoopgesprek is simpelweg het "vragen om de order". Ook afsluiten wordt in de face to face behandeld. Een E-learning module zou daarom een goede aanvulling van de training zijn. Door de medewerker te trainen in het afsluiten zal de conversie van een filiaal en medewerker omhoog gaan. Doordat de conversie omhoog gaat behaalt BCC meer omzet en de verkoper meer provisie.

Contact maken

Jij maakt het verschil is een face to face training waar de medewerker onder andere geleerd wordt contact te maken met de klant. Contact maken is de beginfase van een verkoopgesprek, tijdens deze fase dient er een "klik" gemaakt te worden met de klant. Deze klik zorgt er voor dat een klant de verkoper de order gunt. Een E-learning module jij maakt het verschil dient als herhaling en aanvulling op de eveneens hetende face to face training. Door de medewerkers goed te leren om contact te maken kan er sneller en makkelijker afgesloten worden waardoor een verkoop minder tijd in beslag neemt en dat de conversie hoger wordt.



Bijlage 15: Interview notulen

Bijlage 15: Interview notulen

Op de volgende pagina's staan de notulen van de 38 interviews die gehouden zijn in de 11 onderzochte filialen.

De algemene uitkomst van de interview is terug te zien in de interviewanalyse in [bijlage 4](#).



Amersfoort medewerker 1



7 maanden in dienst
Stagiair – part time
Bruingood audio
Heeft multimedia gedaan
Bekend met e-learning
3 modules gedaan
Heeft er wat van geleerd
Heeft er nog zoveel in praktijk aan gehad maar wel achtergrondinformatie
De gesproken tekst vind hij goed (krijgt het gevoel dat hij persoonlijke uitleg krijgt)
Hij vind de modules leuk, het wordt rustig uitgelegd
Hij zou graag nog wat over witgoed willen leren
Het komt er allemaal weinig van, hij is druk met klanten
Interactiviteit is goed
Het gaat allemaal om de inhoud, de animaties zijn niet zo belangrijk
Het is vrij makkelijk
Hij zou er later zeker nog wat aan hebben als ervaren verkoper
Hij zou graag wat meer willen leren over praktijk situaties (hij noemde overvallen en agressieve klanten als voorbeeld)
Er wordt in het filiaal niks meer over e-learning gezegd.
Hij zou niet thuis willen e-learnen, maar als hij in zijn beginperiode zou zitten zou hij er net iets minder moeite mee hebben
Zover hij weet is er geen coach

Amersfoort medewerker 2



Werkt 11 jaar bij BCC
Heeft alle modules van witgoed gedaan
Heeft ze als leuk ervaren, zeker productinformatie
Duidelijk, leuk, soms wordt het wel heel lang (maar dat leek hem logisch, dus niet erg)
Ook als ervaren verkoper zijn de modules erg nuttig en heb je er wat aan
Goed voor herhaling en nieuwe inzichten
Voor nieuwe verkopers is het ook heel handig
Er zijn heel veel dingen waar je op moet letten
Om overzicht te krijgen
E-learning op witgoed gebied is wat hem betreft helemaal compleet
Je moet gespecialiseerd zijn in één bepaald gebied/afdeling
Je kunt niet alles weten
De techniek gaat te hard om van alle stukken op de hoogte te blijven
“Iedereen is volgens mij klaar met de voor hun relevante modules” “ze zijn er wel mee bezig”
“Er is wel een coach, weet alleen niet precies wie het is, weet het niet zeker, volgens mij jeroen”
Candy zat er al in, belangrijk
Productinformatie is belangrijk
Voor nieuwe verkopers is de verkooptraining belangrijk
Updates zijn heel belangrijk

Amersfoort medewerker 3



Werkt 13 jaar bij BCC
Als je langer werkzaam bent is veel informatie al bekend
Het wordt al erg onplezierig ervaren
Voor beginners is het niveau goed
Het wordt op een goede manier aangeboden
Wachtwoorden worden vergeten
Dit zorgt voor een slechte motivatie
Veel opstart problemen
Bewegingen en interactiviteit vind hij maar niks
Liever losse tekst
Gesproken tekst te lang en monotoon
Wordt nu niks mee gedaan
Geen aandacht
Levert problemen op (regels bijvoorbeeld)
Wel of geen aandacht is geen bewuste keuze
Mensen moeten het ook zelf willen doen
Als er om gevraagd wordt, wordt er wel ruimte voor gegeven
Soms kan het niet door bezetting
Er moet een soort "next level" komen
Inloggen met verkoopnummer als in bos
Informatie over managen, les in leidingeven
Kaderleden zouden dat leuk/interessant vinden
Er is nu te weinig training voor
Komt weinig van
Routing van het bedrijf
Wie moet je op welk moment bellen, dat is nu onduidelijk. Processen zijn niet duidelijk
Motivatie, net als jij maakt het verschil
Competitie, er moet iets tegenover staan (beloning)

Amsterdam Z-O medewerker 1



Stage, nog 3 maanden
Hij wil hier gaan werken
Ervaring in verkoop, niet in deze branche
E-learning gedaan zodra hij hier kwam werken
Alleen grijsgoed en introductie
Makkelijker dan verwacht
Wel wat aan gehad
Leuk om te doen
Combinatie vragen-oefenen, leuke plaatjes
Hij mist niks
Bonnen maken was beter via e-learning
Animaties en variatie zijn goed
Verhouden tekst-animatie is goed
Sleepvragen zijn leuk
Deed er 8-10 minuten over
Ook na veel ervaring heb je er nog wat aan
Leren over strateeg, wat, hoe
Verschillende niveaus is handig
Verkooptechnieken
Puntensysteem, hoe ze werken
Thuis maken zou hij wel doen

Amsterdam Z-O medewerker 2



Loopt stage sinds 2008
Detailhandel studie
Ervaring met detailhandel
Heeft e-learning gedaan
Kende de theorie al
Allemaal gedaan
Is verkoper bij witgoed / allround
Ze waren interessant > vooral verkooptechnieken
Zou er nu nog wat aan hebben
Had alle modules al gedaan
Ze waren leuk om te doen > het leren was leuk
Het lijkt op programma's op school > fijne methode
Sprak is prettig > onthoud het beter als ik het hoor
Animaties wel handig
Mist: hoe producten bestellen > bos
Moest [vorige punt] op vloer leren
CRM
Alles in ongeveer 3 dagen gedaan
Ongeveer 1 uur per module > niet te lang of te kort
Zou nieuwe modules wel willen doen
Ook van andere afdelingen
Meer technisch willen leren
Multimedia, visual
Monster en accessoires gaat goed
Inloggen ging niet goed

Amsterdam Z-O medewerker 3



Half jaar werkzaam
Gelijk begonnen met e-learning
Productkennis, verkopen, over BCC, CRM
Ervaring met verkopen
Werkte in kledingwinkel
Bruingood audio
Kent alles inhoudelijk wel maar termen niet
Leerzaam
Ze waren leuk om te doen > grappig teksten, animaties > het houdt je wakker
Bij visual hoop termen / hoop informatie
Niveau is makkelijk
Bij veel ervaring is specifiek productkennis nog steeds handig zodat je het verschil kan uitleggen
Module opbouwen van slechte naar goede producten
Mist: niks want als er iets niet goed gaat wordt hij aangesproken door collega's
Extra motivatie zou zijn als er productupdates zijn
Alleen tekst is saai
Animaties en interactiviteit zijn goed
Lengte/tijd huidige modules is goed
3D TV zou interessant zijn
Liever niet thuis maken
Hoe internetklanten ompraten? > zou handig zijn via e-learning

Amsterdam Z-O medewerker 4

Werkt 8 jaar bij BCC
Heeft e-learning als prettig ervaren
Als opfrissing
Alles gedaan > op witgoed gebied
Het zijn dingen die je eigenlijk al weet, maar de herhaling is goed
Zou nog nieuwe dingen/modules willen doen
Sinds nieuwe locatie filiaal is hij minder allround
Tekst-plaatje is prima
Laatste maanden niks gedaan
Geen nieuwe modules
Geen tijd

Filmpjes zijn leuk
Stem is te langzaam > Kiezen voor aan of uit
Programma was duidelijk en geen problemen
Soms wel codes kwijt maar geen grote problemen
Gemist: niks
Tijd is goed
Toetsvragen zijn goed
Je kunt niet alles weten dus als hij wat niet weet zoekt hij het even op of vraagt een collega
Zou nieuwe modules doen
Zou wel wat willen weten over andere modules maar niet alles en heeft er ook geen tijd voor
Niet thuis maken, dat komt er toch niet van

Amsterdam Z-O medewerker5



Werkt nu bijna 20 jaar bij BCC
Werkt vooral op witgoed
Veel e-learning gedaan
Leeft veel door producten zelf te bekijken
Viel op: helder, simpel, duidelijk
Voor hem heel simpel
Voor beginners is het perfect
Combinatie e-learning en persoonlijke begeleiding ideaal
Sommige pikken het sneller op dan anderen
Wordt over het algemeen als positief ervaren
Beginners worden aan iemand gekoppeld
Proberen er structuur in te krijgen
Als ervaren verkoper heb je soms ook wat aan e-learning
Ligt er aan hoe goed je je kennis bijhoud
Je haalt er altijd wel wat uit, ook als opfrissing
Grote modules scheiden zodat je gericht kunt leren
Mist: niks
Leuk om te doen
Het mag gewoon tekst zijn wat hem betreft, maar voor jonge verkopers is een interactieve manier misschien wel leuker
Programma is duidelijk > loopt wel heel vaak vast > dat kost veel tijd, wat hinderlijk is
Niet thuismaken, vrije tijd is heilig > veels te druk
Voor jonge verkopers misschien wel handig (zeker als ze leergierig zijn)
In e-learning: wat wordt er precies van je verwacht? > verantwoordelijkheden
Dit is de taak van bedrijfsleiders maar soms gaat het niet goed of wordt er slordig mee om gegaan

Delft medewerker 1

Lange tijd geleden dat de persoon elearning heeft gedaan.

Elearning wordt meer gezien als een verplichting en barrière omdat er te weinig tijd is om de modules te doen/prioriteit ligt elders.

CRM-module

Dit is een module met weinig praktijk, dit zou beter werken. Er wordt nu alleen aandacht besteed aan het opzoeken van informatie. Invoer producten etc. is er niet in verwerkt.

Het niveau van de modules is voor beginners, voor gevorderden is elearning niet effectief.

De modules moeten meer gericht worden op de marktwerking.

Er moeten verschillende instroom niveaus komen en het moet geen must zijn.

Ideen voor module

BOS

CRM

Layout

Er worden andere vragen geprefereerd omdat meerkeuze vragen te makkelijk zijn. Ook zou de persoon feedback willen geven na de module.

Animatie/tekst etc maakt niet zoveel verschil, wel is het zo dat de tekst te veel is en er is geen behoefte aan gesproken tekst.

Delft medewerker 2

Bijna alle modules gedaan

Layout

Lezen gaat sneller dan het luisteren, er is geen behoefte aan

Algemeen

Elearning sluit niet aan op de praktijk

Er is te weinig tijd want er moeten targets gehaald worden.

Het wordt ervaren als “het moet maar”

Het niveau wordt ervaren als basis en niet voor gevorderden.

Voor nieuwe medewerkers goed

Voor oudere medewerkers minder goed

Algemene specs boeit de persoon niet echt, het moet meer over “de verkoop” in het algemeen.

Verkooptechnieken

waarom product a beter dan b

levertijden

waarom product goed

Tips voor nieuwe modules

Waarom strategen?

Hoe meer punten verkopen?

Hoe het de klant jouw de verkoop laten gunnen?

Hoe kun je goed verkopen?

Den haag megastores medewerker 1

Kaderlid (afdhofd)

Elearning een tijd geleden gedaan bij de vorige bedr leider als introductie, persoon komt uit de verkoop maar had wel een “o ja” moment door herhaling van kennis.

Het concept om met bcc bekend te worden via elearning is goed.

Het niveau was makkelijk maar niet “vervelend makkelijk”, hoog genoeg voor de beginnende werknemer al dan niet om de kennis op te frissen.

Er worden geen onderwerpen gemist maar, het zou fijn zijn als er meer herhaald zou worden. (in het algemeen)

Medewerker wil meer van andere afdelingen leren om bij te kunnen springen of medewerkers over te nemen ivm pauze etc. Nu is er geen tijd voor of wordt er geen tijd voor gegeven. Er is in het algemeen te weinig tijd om überhaupt elearning te doen omdat de “bezetting” te slecht is.

Er is geen coach aangesteld voor elearning, het zou wel goed zijn om dit te doen zodat En de opvolging beter gaat En er vragen gesteld kunnen worden.

Layout

Het moet zo min mogelijk statisch worden, het moet speelser/meer beweging.

Tips voor nieuwe modules: Afluiten, (geeft al aan dat er in dit filiaal weinig aandacht aan elearning besteed wordt aangezien deze er is)

Ook moduls voor specifieke producten en specifieke verschillen tussen modellen (vb. 200 hz sony) in korte vorm zodat er snel gereageerd kan worden op de nieuwe ontwikkelingen.

Den haag megastores medewerker 2

Medewerker werkt nu 2 jr bij bcc afdeling multimedia. Hij heeft in de eerste 2 weken e-learning gevolgd. Dit was voor hem nuttig omdat hij niet uit de retail sector kwam. Ook had hij geen algemene product kennis of kennis over BCC.

Hij had wel de voorkeur om het thuis te doen, dit omdat de tijdsdruk vaak hoog is en de persoon zich graag op de verkoop wilde richten.

Persoon wil zich nu verbreden in het verkopen van andere afdelingen, als uitdaging. Helaas geen tijd vanwege werkdruk/bezetting om elearning te doen. Nu moet hij andere collega's om info vragen die niet altijd tijd hebben.

Layout

De layout van het programma was goed, deze persoon maakte het niet uit of het tekst/plaatje of interactief/animatie was. Ging de persoon om de inhoud.

Persoon heeft graag af en toe nieuwe korte modules om kennis te toetsen of nieuwe producten te leren. Tips voor modules voor beginnende medewerkers: bos (*dc, stuurcodes etc)/ intranet.

Den haag megastores medewerker 3

Persoon werkt ong 3 jaar bij bcc. Vind het huidige elearning systeem te langdradig/teveel tekst. Ingesproken tekst nutteloos. Het mag wat speelser. Er wordt teveel op 1 afdeling gespitst, het mag neutraler zodat een nieuw persoon bij binnenkomst direct meerdere afdelingen kan leren. Het huidige niveau van de modules is niet hoog genoeg. Thuiswerken is een goede optie alleen niet erg veilig omdat dit via internet verspreidt wordt. Het programma is vrij traag maar wel duidelijk.

Graag wil deze medewerker dat er wat dieper op de stof wordt ingegaan en dat er soms met andere woorden geschreven wordt zoals processor/CPU of duidelijk maken dat dit soort specificaties soms anders worden genoemd. Ook zou er gebruik gemaakt moeten worden van bijvoorbeeld het sterrenmodel van Intel (om gemakkelijk aan te duiden welke processor goed is en welke niet)

Tip voor informatie voor de modules, vraag de vertegenwoordigers van de merken voor info betreffende bijvoorbeeld nieuwe producten.

Tip voor permanente verbetering, maak een forum waar de BCCers hun mening op kwijt kunnen over elearning of info over nieuwe te komen dingen kunnen geven. De medewerker zou graag meer herhaling van de modules zien, dmv productupdates of algemene herhalings toetsen.

Layout

Er moet een optie komen om tekst voor te lezen.

Filmpjes met bijvoorbeeld praktijkvoorbeelden (lees verkoopgesprek) zou leerzaam zijn.

Een goede optie voor vragen is een tekst waar je woorden in moet plakken/typen om het goede antwoord te krijgen. (tekst met gaten)

Tips voor nieuwe modules: PIP, BOS, CRM andere procedures. En de huidige nieuwe trainingen moeten vaker vernieuwd worden.

Den haag megastores medewerker 4

Deze collega werkt nu een jaar bij bcc, had wel ervaring in de retail maar niet met BCC. Heeft geen elearning modules gedaan. Dit omdat bij het inwerken het systeem niet goed werkte. Sindsdien was er “geen tijd” voor elearning. Systemen zoals bos en procedures zijn aangeleerd door collega’s. de medewerker had dit liever via elearning geleerd omdat collega’s ook vaak geen tijd hadden en dit vluchtig uitlegden.

De medewerker heeft kennis opgedaan door alles zelf uit te zoeken maar had dit liever via e-learning gedaan. Hierdoor ging de introductie bij BCC niet heel soepel en kreeg de medewerker het idee dat e-learning helemaal niet belangrijk gevonden wordt.

De medewerker vindt het belangrijk dat het systeem goed werkt en dat er tijd voor gegeven wordt.

Layout

Niet gedaan dus geen tips, wel algemeen vindt de medewerker het prettig om interactief te werken ipv veel tekst.

Ook zou de medewerker graag info betreffende nieuwe producten zien en vaker herhalen.

Haarlem medewerker 1

Bedrijfsleider

3,5 jaar bij BCC

Toen het geïntroduceerd werd leek het hem een goed idee, maar hij was wel sceptisch

Hij heeft het positief ervaren maar er is weinig tijd voor

Het heeft in dit filiaal geen prioriteit op het moment

Ze zijn meer met de winkel zelf bezig

Sommige modules heb je als verkoper heel veel aan (zoals bijvoorbeeld service plus) en deze werken dan ook motiverend

Als hij naar het totaalplaatje kijkt ziet hij wel dat er meer service plus pakketten worden verkocht, maar hij weet niet of dat door e-learning komt

Hij heeft zelf veel e-learning gedaan

Hij vindt het simpel maar goed

In de morning meeting wordt er informatie over producten gegeven en houden ze rollenspellen. E-learning wordt hierdoor vaak over het hoofd gezien

Eigenlijk zijn er eerlijk gezegd zat momentjes waarin e-learning gedaan kan worden

Het zou leuk zijn als er meer praktijk filmpjes zijn (bijvoorbeeld die van Bob)

Minder tekst en meer van in de praktijk

Nieuwe collega's worden wel meteen aan e-learning gezet (eerste paar dagen)

(zie boven) Half e-learnen en half verkopen, het wordt gebruikt als een introductie

De modules zien er leuk uit. Het past goed bij BCC

Een zakelijke look is goed

Interactie is goed

Een module van Bos zou handig zijn (van simpele procedures)

De modules mogen best wel groot zijn

Als ervaren verkoper heb je wel wat aan e-learning, herhaling is goed (het heeft altijd zin)

Het zou verder mogen gaan

CRM

Het zou uitdagender zijn als toetsvragen moeilijker zijn

De toetsvragen zijn heel simpel

Als ze moeilijker zijn is het uitdagender

Het heeft alleen maar voordelen als we gaan het voortaan meer doen

Van hogerop wordt er wel op e-learning gewezen

In de planning kan iedereen op zich e-learnen (hij geeft toe dat het zijn eigen schuld is dat het niet heel erg veel gebeurd en zegt dat hij er de komende tijd meer aandacht aan gaat besteden)

Het heeft een positief effect op het personeel

Alleen in drukke (december bijvoorbeeld) kan het echt niet

De lengte maakt op zich niet uit, want als het in te plannen is kan het toch wel (of het nou 10 min of 30 min kost)

Ze mogen zelf wel wat langer dan ze nu zijn

Haarlem medewerker 2

Werkt nog net geen jaar bij BCC

Meteen begonnen met e-learning. De eerste paar maanden deed hij er verschillende.

Nu doet hij ze eigenlijk niet meer

Hij heeft vooral introductie trainingen gedaan, hij ziet het dus ook als introductie en niet als heel leerzaam. (hij heeft geen ervaring met producttrainingen)

Toen hij net ging werken bij BCC had hij geen moeite met multimedia maar wel met alle andere afdelingen. Hier zou hij graag nog wat over willen leren, alleen heeft hij er geen tijd voor

Hij leert veel via de morning meeting waar informatie wordt gegeven over bepaalde producten

Hij vind de modules heel zakelijk

De laatste tijd (maand) is e-learning weer heel hot

Interactiviteit moet wel goed werken anders is het irritant. Als het goed werkt is het juist heel effectief

Hij wil alleen productkennis via e-learning krijgen

Mist: niks

Het mag allemaal wat diepgaander want het was vrij basis

Zou graag wat willen leren over specifieke producten, zeker waar veel speciale informatie over te vertellen is. Ook informatie over een strateeg zou handig zijn.

Verder zullen extra tools voor de verkoop handig zijn.

Door slordigheden in het systeem zijn de vragen makkelijk. Hij kon zo terugklikken en het antwoord opzoeken

Hilversum medewerker 1

Verkoopmedewerker parttime begonnen, daarna fulltime, Witgoed.

Toen E-learning begon, was er een lijst met wie wat heeft gedaan. De inhoud van de modules was voor deze medewerker vooral herhaling (witgoed), ondanks dat het vooral herhaling was leerde de medewerker toch iets ook al waren het soms kleine dingetjes.

De manier waarop E-learning aangeboden wordt vind de medewerker prima, wel was het een vrij basic programma en opzet waardoor op den duur de aandacht verslapte.

Medewerker wilde graag bruin en grijsgoed doen maar dit werd door kader niet nodig gevonden. Nu doet de medewerker geen e-learning omdat er geen tijd is, andere werkzaamheden hebben prio en de bezetting is slecht. De medewerker krijgt weinig signalen over E-learning van zowel collega's als kader.

Dingen die de medewerker niet weet betreffende procedures etc worden aan collega's gevraagd, dit werkt voor de medewerker prima.

Tips voor nieuwe modules en lay-out:

Verschillende niveaus beginner/gevorderde/expert niveau waarbij:

Beginner → oppervlakkig wat BCC verkoopt etc.

Wat is BCC

Procedures

Gevorderde → productkennis over de producten

Expert → modules product updates (zoals bijv. Sony 200hz)

Meer interactie, (in de lay-out)

Module over hoe ga je om met internet aanbiedingen

Thuis inloggen op E-learning

Zelfde vragen uit de module, alleen eindtoets of andere vragen tijdens module. De knoppen disabelen tijdens de vragen.

Hilversum medewerker 2

Fulltime verkoop medewerker, werkt 4 jaar bij BCC had al wel veel ervaring bij andere Electro retail zaken. De medewerker heeft alleen de intro modules en witgoed gedaan. De laatste keer dat E-learning gevolgd is was 6 maanden geleden.

De huidige modules waren voor de medewerker te oppervlakkig, 90% was al bekend maar de herhaling was goed en 10% was toch nieuw.

Bij lancering moesten de modules gedaan worden waardoor het niet erg leuk was.

Medewerker zou graag andere modules van andere afdelingen willen doen zoals multimedia, hierdoor kan er op andere afdelingen gewerkt worden.

Huidige modules zijn wel speels en leuk genoeg

Tips voor nieuwe modules en lay-out:

Update modules voor nieuwe collectie zoals dat bij Candy is gedaan, wat is nieuw en hoe verkoop je dit.

E-learning aan de huisshows koppelen zodat de info teruggezien kan worden.

Inbouw module, waar de klant op moet letten en hoe je dit het beste kan verkopen.

Dieper in op de stof, moeilijker

Verschillende niveaus

Toetsvragen moeten moeilijker, zelf mensen laten nadenken , dus niet letterlijk uit de tekst opnemen en vragen.

Hilversum medewerker 3

Grijsgoed medewerker, werkt al enige jaren bij BCC, eerst als parttime nu als fulltime. Toen E-learning gelanceerd was wist de medewerker al over grijsgoed maar nog niet over bruingoed en witgoed.

De modules werden gelijk stap voor stap gedaan voor begin/bruin/grijsgoed. De medewerker heeft vooral van bruingoed veel geleerd.

Nu doet de medewerker geen e-learning meer want het is te druk in de winkel, de medewerker vervangt de magazijnman, doet crm etc. dus gewoon geen tijd voor e-learning.

E-learning nu zou beter zijn als er nieuwe onderwerpen zijn. Nu wordt e-learning alleen gezien als basis, het zou beter zijn als er extra modules en moeilijkere modules zouden zijn.

Tips voor nieuwe modules en lay-out:

Medewerker vond er teveel filmpjes etc in zitten.

CRM modules, uitgebreider

Nieuwe stappen visual (product gerelateerd)

Meer vragen, andere vragen (niet letterlijk uit de tekst) moeilijkere vragen.

Hilversum medewerker 4

1^e verkoper, al 8 jaar in dienst.

In het begin toen medewerker in dienst kwam was er geen e-learning, alles werd met trainingen op het hoofdkantoor gedaan. E-learning was daar tegenover een goed initiatief.

Huisshows voor bijvoorbeeld specifieke productinfo is wel beter. E-learning is een beetje verslonsd, mede door de slechte bezetting.

Er is een bezettingsprobleem binnen BCC, hierdoor is er weinig tot geen tijd voor e-learning. Wel werd bijvoorbeeld de Candy module gedaan, omdat deze kort en krachtig was.

Als kader medewerkers de kans geeft om te e-learnen zijn de signalen over het algemeen positief, mensen willen leren.

De herhaling is wel goed ook al is het nivo niet hele hoog omdat er toch dingen opgepikt worden.

Tips voor nieuwe modules en lay-out:

modules korter maken of aparte kortere modules.

De vragen kloppen soms niet

De opbouw van het programma moet veranderd worden.

De vragen moeten praktischer gesteld worden.

MVO wordt niet boeiend gevonden, dit omdat het niet erg verkoop gerelateerd was.

Meer de medewerkers zelf laten bepalen wat en wanneer ze modules willen doen.

Er moeten update modules (CI+ module), meer korte standaard modules.

Er moet een registratie systeem komen zodat er gemakkelijk bijgehouden kan worden wie wat gedaan heeft, dit zou in de vorm van status updates vanuit HRM moeten komen.

Op het moment wordt e-learning niet geborgd, dit zou gemonitord moeten worden door het kader, een echte test zitten de medewerkers waarschijnlijk niet op te wachten omdat deze het "controle gevoel" krijgen

Leidschendam medewerker 1



Bedrijfsleider
Drukke, dus e-learning gaat dan niet
Vanaf deze week wel weer
Vanaf bepaald moment ben je weer bij
Maar is het een middel of een doel?
Gebruiken als middel, niet als doel
Het is een goede makkelijke manier maar er moet wel een vervolg aan zitten
Anders heeft het minder zin
Dat iedereen het doet wil niet zeggen dat het nuttig is geweest, want er moet wel een
vervolg aan zitten.
Het is moeilijk te controleren of het zin heeft gehad
Er moet een link zijn tussen de theorie en praktijk. Een goed voorbeeld zou zijn een
terugkoppeling in de face to face trainingen.
Of mensen een bepaalde module moeten doen bepaal je aan de hand van inschatting
van hun kennis. Als iemand veel kennis heeft, heeft het geen zin diegene aan e-
learning te zetten.
Wel bij nieuwe producten
Dus per situatie verschillend
Bij nieuwe medewerkers gaat het wel vaak om het aantal modules, niet perse of het
zin heeft

Als er prioriteit is dan kan het wel in geplant worden
Dat er geen tijd voor is is onzin
Het vervolg kost wel meer tijd en dat is vaak lastig

Zelf ook e-learning gedaan
Laatste: kortingen
De snelheid ligt een beetje laag
Het niveau is niet heel hoog
Maar je weet ook niet wie het allemaal doen
Het programma moet sneller
De modules zijn niet heel actueel
Liever minder maar inhoudelijk sterke modules dan heel veel minder nuttige modules
Hele productspecifieke modules zijn niet nodig, e-learning wordt dan ondergraaft.
Kennisoverdracht gaat ook veel tussen verkopers zelf

Leidschendam medewerker 2

Hiervoor in twee andere filialen gestaan
Drie jaar bij BCC
Laatste was MVO (ongeveer 4 gedaan in totaal)
Beetje te simpel, langzaam
Maar een paar belangrijke punten
Interactiever!
Zelf punten aangeven wat je wilt weten
Een instapmodule (basiskennis) en daarna expert (hoe werkt het) module
Zou prettig zijn want kan je klanten meer vertellen
De toetsvragen zijn basis
Beetje saai
Komt ook omdat doordat je het al kent
Saaie manier om aan te bieden
In deze vorm niet de ideale manier van kennis overbrengen
Bos/procedures hoeven niet in e-learning
Vond het goed dat in module kortingen een filmpje zit met een verkoper die laat zien hoe het zou kunnen.
Verkoopgerelateerder
Bij wasdroger: restvocht, hoe leg je het uit in een verkoopgesprek
Gaaf voor de zomervakantie vast nog wel e-learnen
Er is niemand verantwoordelijk voor
Andere prioriteiten
Inlogcodes zijn altijd kwijt en duurt lang om aan te vragen
Op Y-schijf zetten

Leidschendam medewerker 3



Tien jaar bij BCC
Niet meteen e-learning gedaan, later wel
Langdradig
Je moet alles doen om hem compleet te hebben afgerond
CRM heel langzaam
maar had al in de winkel gedaan
E-learning krijgt je weer scherp
Het is nuttig alleen je moet je er wel toe zetten
Soms was het wel traag (de ene computer wel, de andere niet)
Alleen tekst is saai, steekt er minder van op
Plaatjes en voorbeelden zijn goed
Meer praktijkopdrachten
Opdrachten die je op de vloer moet doen
Als opdrachtenformulier die je na afloop inlevert
Gesprek en discussie is goed
Feedback formulier
Geeft betere praktijk
Mist: Informatie waar de targets en manier van meten op gebaseerd zijn
Toets voor jij maakt het verschil
Duidelijkere leerdoel bij jij maakt het verschil
Opfrisgedeelte op e-learning (vergelijking met de mystery shopper)

Hoofddorp medewerker 1



Bekend met e-learning
3 maanden fulltime
3 jaar in dienst
Vind het leuk om te doen
Geen voorgaande ervaring
Heeft 1^e jaar geen e-learning gedaan
Inhoud: goed, soms erg lang, er moet sneller worden gepraat, makkelijk
Alles gedaan
4 weken terug voor het laatste gedaan > laatste was LCD
Speels, interactief, filmpjes (zoals verkooptechnieken) > leuker dan losse tekst
Meer productkennis van gekregen
Wel een coach
Wordt aandacht aan gegeven
Mist: hoe omgaan met boze mensen, klachten in het algemeen
Hij vind het makkelijk werken
Jammer dan dezelfde vragen terug komen in de eindtoets, is te makkelijk
Hij heeft er genoeg tijd voor, doe het op rustige momenten
Niet thuis e-learnen

Hoofddorp medewerker 2



Heeft 80% gedaan
De basis is goed
Handig in de morning meeting
Is vestigingsmanager
Té makkelijk
Voor hem is het inhoudelijk goed
Nieuw in de branche
Meer praktijkgericht
Productkennis koppelen aan praktijk
Omdat verkopen vaak gevoelsmatig gaat
Hoe presenteer je kennis?
Koppelen aan jij maak het verschil
Het hoeft niet te diep te gaan
Bon vragen, hoe sluit je af
Contact maken
Interactiviteit is goed
Hij loopt vast
Voor de rest werkt hij goed
Laatste tijd niet zoveel e-learning
Er wordt niet aan gedacht en door bezetting
Vervelend als je iemand er van moet afhaken
De meeste mensen vinden het leuk, ze vragen er om (maandelijks)
Nieuwelingen op e-learning > snelle manier van leren
Dingen als bos kan ook via e-learning
Het is een goede basis en voorbereiding
Effect van e-learning verschilt per persoon
Het moet wel in stapjes, anders teveel informatie > zeker bij nieuwe verkopers
Het moet korter (max 10 min bijv.)
Je kunt toch niet alles zo snel leren
Iedereen alles laten doen als allround handig is
Hoe een bon maken, bezorgen

Hoofddorp medewerker 3



Alle modules gedaan
Goed, maar te makkelijk
Veel ervaring
Ideaal voor beginners
Voor ervaren verkopers is het goed om allround te worden
Voor eigen afdeling te makkelijk
Te veel tekst
Meer visuele elementen houdt het levend, goed voor concentratie
Behalve productkennis voegt het nu minder toe
Wordt ingeplant door coach
Mist: garanties, service plus pakket
Programma bugs maar voor de rest redelijk soepel
Wel general exception
Geen problemen met inloggen
Wordt positief naar gekeken
Goede vervanging voor trainen > sneller
Trainen is interactiever dan e-learning
De nieuwe modules zijn al een stuk verbeterd t.o.v. oude
Niet thuis maken
Hier in filiaal geen behoefte aan
Thuis niet aan het werk

Hoofddorp medewerker 4



Alles van wit bruin grijs
Werkt bijna 2 jaar
Geen ervaringen in de elektronica
Meteen begonnen met e-learning
Veel productkennis gekregen
In het begin vooral witgoed, daarna alles
Ziet er netjes en verzorgt uit
Stem wel prettig maar soms wel langzaam
Niveau is prima
Paar maanden geleden laatste module
Laatste tijd geen tijd voor geluid
Nieuwe mensen moeten wel meteen
Praktijkgericht voegt niet zoveel toe
Kleine tips en hints zijn handig
Te weinig hints
Zou iets over groenestekker willen leren
Hoe je met winkel/producten om gaat
Toetsvragen zijn makkelijk, maar wel goed > hoeven niet moeilijker
Tijd die je er over doet is prima
Genoeg tijd om ze te doen
Zou ze niet doen als er geen druk achter stond
Heeft niks met theorie

Hoofddorp medewerker 5



7 jaar werkzaam
Al vanaf begin gedaan
Navigatie pas gedaan
Soms beetje kinderachtig
Soms niet diepgaand genoeg
Tip van click beetje kinderachtig
Mag wat serieuzer
Wat is het (komt aan bod) > wat doet het (vaak niet)
Vaak is tijd een probleem
Inlogproblemen
Per filiaal andere inloggegevens
Hoeft niet te technisch te worden
Haalt productkennis van internet
E-learning voor basis, internet voor updates
Veel mensen missen basiskennis
Sites waar kennis vanaf te halen is niet blokkeren
Moet sneller/makkelijker toegankelijk te zijn
Specificaties snel opzoeken
Updates (indien makkelijk toegankelijk) > zorgt ook voor “allrounders”
Mist op het moment niks
Jij maakt het verschil was ideaal

Utrecht Kanaleneiland medewerker 1

Verkoopmedewerker, langer in dienst (mm)

Laatste keer dat medewerker e-learning heeft gedaan was 1 jaar geleden. Dit komt omdat de drukte het niet toelaat/krappe bezetting. Toen de medewerker nog wel e-learning deed heeft hij mm gevolgd maar niet de andere. Dit kwam omdat de modules nog niet opgezet waren voor de medewerker.

De medewerker wil wel indien er tijd is (bezetting dit toelaat) elearning van andere afdelingen doen. Er is echter nog niets gezegd/aangekaart dit jaar over e-learning.

Toen er nog wel regelmatig ge e-learned werd, werd dit ook bijgehouden door het kader, indien een medewerker nog niet "genoeg" had ge e-learned moest deze het volgen. Nu gebeurt dit niet meer.

De medewerker weet dat er een coach is geweest vorig jaar maar dat er dit jaar nog niets mee is gedaan. Persoon zou best inspraak willen hebben op de ontwikkeling van e-learning modules.

Tips nieuwe module.

Nieuwe producten, aparte "update modules" met bijvoorbeeld nieuwe acer/hp oid lijn. De specificaties en usp's. Misschien ook een mogelijkheid tot module per productgroep en daar alle nieuwe merken/kenmerken en specs in verwerken.

De manier waarop het werd aangeboden was leerzaam. Duidelijke tekst en spraak. Wel mocht de spraak wat enthousiaster en sneller zijn. Verder is huidige lay-out goed genoeg.

Utrecht Kanaleneiland medewerker 2

Verkoopmedewerker, 1.5 jaar in dienst, mm wel ervaring in retail gehad

Persoon heeft 1 e-learning module gevolgd, de crm module. Medewerker kwam binnen bij bcc vlak voor de "december drukte". De coach zei dat er ge-elearned ging worden maar wanneer de medewerker aangaf e-learning te willen doen was het te druk en kwam het volgende week wel.

Collega had wel het idee dat wanneer hij e-learning had gevolgd dat de eerste paar weken een stuk soepeler hadden verlopen. nu meer het gevoel van "in het diepe gegooid".

De enige gevolgde module was crm, dit was erg helpvol omdat de medewerker als een van de weinige mensen nu met crm om kan gaan.

In principe is er volgende de medewerker nu wel tijd om te e-learnen maar er wordt geen prio aan gesteld omdat andere (blij actige dingen) belangrijker. Krijgt het gevoel dat e-learning niet belangrijk is omdat het nu ook niet gecoacht wordt.

Tips voor nieuwe modules

Beertender, luchtbehandeling, afzuig kappen

TD forms

Andere procedures

Thuiswerk optie, deze medewerker zou dit waarschijnlijk niet doen maar voor andere misschien wel.

Layout

Eerst de uitleg en daarna de opdracht was leuk en interessant om te doen.
(tekst+plaatje en dan vraag)

Utrecht Kanaleneiland medewerker 3

Afdelingshoofd (bruingoed)

Werkt nu 2.5 jaar bij BCC is in december periode begonnen. Had al retail kennis. Medewerker heeft zelf bijna alle modules gevolgd waaronder, CRM, garanties, introductie, bruingoed en accessoires.

De intro is gelijk bij binnenkomst gedaan de andere modules zijn pas na ongeveer een jaar gedaan.

Medewerker had in het begin enige moeite met procedures etc. en had graag deze dingen geleerd via e-learning.

Nu is er geen tijd om mensen aan het e-learnen te zetten omdat: de bezetting strakker is/moet. Er zijn ook taakbesprekingen en voortgangsgesprekken. Kortom prio ligt ook gedeeltelijk hoger bij andere dingen.

Er moet meer gecoacht worden, er is nu geen coach aangesteld met betrekking tot e-learning.

Wanneer een kaderlid (mof coach) constateert dat een medewerker niet de gewenste resultaten haalt moet er bijvoorbeeld ge e-learned worden.

Tips voor modules

Setprijs combi verkoop in (bosbas.)

Apparte product modules, waar bijvoorbeeld het topmodel helemaal wordt uitgekleeft met uitleg over o.a. technische specs, menustructuur etc..

In het algemeen herhaling van modules om bewustwording te creëren.

Alle modules voor iedereen beschikbaar maken.

Layout

Layout is in principe prima, het moet duidelijk zijn en simpel te begrijpen.

Afwisseling in layout hoeft niet voor deze medewerker.

Utrecht the Wall medewerker 1

Medewerker – werkt er al 3,5 jaar, kaderfunctie
Was er bij toen e-learning gelanceerd werd
Hij vind het een goede manier om dingen te leren
De uitvoering vind hij minder
Hij heeft in ieder geval accessoires en intro trainingen gedaan (misschien nog meer)
Hij heeft de laatste tijd geen e-learning meer gedaan
Sinds een maand moeten 3 tot 5 mensen per week e-learnen
Er staat niks nieuws in de modules

De modules zouden meer per merk/product moeten zijn
Op deze manier zou het diepgaander worden
Hij ziet graag een algemeen stuk (per onderwerp) en losse kleine updates
Voor een beginner interessant, maar voor iemand met meer ervaring niet meer

Het ontwerp is goed
Hij vind het niet echt mooi, maar een beetje amateuristisch
Hij houd niet van de bewegende animaties die grappig zouden moeten zijn. Hij ziet het liever gewoon strak
Beweging mag wel, als het er maar strak uitziet. Het kan wel wat toevoegen
Interactiviteit vind hij goed

De tijd die het kost om een module af te ronden is prima
Hij ergert zich wel aan de lange laadtijden
Er is geen tijd voor e-learning. Dit komt omdat het een lage prioriteit heeft

Als een KPI voor de winkel zien
Er moet veel meer druk achter het maken van modules komen.
Roulatieschema voor opvolging

Utrecht the Wall medewerker 2



Medewerker werkt er nog niet zo lang
Hij heeft er geen tijd voor
Hij had al productkennis voordat hij bij BCC begon
Hij wist nog niet zo veel over witgoed. Hij zou daar graag iets over willen leren
E-learning is een middel om meer “allrounder” te worden
Modules maken is voor onder de werktijd. Hij zou het niet volledig thuis willen maken
Hij had graag dingen als Bosbas via e-learning willen leren
Mensen kunnen niet met CRM omgaan
E-learning moet kort en krachtig en simpel
Het hoeft niet heel technisch te zijn
Verkooptechnieken (argumenten) zijn interessant
Basiskennis -> verkooptechnieken
Hij had meer van e-learning verwacht
Hij ziet wel potentie in e-learning

Utrecht the Wall medewerker 3

Medewerker langer in dienst, kaderfunctie
Heeft ongeveer 20 modules gedaan
E-learning is een goede manier om “allrounder” te worden
Er moet veel meer diepgang zijn
De inbouw module was goed omdat mensen er niks van afwisten
Personeel moet veel meer allround zijn
Communicatie tussen vestigingen en hoofdkantoor moet véél beter!
Iedereen moet altijd alle modules kunnen doen
De keuzes van wie wat doet moeten bij het kader liggen

Momenteel zijn er nog te weinig onderwerpen
Er moeten verkooptechnieken bij. Via e-learning is dat ideaal
Het moet meer op merk/product gericht zijn
Er moet meer druk achter het maken van de modules zitten
Iedereen moet modules doen (er zal meer winst worden gemaakt)
Er kan veel meer uitgehaald worden
Er missen nog belangrijke modules – Bespaard tijd t.o.v. andere methodes
E-Learning: sneller, kan altijd, kan iedereen doen, voor iedereen!
E-Learning eerst voor eigen gebied, daarna allround

Algemene module en daarnaast updates

Programma is prima
Click geeft een verkeerd effect
Zitten teveel details in -> basis dingen die je aan klant kunt doorgeven
Moet strak en zakelijk zijn. Niet veel beweging en minder kinderachtig

Belangrijk: alles op tijd, recent, beschikbaar, voor iedereen

Verkoopargumenten in e-learning
E-learning is een manier om te controleren of mensen bepaalde informatie hebben gehoord

Zoeterwoude medewerker 1

A large, stylized blue face icon is positioned on the left side of the page, spanning from the top to the bottom. It has a simple, friendly appearance with two circular eyes and a small, open mouth.

7 jaar bij BCC
Vond het vanaf het begin niks
Niet leerzaam, blijft niet hangen
De manier van lezen en vragen maken is niks
Via de computer is niks
Het niveau was wel goed
Lang niet meer gedaan
Er is nooit tijd voor
Je kunt beter verkopen dan e-learnen
Zou het wel thuis willen doen > is makkelijker
Richt zich liever op de verkoop
Het is slaapverwekkend
Korte updates via e-learning zou wel goed zijn > productspecifieke dingen
E-learning is leuk voor nieuwe mensen maar niet voor ervaren verkopers
Zou het willen doen zolang het maar kort en snel kan
Wordt na de training niks meer mee gedaan
Geen e-learning coach
Had eerder al ervaring in deze branche
Had niks aan modules gehad

Zoeterwoude medewerker 2

3,5 jaar bij BCC

Wel leuk, redelijk leerzaam maar wel herhaling

Onderdelen waar hij weinig ervaring mee had waren wel handig

Het programma is leuk

Manier van aanbieden is goed

Hij heeft de stem uitgezet > gaat te langzaam

Mist: niks

Had al een beetje ervaring

In het begin had hij makkelijker kunnen verkopen als hij e-learning had gedaan

Kennis opgedaan door collega's

1 module van witgoed gedaan

Maand of 3 geleden gedaan

Zou wel meer over bepaalde producten willen leren

broodbakmachines, keukenmachines, stijltangen, etc.

Kan altijd wel een collega inschakelen als hij wat niet weet

Mag eigenlijk niet MDA doen, maar doet dat soms wel

Leuk om te doen

Humor is goed

Teveel tekst achter elkaar is saai

Opzet is prima

Zoeterwoude medewerker 3



30 jaar bij BCC
Voor een grote groep was e-learning goed
Vragen zijn soms dom/kinderachtig
Voor nieuwe mensen misschien minder
Mag wat zakelijker
Vooral productkennis van gekregen
Nieuwe producten
Productspecifiek
Basistraining was niet leerzaam voor hem
Laatste was Candy
Deze hielp wel bij verkopen
Je haalt er altijd wel dingen uit
Het heeft niet gezorgd voor meer verkoop
Andere merken verkoop je beter
Zou graag productspecifiekere dingen leren
Ook als handleiding op trainingen
Het systeem werkt niet goed > eindtoets werkt niet
Tekst-plaatje is goed
Meer bewegende beelden zou leuk zijn
Dat helpt misschien wel
Eerst zoiets kijken en dan daarover vragen stellen
Mist: Koffieautomaten, het verschil tussen deze apparaten
Het moet gebaseerd zijn op nieuwe artikelen
Nieuwe lijn
Het moet meer vertellen over inbouw
“Hoe elektrische kookplaat aansluiten”

Zoeterwoude medewerker 4

3 jaar bij BCC
Bedrijfsleider
Begonnen als BIO
Had al ervaring bij elektro winkel als bedrijfsleider

Lancering: in eerste instantie "dit is het". Maar het bracht een hoop problemen met zich mee. Zo is er geen tijd en werkt het systeem vaak niet goed. De computer loopt vaak vast. Hierdoor kreeg e-learning een negatieve lading. Ook vonden mensen het te lang duren.

Hij kiest liever voor klanten dan e-learning
Alleen nieuwe mensen er achter
Het is de verantwoordelijkheid van kader
Als de leiding er niet achter staat dan gaat het niet werken, hoe goed de e-learning ook is
Hier staat of valt alles mee
Kader moet het serieus nemen
's Ochtends en na half 5 is een mooie kans om te e-learnen
Twee PC's, dus er kunnen er twee tegelijk
Je moet niet steeds onderbroken worden als je bezig bent met e-learning
Ze moeten korter worden
Je zou het thuis moeten kunnen doen
Hier heb je wel een goede verbinding
Voor ervaren verkopers is het wel heel basic
Voorlezen van de tekst heeft geen zin
Liever beknopt dan uitgebreid
Dan is er meer tijd om mensen er achter te zetten
Productspecifiek is ook interessant voor ervaren verkopers
Laatste ¼ jaar geen aandacht aan besteed
Basis voor nieuwelingen, specifiek voor ervaren verkopers
E-learning is aanvulling op trainingen met tips and tricks
Moet meer klantgericht zijn
Afgestemd op verkoopgesprek
Praktijkgericht en klantvoordelen
Niet leuk om te doen
Het moet simpel en kort
Mensen zijn niet gemotiveerd, zo gaat het bij iedereen
Eén persoon moet verantwoordelijk zijn voor e-learning
Lijstje met vragen die vrijwillig gebruikt zou kunnen worden
Interactiviteit is goed maar geen poppenkast
Maar hoeft niet nodig te zijn als het kort is
Er blijft misschien maar 15% hangen

E-learning module voor kaderleden zou goed zijn
SAP basis dingetjes/procedures
Veel kaderleden zijn er niet goed in
Niet verplicht



Bijlage 16: FAQ

Bijlage 16: F.A.Q

Enkele voorbeelden van frequent asked questions die er moeten komen zijn:

Q: Waar vind ik mijn cursussen?

A: Zodra je in hebt gelogd met je gebruikersnaam en wachtwoord, wordt je automatisch doorgelinkt naar jouw cursuspagina.

Q: De cursus die ik wil volgen is nog niet beschikbaar, wat moet ik doen?

A: Wanneer je een cursus nog niet kan volgen betekent dit dat je een of meerdere introductie cursussen nog niet hebt gevolgd. Maak deze eerst voordat je aan andere cursussen begint.

Q: Ik heb nog geen gebruikersnaam, wat moet ik doen?

A: Stuur een Email naar opleidingen@bcc.nl met daarin jouw voor en achternaam, het filiaal waar je werkzaam bent en je functie. Afdeling L&D zal zo snel mogelijk een account voor je aanmaken.

Q: Hoe log ik in?

A: Op de homepage staat het inlogframe. Vul hier je gebruikersnaam en wachtwoord in en klik op de knop "inloggen".

Q: Ik ben mijn gebruikersnaam en/of wachtwoord kwijt, wat moet ik doen?

A: Geef dit aan bij jouw VM, deze neemt contact op met het servicecenter om jouw gebruikersnaam en wachtwoord te achterhalen.

Q: Ik heb de cursus volledig afgerond, maar mijn status geeft aan dat de cursus nog niet is afgerond, wat moet ik doen?

A: Wanneer er teveel gebruikers tegelijk E-learning volgen kan het gebeuren dat de database overbelast wordt en jouw gegevens niet opslaat. Geef zodra dit gebeurt dit direct bij jouw VM aan zodat deze dit door kan geven aan het servicecenter.

Q: Kan ik direct met de eindtoets beginnen?

A: Ja, wanneer je echter alleen de eindtoets maakt zal de cursusstatus nooit op voltooid komen te staan.

Q: Tijdens de cursus krijg ik een melding met "wilt u deze pagina bookmarken?", wat betekent dit?

A: Zodra je E-learning afsluit krijg je deze melding. Wanneer je (misschien onverwachts) moet stoppen met E-learning kun je verder gaan waar je gebleven bent. Klik bij deze melding vervolgens op ja.



Bijlage 17: Procedures in E-learning

Bijlage 17: Procedures in E-learning

De procedures die in E-learning moeten komen zijn:

Werking auditorium

Uit de interviews blijkt dat veel medewerkers niet weten hoe het auditorium werkt. Het auditorium is een aparte ruimte in de winkels waar audio apparatuur gedemonstreerd kan worden. In deze ruimte zijn diverse Hi-end modellen speakers, receivers etc. aangesloten die via een elektronische bediening aan- en uitgezet kunnen worden. Bij de verkoop van dit type producten is demonstratie een vereiste. De klant geeft niet enkele duizenden euro's uit aan audio apparatuur zonder te horen hoe het geluid klinkt.

Uit de interviews blijkt dat veel medewerkers niet weten hoe het auditorium werkt waardoor er vaak een collega bijgehaald moet worden. Wanneer er geen collega's zijn vanwege drukte, bezetting etc. kan er dus niet gedemonstreerd worden aan de klant en de kans groot is dat een audio product niet gekocht wordt.

Werking Bos/Bas

Bos/Bas is het order systeem waarin de medewerkers orders invoeren, (speciale) bestellingen plaatsen, bezorgingen inplannen etc. Nu wordt de medewerker tijdens de introductiefase snel laten zien hoe het systeem werkt en moet de medewerker er direct mee beginnen te werken zonder dat er verder aandacht aan wordt besteed. Uit de interviews kwam naar voren dat 20% van de ondervraagden problemen ondervonden met het systeem omdat dit niet of niet goed uitgelegd was. Het Bos systeem is het basis programma waar de medewerker mee dient te werken. Als dit programma niet voldoende beheerst wordt kan de medewerker zich minder richten op de verkoop op zich.

Door een E-learning module over dit onderdeel te volgen kan de medewerker bekend worden met het systeem waardoor er minder tijd hieraan door collega's hoeft te worden besteed.

Bonussysteem

Als de verkopers veel verkopen krijgen zij maandelijks een bonus in de vorm van geld. De hoogte van de bonus hangt af van verschillende factoren. Deze zijn onder andere: de hoogte van omzet, het aantal verkochte accessoires en het aantal verkregen verkooppunten. Uit de interviews blijkt en de enquête blijkt dat veel medewerker niet weten hoe het bonussysteem werkt. Net als het Bos/Bas systeem wordt dit snel uitgelegd tijdens de introductie waarna er geen aandacht meer aan wordt besteed.

Door deze procedures via E-learning aan te leren, kan er tijdens de introductie tijd bespaard worden voor de medewerker die de introductie uitvoert. In plaats van het de nieuwe medewerker dit aan te leren hoeft de introducerende medewerker alleen maar controle uit te voeren of de nieuwe medewerker alles begrijpt en hulp te bieden wanneer er vragen zijn. Zo is er meer tijd over voor de verkoop en is de nieuwe medewerker zeker dat er geen onderwerpen vergeten worden.

Wat te doen als een product niet op voorraad is

Niet alle producten zijn altijd op voorraad. Dit kan komen omdat het product uitverkocht is maar ook omdat bijvoorbeeld het magazijn van een filiaal te klein is om de producten op te slaan. Wanneer de klant een dergelijk product wil dient het product besteld te worden. Dit kan via verschillende wegen, direct bestellen uit het centrale magazijn, een ander filiaal of een speciale bestelling via de fabrikant.

Door deze procedure te leren via E-learning aan de medewerkers tijdens de introductie weet de medewerker direct wat de opties zijn wanneer de klant om een dergelijk product vraagt. Ook hoeft de medewerker dit niet aan een kaderlid of een collega te vragen waardoor er tijd bespaard word.



Bijlage 18: Accessoires in E-learning

Bijlage 18: Accessoires in E-learning

In E-learning dient de bijverkoop gemeld te worden. Dit dient per product gedaan te worden. Onderstaande afbeeldingen geven de verschillende manieren weer, hoe dit gedaan kan worden.

Optie 1:

BCC **Stofzuigers** **4. Accessoires** **SDA**

Opzetborstels

Universeel
De standaard universele zuigmond is voorzien van wielletjes om zo makkelijk over de vloer te rollen. Daarnaast is de zuigmond vaak uitgerust met twee standen. Eén met uitgeklapte borstels voor harde vloeren en één met ingetrokken borstels voor bijvoorbeeld tapijt.

Harde vloeren borstel (ook parketborstel genoemd)
Deze borstel is speciaal voor oppervlakten zoals parket en laminaat en is zo gemaakt dat deze niet krast op de vloer. Het is belangrijk om te inventariseren wat voor soort type vloeren de klant heeft, waardoor je weet of de klant een harde vloeren borstel nodig heeft.

Meubelzuigmond
Een meubelzuigmond is speciaal voor het stofzuigen van meubels. Zo kan bijvoorbeeld een stoffen bank makkelijk gestofzuigd worden. Meestal wordt deze zuigmond bij de stofzuiger geleverd.

Kierenzuigmond
De kierenzuigmond is speciaal om in kieren en moeilijke hoeken te stofzuigen. Meestal wordt deze zuigmond bij de stofzuiger geleverd.

Vulgende

In het **rood** worden de verschillende hoofdonderwerpen weergegeven. Wanneer er geklikt wordt op dit onderwerp komen er, in dit geval opzetborstels, verschillende type opzetborstels.

In het **blauw** wordt vervolgens uitleg gegeven over het type met daarbij een afbeelding (omcirkeld in het **donkerrood**) zodat deze zuigmond gemakkelijk te herkennen is.

Optie 2:



Bovenaan het scherm staan de verschillende accessoires die bijverkocht kunnen worden bij een computer. Zodra de gebruiker op een van de onderwerpen klikt komt er rechtsboven (blauw omrand) een klantvraag of opmerking te staan waaruit de verkoper kan opmaken dat er behoefte is aan, in dit geval, een externe harde schijf. In het groen omrand staat vervolgens de informatie over een externe harde schijf met een afbeelding van een dergelijke accessoire (rood omrand).

Optie 3



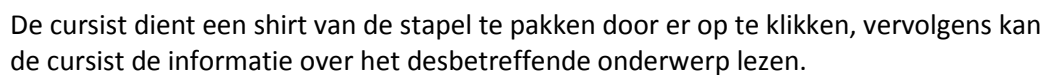
Aan de linker zijde kan een onderwerp gekozen worden (rood omrand). Vervolgens komt rechts de informatie (groen omrand) en de afbeelding (bruin omrand) te staan



Bijlage 19: Voorbeeld lay-out E-learning

Zoals aangegeven in het advies dient de lay-out van E-learning aangepast te worden aan de productgroep. Op de volgende pagina's staat een voorbeeld hoe dit uitgewerkt kan worden.

In deze animatie worden de verschillende wasprogramma's uitgelegd. Zoals te zien staat de informatie op de T-shirts geschreven.



Zodra de cursist de informatie in zich heeft opgenomen kan het T-shirt in de wasmand “gegooid” worden door het T-shirt los te laten boven de wasmand.



Wanneer de cursist alle informatie in zich heeft opgenomen, en dus alle T-shirts in de wasmand liggen kan naar de volgende pagina gesurft worden.

Voorbeeld animatie E-learning module stofzuigen:

Een belangrijk onderdeel om te weten voor de verkoop van een stofzuiger is waar de klant precies op let bij de aanschaf van een dergelijk product. In deze animatie kan de cursist zelf de volgorde bepalen van de onderwerpen.



Zodra de cursist een onderwerp heeft gekozen zoals “cleaning performance” zijn er aan de linkerkzijde weer verschillende onderwerpen te kiezen. In dit geval is het paragraaf zuigmond aangeklikt waar meer informatie over dit onderwerp wordt gegeven. De lay-out is aangepast aan het onderwerp, in dit paragraaf is bijvoorbeeld voor laminaat gekozen omdat de ondergrond een belangrijk onderwerp is voor de verkoop van een stofzuiger.

BCC **Stofzuigers** **3. Waar let de klant op? - de specs** **SDA** **Eindtoets** **Woordenlijst** **Cursusoverzicht**

Zuigmond

Naast de zuigprestatie van een stofzuiger is ook de zuigmond bepalend voor de cleaning performance. Er zijn verschillende soorten borstels voor alle soorten oppervlakten.

- De standaard zuigmond is voorzien van wietjes om gemakkelijk over de vloer te rollen. Daarnaast is de zuigmond vaak uitgerust met twee standen, één met uitgeklapte borstels voor harde vloeren en één met ingetrokken borstels voor bijvoorbeeld tapijt.
- Daarnaast is er een speciale borstel voor harde vloeren, zoals bijvoorbeeld parket en laminaat en is zo gemaakt dat deze niet krast op de vloer.
- Bovendien is er de turboborstel. Deze borstel is speciaal voor mensen met huisdieren. De draaiende borstels jagen de haren op van de vloer en worden vervolgens opgezogen.

[Terug naar 'waar letten klanten op'](#)

Wanneer de cursist terug gaat naar het hoofdmenu en vervolgens op filtratie klikt, komt de volgende pagina op het scherm.

BCC **Stofzuigers** **3. Waar let de klant op? - de specs** **SDA** **Eindtoets** **Woordenlijst** **Cursusoverzicht**

Filtratie, hoeveel stof komt er weer naar buiten?

De meeste stofzuigers hebben een filtersysteem dat bestaat uit drie filters:

1. De stofzak, hier wordt het merendeel van de stofdeeltjes opgevangen
2. Een motorfilter, deze beschermde de motor van de stofzuiger
3. Het microfilter, deze haalt de laatste kleine stofdeeltjes uit de lucht die de overige filters hebben doorgegaan

Het doel van deze filters is het vasthouden van de stofdeeltjes in het apparaat ofwel het voorkomen dat stofdeeltjes opnieuw in de lucht worden geblazen.

Vervangen/reinigen van filters

De filters in een stofzuiger kunnen na verloop van tijd vuil of verstopt raken. De filters en de stofzuiger functioneren hierdoor minder goed. Vanwege dit is filters regelmatig vervangen of schoonmaken moet worden.

De kwaliteit van de uitgeblazen lucht wordt grotendeels bepaald door de filters die zich bevinden in de stofzuiger. Filters van hoge kwaliteit in de hedendaagse stofzuigers zorgen ervoor dat deze uitgeblazen lucht steeds beter van kwaliteit wordt. Er blijven steeds minder stofdeeltjes en bacteriën over. Zeker voor mensen met een stofallergie of astma is dit een goede ontwikkeling.

Er zijn verschillende soorten microfilters:

Air clean filter

Dit is het standaard microfilter wat bij veel stofzuigers standaard bijgeleverd wordt. De filteringscapaciteit van dit type filter zorgt er voor dat de uitgeblazen lucht schoner is dan de lucht binnen in de stofzuiger.

Dit type filter dient om de vles stofzuigerzakken vervangen te worden.

Koolstoffilter

Een koolstoffilter zorgt er net als het air clean filter voor dat stofdeeltjes uit de lucht gefilterd worden. Naast de filtering zorgt dit type filter er ook voor dat luchtjes geabsorbeerd worden, waardoor de stofzuiger niet meer ruikt.

[Volgende pagina](#)

Zoals te zien is de stijl op deze pagina ook weer aangepast aan het onderwerp en is er gekozen voor een tegel ondergrond.



Bijlage 20: Interview vragen

Bijlage 20: Interview vragen

Onderstaand zijn de interview vragen waarmee de interviews zijn gestart.

Vragen V.M. (E-learning coordinator)

- Heb je genoeg tijd om je medewerkers op e-learning te sturen?
- Welke signalen krijg je van medewerkers zodra zij e-learning mogen doen?
- Wat leren de medewerkers volgens jou?
- Wat zouden zij meer/minder moeten leren?
- Wat vindt je de manier van aanbieden (in filiaal i.p.v. via internet)?
- Wat vind je van het platform (de easygenerator omgeving)?
- Welke meerwaarde hebben de e-learning modules voor:
 1. beginnende medewerkers
 2. medewerkers die el enkele (maanden/jaren) werkzaam zijn bij BCC.

Vragen Algemeen

- Hoe merk je dat de e-learning modules voor jouw effect hebben?
- Wat vind je wel of niet leuk aan de modules?
- Waarom zou je meer tijd willen om te E-learnen?
- Waarom heb je ... aangevinkt op de enquête?
- Zou je meer inspraak op de ontwikkeling willen hebben en waarom?
- Waarom volg je E-learning?
- Wat vind je van het visuele gedeelte van e-learning?
- Is E-learning te begrijpen/buikbaar/efficiënt?

Deze vragen zijn niet in een specifieke volgorde gehanteerd en ook niet alle vragen zijn altijd gesteld. Door zo open en mogelijk een gesprek in te gaan en geïmproviseerde vragen te stellen kan er dieper op verschillende onderwerpen worden ingegaan.