



salesforce

20 BEPROEFDDE METHODEN OP HET GEBIED VAN KLANTENSERVICE

UITMUNTENDE SERVICE LEVEREN





Bij klantenservice moet de klant centraal staan.

De wereld is veranderd. Mensen en apparaten zijn meer met elkaar verbonden, klanten zijn mondiger en beter geïnformeerd, en bedrijven hebben meer gegevens dan ooit ter beschikking. We leven in een 'verbonden tijdperk', met klanten die verstand hebben van digitale zaken en die verwachten dat hun klantervaring, responsief en probleemloos verloopt. Of bedrijven in de toekomst succesvol blijven, hangt ervan af of ze een klantervaring kunnen bieden die voldoet aan de alsmaar hogere verwachtingen in dit nieuwe, superverbonden tijdperk.

Als het over klantenservice gaat, zijn veel bedrijven in het verleden blijven steken. Daarom hebben we dit e-book ontwikkeld: je beschikt nu over de belangrijkste beproefde methoden van uitstekende klantenservice. Hiermee kun je jouw bedrijf laten slagen in dit verbonden tijdperk. Op basis van de feedback van onze klanten, productexperts en opinieleiders hebben we 20 beproefde methoden op het gebied van klantenservice opgesteld. Vijf hiervan betreffen goede service via verschillende kanalen, vijf gaan over het goed behandelen van de klant en tien zijn gericht op het bouwen van een team van wereldklasse. Laten we dat nu gaan bekijken.

Inhoudsopgave

Geweldige service via alle kanalen

- 1 | Ken je klanten, ongeacht waar ze zijn
- 2 | Maak gebruik van klantgegevens
- 3 | Gebruik de voorkeurskanalen van de klant
- 4 | Ga mobiel
- 5 | Bied training aan over omnichannel

Behandel klanten als vrienden

- 6 | Deel nuttige content
- 7 | Wees oprecht
- 8 | Voor elke tegenslag is een oplossing
- 9 | Maak gebruik van experts
- 10 | Houd je aan de regelgeving

Bouw aan je team

- 11 | Begin met het gesprek
- 12 | Neem mensen aan die passen bij jouw bedrijfscultuur
- 13 | Denk verder dan het kantoor
- 14 | Zet gamification in
- 15 | Gebruik meerdere kanalen om eentonigheid te verminderen
- 16 | Maak flexibele planning mogelijk
- 17 | Maak de functie zinnig
- 18 | Beloon succes
- 19 | Geef regelmatig feedback
- 20 | Zorg dat er mogelijkheden zijn om te groeien

Sectie 1

Geweldige service via alle kanalen

Bedrijven moeten rekening houden met moderne, zelfverzekerde klanten die dankzij technologische ontwikkelingen altijd verbonden zijn via meerdere schermen. Als je klantenservice niet toegerust is om via meerdere kanalen en apparaten uitmuntende service te verlenen, dan mis je de mogelijkheid om je klanten effectief van dienst te zijn.

Je klantenservice moet niet alleen gelijke tred houden met de klant, maar ook anticiperen op hun volgende stap. Dit betekent dat er nieuwe kanalen moeten worden benut en dat gegevens moeten worden gebruikt om een beter en completer beeld te krijgen van je klanten.

Geweldige service via alle kanalen



Ken je klanten, ongeacht waar ze zijn

Klanten zijn vaak minder tevreden als een bedrijf hen dwingt om verschillende kanalen te gebruiken om hun ondersteuningsprobleem op te lossen. Zorg dat medewerkers de klanten en hun wensen goed kennen, dat ze weten wat de gezamenlijke voorgeschiedenis is, welke communicatiekanalen men het liefst gebruikt etc. Op deze manier hoeven klanten als ze een gesprek zijn begonnen via e-mail, niet opnieuw het hele verhaal te vertellen als ze overstappen naar telefoon of live chat.



Maak gebruik van klantgegevens

Gebruik je contactcenter als het verzamelpunt voor klachten, opmerkingen en suggesties over producten. Laat je team de klantgegevens centraal bewaren, op één plaats die toegankelijk is voor iedereen die betrokken is bij klantenserviceprocedures.



Gebruik de kanalen waar je klanten de voorkeur aan geven

Onderzoek bij elke nieuwe klant welke kanalen hij of zij het liefst gebruikt voor serviceondersteuning. Laat medewerkers tijdens het eerste contact vragen welke kanalen de klant het liefst gebruikt om serviceproblemen te melden. Combineer eventuele welkomstmails voor nieuwe klanten met een handige "cheat sheet" met daarin alle contactmogelijkheden met je team. Voeg daarnaast een call-to-action toe in je marketingcontent en vraag klanten om contact op te nemen via de kanalen die zij het liefst gebruiken.



Stap over naar mobiele klantenservice

Mobiele opties zoals sms zijn voor de meeste contactcenters nog geen belangrijk kanaal. Toch doen bedrijven er goed aan het gebruik te overwegen. Mobiele opties bieden een platform dat de klant altijd kan gebruiken en dat een een-op-eengevoel biedt. Overweegt je klantenservicecenter om klanten andere contactopties te bieden, bijvoorbeeld via sms?

Bied training aan over omnichannel

Medewerkers worden niet in één klap experts in meerdere kanalen. Als er servicekanalen worden toegevoegd hebben klantenservicemedewerkers training nodig om die kanalen efficiënt te kunnen gebruiken.

Bij het selecteren van medewerkers voor de verschillende kanalen leer je de verborgen talenten van je huidige klantenservicemedewerkers kennen. Kijk naar de ervaring van je teamleden en laat hen stukjes schrijven om te bepalen wie de meest getalenteerde schrijvers binnen het team zijn. Zorg dat ze getraind zijn en dat ze in staat zijn om klanten antwoord te geven via kanalen die schriftelijk antwoord vereisen, zoals e-mail.

Behandel klanten als vrienden

Een goede ervaring met de klantenservice geeft de klant een antwoord op hun vraag. Een uitstekende ervaring met de klantenservice biedt meer dan dat. Bedrijven die kiezen voor echt concurrentievoordeel, investeren in een klantenservice die de klant persoonlijke interacties biedt die verrassend, prikkelend, plezierig en educatief zijn.

Interacties die volgens een strak scenario verlopen, behoren steeds meer tot het verleden. Klanten willen echte hulp voor hun probleem en willen graag persoonlijk worden geholpen. Geef klanten de mogelijkheid om zelf iets te leren en zorg dat ze het gevoel krijgen dat ze daadwerkelijk een bijdrage leveren aan het verbeteren van je bedrijf.

Behandel klanten als vrienden



Deel nuttige content

Klanten worden waardevol als je ze de kans geeft om een bron van kennis te worden. Nuttige content, zoals blogberichten, webinars, sociale berichten of whitepapers, kunnen helpen om problemen van klanten op te lossen. De klant kan deze informatie vervolgens delen met anderen.

Gebruik content efficiënt en blijf voortdurend in verbinding met de klant, zo zorg je dat de gecreëerde content nuttig, deelbaar en relevant is en aansluit op hun wensen en problemen.



Wees oprecht

Het lijkt een open deur, maar het is voor een succesvolle klantenservice heel belangrijk dat elke interactie authentiek en persoonlijk is. Leer je klantenserviceteams om betrouwbaar, toegankelijk en oprecht om te gaan met de klant. Klanten die zich op hun gemak voelen, zijn eerlijker, waardoor het probleem sneller opgelost kan worden.



Voor elke tegenslag is een oplossing

Er zijn helaas veel bedrijven die te maken hebben met klagende klanten. Zij kunnen stoom afblazen bij de klantenservice. Bedenk dat dit een bijzonder positieve en productieve ontwikkeling kan zijn, waardoor zowel je klanten als je productteams beter inzicht krijgen in de mogelijkheden en beperkingen van je producten. Zorg dat je team elke klacht behandelt als een mogelijkheid om het bedrijf nog beter te maken.



Maak gebruik van experts

Moedig medewerkers aan rechtstreeks samen te werken met de externe experts binnen je branche. Kies experts die fan zijn van jouw producten, die een hoge mate van betrokkenheid tonen en die anderen kunnen helpen het maximale uit je aanbod te halen. Het is doel is natuurlijk om nog meer tevreden klanten te krijgen.



Houd je aan de regelgeving

Zorg dat de brancheregulering bij elk klantcontact wordt nageleefd. Dit kan vooral belangrijk zijn bij het toevoegen van nieuwe kanalen, zoals een contactcenter dat via live chat de creditcardgegevens van klanten verzameld. Het is van groot belang dat ook deze nieuwe opties en procedures in overeenstemming zijn met alle regelgeving en dat het vereiste bedrijfsbeleid is opgesteld en wordt nageleefd. Implementeer oplossingen voor kwaliteitsmanagement die volledig voldoen aan de branchenormen.

Bouw aan je team

Het slagen of mislukken van elke klantenserviceafdeling is afhankelijk van de ervaring, vaardigheden en het doorzettingsvermogen van de teamleden. De keuze voor bepaalde servicemedewerkers kan leiden tot ongelooflijk succes of zorgen dat je bedrijf vanaf het begin niet in staat is om adequate service te verlenen.

Zelfs de beste teams kunnen niet slagen zonder de juiste begeleiding en motivatie. Zorg voor een gemotiveerd serviceteam en je zult zien dat klanten hier rechtstreeks van profiteren.



Bouw aan je team

#11

Begin met het gesprek

Vanaf het eerste gesprek moet er over motivatie worden gesproken, merkt Kimberly Warrick (Client Services Manager bij NJ Shares) op tijdens de een sessie van de Call Center Week 2013. Tijdens dit gesprek zit er een mogelijke nieuwe medewerker voor je die jou vragen direct kan beantwoorden. Dit is hét moment om te ontdekken wat hem of haar motiveert. Ontdek hoe potentiële teamleden gemotiveerd blijven, nog voordat ze zelfs maar een headset hebben opgezet. Vraag het ze gewoon!

#12

Neem mensen aan die passen bij jouw bedrijfscultuur

Veel mensen hebben de juiste vaardigheden, veel minder hebben de juiste instelling. Een medewerker zou eigenlijk moeten worden aangenomen omdat hij of zij past binnen de bedrijfscultuur. Het kan lonen om een vacature wat langer onvervuld te laten tot de juiste persoon is gevonden. Neem de tijd voor het aannemen van mensen. Op de lange termijn kost het veel meer als de verkeerde persoon is aangenomen dan wanneer de vacature wat langer open blijft staan. Het verminderen van personeelsverloop begint met het aannemen van de juiste mensen.

#13

Denk verder dan het kantoor

De milleniumgeneratie is bijzonder ambitieus en als potentiële werknemers beslissen ze vaak tijdens de trainingsperiode of ze voor een langere periode bij jouw bedrijf zullen blijven. Bij Telus International is het personeelsverloop gedaald dankzij initiatieven zoals de Telus University, waarbij werknemers kunst- en businesscredits behalen als ze voor het bedrijf blijven werken. Het bedrijf investeert in de ontwikkeling van klantenservicemedewerkers buiten hun werkzaamheden voor de klantenservice.

#14

Voeg gamification toe

Binnen sales is er veel te doen over gamification, maar ook contactcenters kunnen profiteren van deze tactiek. Salesteams en klantenserviceteams hebben misschien andere targets, toch kunnen bij beide dezelfde motivatietechnieken worden ingezet. Door realtime wedstrijden te organiseren, kunnen vertegenwoordigers samenwerken met collega's om de bedrijfscultuur te verbeteren en het moreel binnen het contactcenter te vergroten. Gamification zorgt dat een op een oog eentonige baan leuker wordt.



Gebruik meerdere kanalen om eentonigheid te verminderen

Door nieuwe klantenservicekanalen toe te voegen ontstaan er niet alleen nieuwe mogelijkheden voor klanten om in contact te komen met jouw bedrijf. Werknemers profiteren hier ook van. Het zorgt voor gevarieerde werk en werknemers ontwikkelen andere vaardigheden die ze kunnen bijschrijven op hun cv. Veel medewerkers zullen blij zijn met de mogelijkheid om het beantwoorden van telefoontjes en e-mails af te kunnen wisselen met het reageren op publicaties op sociale media. Probeer incentives toe te voegen voor verschillende kanalen als specifieke doelen worden behaald.

Bouw aan je team

#16

Maak flexibele planning mogelijk

Probeer het ruilen van shifts zo snel en eenvoudig mogelijk te laten verlopen. Overweeg bijvoorbeeld om een plek te creëren binnen het interne sociale netwerk waar medewerkers shifts kunnen ruilen. Een bedrijf dat inziet dat medewerkers flexibele roosters nodig hebben en waarvan het managementteam zoveel vertrouwen in zijn mensen heeft dat het eenvoudig wordt gemaakt om shifts te ruilen, trekt en behoudt meer personeel.

#17

Maak de functie zinnig

Als aan je servicemedewerkers wordt gevraagd wat voor werk zij doen, zeggen ze dan dat ze klantenservicemedewerkers zijn? Dat ze “de hele dag aan de telefoon zitten”? Of zeggen ze: “Ik help mensen met_____.” Dat laatste is het ideale antwoord. Je werknemers moeten weten dat ze echt iets betekenen voor je klanten en dat ze niet zomaar een nummer zijn.

#18

Belonen, belonen, belonen

Beloon werknemers als ze goed werk hebben geleverd. Geef beloningen waarmee ze buiten het bedrijf iets kunnen. De balans tussen werk en privé is belangrijk voor je medewerkers. Zorg daarom, indien mogelijk, voor beloningen waar medewerkers in hun vrije tijd iets aan hebben. Of het nu gaat om kaartjes voor een voorstelling of cadeaubonnen, zorg dat uit de beloning blijkt dat je begrijpt dat je team een leven heeft buiten de kantoorwanden en dat je graag wilt helpen dat leven aangenamer te maken.

#19

Geef regelmatig feedback en bevestiging

Tastbare beloningen om je team te motiveren, hoeven niet altijd geld te kosten. Als een teamlid goed werk heeft geleverd, is een attente e-mail van een supervisor of een berichtje op een intern sociaal netwerk vaak net zo effectief als een cadeaubon. Blijf zelfs de kleinste successen vieren. Al gaat het maar om een klein teken van erkenning, dit kleurt de dag van een medewerker die een stressvolle shift achter de rug heeft.



Zorg dat er mogelijkheden zijn om te groeien

Het gebrek aan mogelijkheden voor loopbaanontwikkeling is één van de belangrijkste redenen voor personeelsverloop. Ervaren, goede supportmedewerkers hebben binnen een callcenter al snel het gevoel dat ze hun plafond hebben bereikt. Je kunt deze medewerkers meer kansen bieden door hen op nieuwe, desnoods tijdelijke rollen in te zetten.

Dit kan in de vorm van een snuffel- of meeloopstage. Als je opleidingsmogelijkheden biedt, kunnen medewerkers snel kennis en vaardigheden ontwikkelen. Zo worden zij ook aantrekkelijk voor andere afdelingen binnen het bedrijf, zoals training, sales of marketing. Verlies je beste mensen niet uit het oog. Zorg dat je weet hoe het met hen gaat en of ze nog gemotiveerd aan de slag zijn in hun huidige rol. Hebben ze bijvoorbeeld interesse in een managementfunctie?

Prijs en product kunnen worden gekopieerd, maar dat kan niet met een betrouwbare servicecultuur.

Bedrijven die in de toekomst nog succesvol zijn, bieden een klantervaring die voldoet aan de hogere verwachtingen in dit superverbonden nieuwe tijdperk. Dankzij Salesforce Service Cloud¹, gebouwd op het Salesforce Customer Success Platform, kan ieder bedrijf de klant een persoonlijker, slimmere en snellere service bieden. Hierdoor neemt de klanttevredenheid toe en creëer je ambassadeurs van je merk. Benut deze 20 beproefde methoden om het succes van je klantenservice te vergroten en gebruik de kracht van Salesforce om de volgende stap te zetten en te zorgen dat al je klanten tevreden zijn.

SERVICEOPLOSSINGEN WAARMEE JE DE PRODUCTIVITEIT EEN BOOST GEEFT

Geweldige klantenservice bieden en op nieuwe manieren contact maken met de klant, dat is waar het om gaat als je een bedrijf bent waarin de klant centraal staat.

34% Grotere klantenbinding

38% Minder tijd nodig voor het oplossen van cases

39% Hogere productiviteit van werknemers



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie aan onze klanten en heeft geen ander doel dan informeren. Publicatie door Salesforce vormt geen aanbeveling. Salesforce geeft geen garantie voor de juistheid of volledigheid van de informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere onderdelen van dit e-book. Salesforce geeft geen garantie dat er bepaalde resultaten zullen worden behaald als de adviezen uit het e-book worden opgevolgd. Het kan wenselijk zijn om advies te vragen aan een professional zoals een jurist, accountant, architect, consultant of een professionele technicus om specifiek advies te krijgen dat past bij je specifieke situatie.

© 2014 Salesforce.com. Alle rechten voorbehouden.