



# PRODUCT ONBOARDING



## TOELICHTING

Onboarding wordt vaak geassocieerd met het inwerken van nieuwe medewerkers, maar de toepassingen zijn veel breder. Tegenwoordig wordt onboarding ook ingezet bij de introductie van nieuwe producten, diensten of strategieën. En dat is eigenlijk heel logisch!

### WAAROM ONBOARDING VOOR PRODUCTEN, DIENSTEN OF STRATEGIEËN

De traditionele winkel die zich richt op één specifieke productgroep is steeds meer een uitzondering. Winkels bieden een breed assortiment aan, en dat vraagt om dynamische en flexibele verkopers. Voor hen is het essentieel om niet alleen op de hoogte te zijn van wat ze verkopen, maar ook van het hoe en waarom.

Met een onboardingprogramma voor een product, dienst of strategie help je jouw team om:

- 1. De nieuwe keuze beter te begrijpen:** wat houdt het product, de dienst of de strategie precies in?
- 2. De verwachtingen helder te krijgen:** wat wordt er van hen verwacht bij het aanbieden of uitvoeren hiervan?
- 3. De juiste aanpak te leren:** welke technieken, kennis en vaardigheden zijn nodig om dit succesvol te implementeren?

### HET RESULTAAT

Een goed onboardingprogramma vergroot niet alleen de productkennis van de medewerkers, maar maakt ze ook zelfverzekerder in hun rol. Dit leidt tot betere verkoopresultaten, hogere klanttevredenheid en meer draagvlak binnen het team voor nieuwe initiatieven.

PRODUCT  
ONBOARDING





## PRODUCT ONBOARDING

3

Mensen zijn gewoontedieren. Als we gewend zijn aan de dingen die we doen kan het lastig zijn om iets nieuws te omarmen, tenzij we duidelijk zien dat het een verbetering, opluchting of iets waardevols oplevert. Bij de introductie van een nieuw product of een nieuwe dienst is het cruciaal om medewerkers – de gewoontedieren – in dit proces mee te nemen.

### HET BELANG VAN EEN GOEDE INTRODUCTIE

Medewerkers in jouw winkel spelen een sleutelrol in het succes van een nieuwe lancering. Wanneer zij enthousiast zijn en vertrouwen hebben in het product of de dienst, kan dit het verschil maken. Daarom is het slim om je medewerkers vroegtijdig te betrekken.

#### Voordelen van vroegtijdig betrekken:

- **Soft launch:** medewerkers weten al wat er komt en kunnen zich mentaal voorbereiden.
- **Praktische feedback:** zij signaleren aandachtspunten, zoals voorraadbeheer, productplaatsing of klantprocedures.
- **Vragen en scherpte:** medewerkers stellen vragen die jou alert houden op hun behoeften en de klantbeleving.
- **Sentiment peilen:** je ontdekt op tijd hoe je team tegenover de lancering staat, zodat je eventuele weerstand of onzekerheid kunt aanpakken.

### CREËER BETROKKENHEID

Bij een product onboarding kun je medewerkers actief betrekken in het proces, bijvoorbeeld door:

- Het testen van een nieuw product.
- Meedenken over procedures bij een nieuwe dienst, zoals aansluiten of opzeggen.

#### Voordelen van betrokkenheid:

- **Ambassadeurschap:** je maakt medewerkers al in een vroeg stadium enthousiast.
- **Waarde en vertrouwen:** medewerkers voelen zich gewaardeerd en serieus genomen.
- **Efficiëntie:** samen bepalen hoe de lancering gaat werken bespaart tijd en moeite.





## ORGANISEER EEN 'UNBOX MOMENT'

Als de lancering dichterbij is, plan dan een unbox moment in. Dit is een live presentatie of training waarin medewerkers de klantbeleving zelf ervaren. Bijvoorbeeld:

- Het uitpakken van een product en ontdekken wat erin zit.
- Het plaatsen van een testorder voor een nieuwe dienst.

### Voordelen van een unbox moment:

- Direct leren door te doen.
- Verminderen van spanning: Medewerkers raken vertrouwd met het nieuwe.
- Klanten makkelijker informeren: Een eigen ervaring zorgt voor betere uitleg aan klanten.

Tip: Maak er een social mediavideo van waarin een medewerker zijn ervaring deelt. Dit verhoogt de betrokkenheid en versterkt het teamgevoel.

## DE KRACHT VAN DUIDELIJKE VERWACHTINGEN

Wat vaak wordt onderschat, is het delen van heldere verwachtingen. Zonder duidelijke doelen gaan medewerkers zelf prioriteiten stellen, en nieuwe producten of diensten komen dan vaak onderaan hun lijstje.

### Hoe deel je verwachtingen:

- Leg uit welke impact de lancering heeft bij succes.
- Koppel de lancering aan de strategie van de winkel.
- Vergelijk het nieuwe product of de dienst met iets dat al succesvol in de winkel is.
- Wees realistisch en stel trapsgewijze doelen om groei te bevorderen.

## FACILITEER KENNIS- EN VAARDIGHEIDSTRAININGEN

Een training in de **Expert Academy** helpt medewerkers zich goed voor te bereiden. Het neemt onzekerheid en aannames weg en vergroot hun vertrouwen. In de Expert Academy vind je ook veel producttrainingen.

**Bedenk:** Een succesvolle lancering begint bij een goed geïnformeerd en betrokken team. Door tijd en aandacht te investeren in het onboardingsproces, leg je een stevige basis voor succes.

