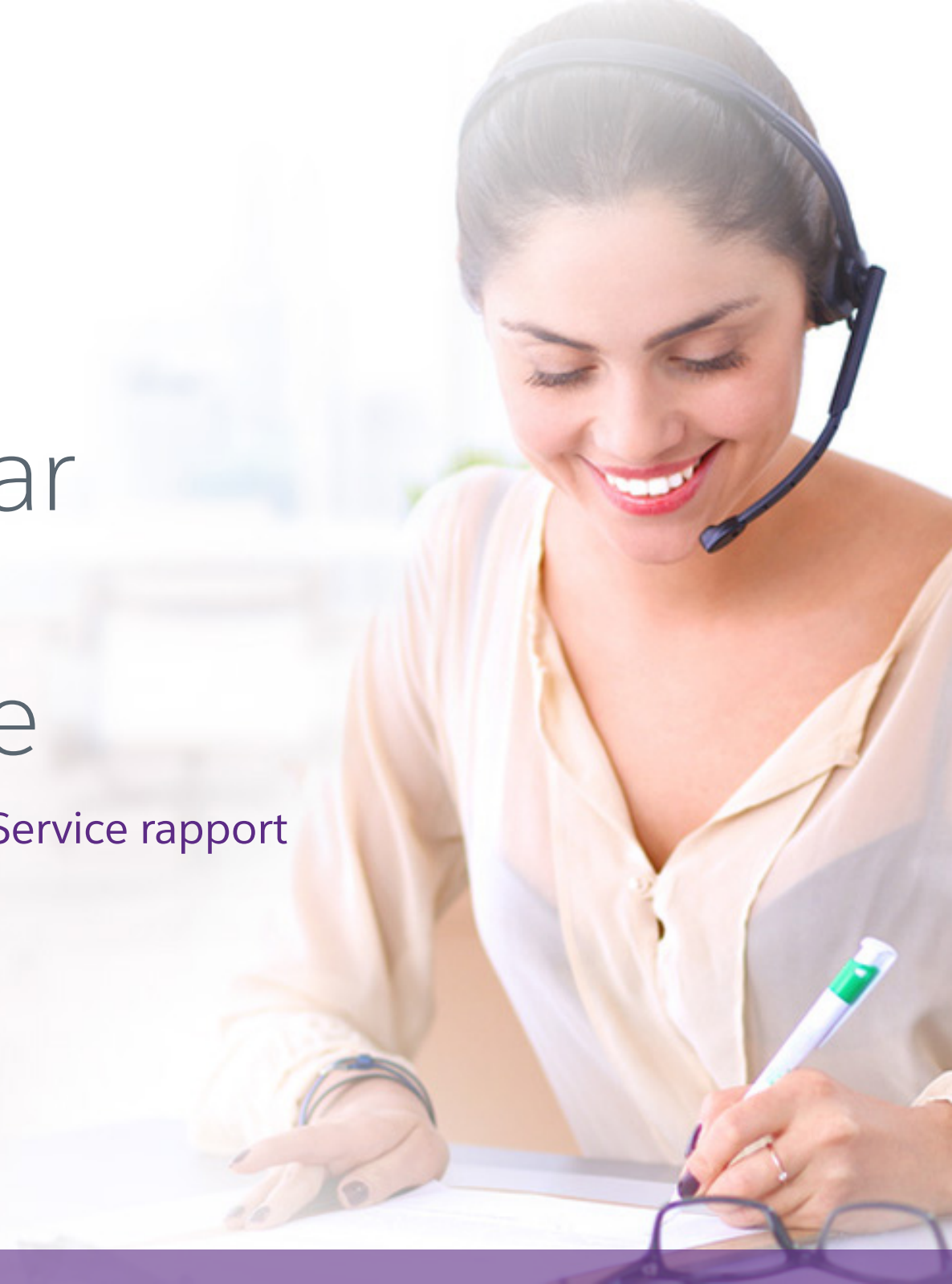


4 stappen naar uitzonderlijke klantenservice

Inzichten uit het 2015 State of Service rapport



Inleiding

Klantenservice is de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. Vroeger was er slechts één manier om contact op te nemen met een bedrijf: via een telefoongesprek, tijdens kantooruren, en je moest wachten totdat er een medewerker aan de lijn kwam.

Tegenwoordig gaat de klantenservice dezelfde weg als marketeers met een omnichannel benadering, waarbij service overal en op elk kanaal wordt aangeboden. Deze verandering is in gang gezet door klanten die via e-mail, sms'jes, social media, live chat en apps contact zoeken. We kunnen met iedereen, overal en ogenblikkelijk contact maken.

Klanten verwachten van bedrijven net zo'n snelle reactie. Ze verwachten uitstekende service en als ze die niet krijgen, dan gaan ze naar de concurrentie. De medewerkers van je klantenservice moeten meer bieden dan alleen ondersteuning: ze moeten het visitekaartje van je merk zijn.

Stel je dit scenario voor: Een klant belt en je medewerker weet precies wie het is, welke producten de klant heeft gekocht en alle vorige interacties van de klant met het bedrijf, ongeacht het kanaal. Je medewerker heeft toegang tot alle informatie die de klant nodig heeft en kan deze meteen verstrekken en daarmee het probleem snel oplossen. Klinkt geweldig toch? Dit scenario is haalbaar voor elk bedrijf. Voor ons rapport "[2015 State of Service](#)" hebben we onlangs een enquête gehouden onder 1900 belangrijke service-organisaties, wereldwijd. We onderzochten wat de best presterende organisaties doen om uitzonderlijke service te kunnen bieden. Alle cijfers en statistieken in dit e-book komen uit dit rapport, tenzij anders is vermeld. Lees verder en ontdek hoe je jouw klantenservice naar een hoger niveau tilt.

Inhoudsopgave

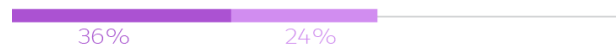
- 03 Zoek je klanten op
- 06 Geef je medewerkers de juiste middelen
- 09 Anticipeer op de behoeften van klanten
- 12 Bied selfservice-opties

Hoofdstuk 1

Zoek je klanten op

De klant van nu zorgt voor een verandering in de manier waarop serviceteams werken. Omdat we in een sterk verbonden digitale wereld leven, hebben klanten hoge verwachtingen van efficiënte, on-demand service. Als mensen slechte ervaringen met een bedrijf hebben, delen ze dat online. Bijzonder treffende voorbeelden van slechte service gaan zelfs viraal. Dus hoe gaan bedrijven aan die hoge klanteisen voldoen?

Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



- Levert al service via een mobiele app.
- Is van plan binnen twee jaar service te leveren via een mobiele app.



Klanten ontmoeten op hun eigen terrein

Volgens [Flurry](#) besteden smartphone-gebruikers tegenwoordig gemiddeld bijna drie uur per dag aan hun apparaten. Een flink deel van die tijd wordt besteedt aan communicatie met elkaar via sms'jes en social media. We zijn gewend geraakt aan een onmiddellijke reactie op onze handelingen: sms-notificaties die verschijnen, chatvensters die worden geopend, Twitter- en Facebook-meldingen voor nieuwe interacties. Dit is de nieuwe norm voor onze interacties. En daarom verwachten we ook van een klantenservice dat deze net zo direct is als onze persoonlijke interacties. Het klinkt ook heel logisch: als individuen zo communiceren, waarom doen bedrijven dat dan niet?

56%

van de bedrijven plant in de komende twee jaar in-app-service te leveren.

De best presterende serviceorganisaties staan met de klant in contact, waar deze ook maar is: via telefoon, e-mail, mobiele apps en social networks. De kans dat sterk presterende serviceteams uitstekende mobiele en social klantenservice bieden is **viermaal zo groot als die van slecht presterende teams**. Het ontmoeten van klanten waar zij zijn, draagt bij aan een efficiëntere service-interactie.

Stijgend gebruik van mobiele apps

In de afgelopen jaren zijn klanten overgestapt van desktopcomputers naar mobiele apparaten, waardoor het app-gebruik in korte tijd tot grote hoogte is gestegen. Voor bedrijven is dit een kans om nieuwe servicekanalen aan te bieden. Veel bedrijven hebben tegenwoordige mobiele apps voor klanten, en meer dan een derde van de sterk presterende serviceteams gebruikt dit kanaal dan ook al voor service. Meer bedrijven onderkennen de waarde van dit kanaal, en de vooruitstrevende servicebedrijven zijn bezig naar dit kanaal uit te breiden.

Technologie helpt

Vanwege de groei van mobiele en sociale servicekanalen verwachten bedrijven een **groei van meer dan 20% voor serviceaanvragen** via mobiele apps, mobiele chats en social networks. Het is dan ook geen verrassing dat leidende serviceteams extra investeren in servicetechnologieën om het volume te kunnen managen. Tools als embedded mobile video chat, offline mobile cases en social media monitoring dragen eraan bij dat medewerkers makkelijker kunnen werken en dat klanten een soepele channel-to-channel beleving hebben.

Belangrijkste punten:

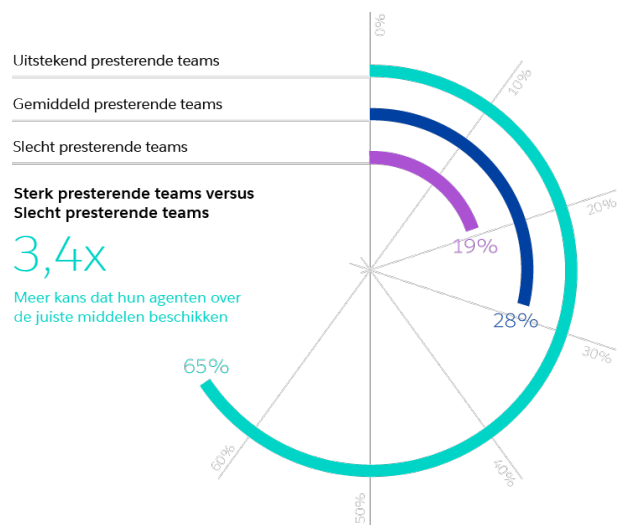
Serviceteams moeten daar zijn waar hun klanten zijn.

- ⊕ Omnichannel klantenservice maakt efficiëntere service-interactie mogelijk.
- ⊕ Het stijgend gebruik van mobiele apps is een kans om een persoonlijke, effectieve klantervaring te leveren.
- ⊕ Serviceteams zijn op zoek naar technologische oplossingen voor een vloeiende communicatie nu het aantal serviceaanvragen via mobiele en sociale kanalen stijgt.

Hoofdstuk 2

Geef je medewerkers de juiste middelen

De meeste mensen kennen deze quote uit de film Jerry Maguire: "Help me help you." Dit kan net zo goed het mantra zijn van alle klantenservicemedewerkers. Klantenservicemedewerkers staan onder veel druk. Niet alleen hebben ze enorm veel impact op de beleving en de perceptie van een bedrijf door klanten, ze communiceren ook met ontevreden personen, vaak in realtime, die verwachten dat hun problemen onmiddellijk worden opgelost. De beste serviceteams geven hun medewerkers de juiste middelen om problemen van klanten snel en effectief op te lossen.



Goed voorbereide medewerkers zijn essentieel voor klantsucces

Hebben jouw medewerkers alle tools om klantenservice van wereldklasse te bieden? Medewerkers die moeiteloos en op het juiste moment toegang hebben tot de juiste informatie kunnen problemen snel oplossen, met tevreden klanten als gevolg. Dit wordt gestaafd door onderzoek: van sterk presterende serviceteams is het **3,4 maal zo waarschijnlijk** dat zij hun medewerkers de juiste middelen bieden vergeleken met slecht presterende teams. Een betere service-ervaring begint bij een betere medewerker-ervaring.

Bied de juiste technologische oplossingen

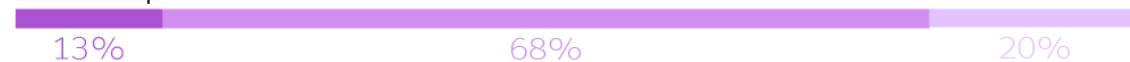
De beste teams omarmen technologie om de klus te klaren. **Een derde van de sterk presterende teams** leunt sterk op technologie. De slecht

presterende teams steunen nauwelijks (of in het beste geval gemiddeld) op technologie. De bewezen klantenservice-tools van vandaag zorgen ervoor dat medewerkers alle benodigde informatie op één plek hebben. Als de werkplekken van medewerkers geïntegreerd zijn met CRM-systemen (customer relationship management), kunnen ze snel het profiel en de accountgegevens van een klant controleren en een gepersonaliseerde ervaring bieden die maakt dat hun bedrijf zich onderscheidt van de concurrentie. En het beste is nog dat klanten zichzelf niet hoeven te herhalen en dat medewerkers kunnen anticiperen op hun behoeften. Als jouw medewerkers de juiste tools hebben, kunnen ze hun werk beter doen en klanten sneller helpen, liefst meteen in één keer.

Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



■ Maakt veel gebruik van technologie ■ Maakt redelijk veel gebruik van technologie ■ Maakt weinig gebruik van technologie

Belangrijkste punten:

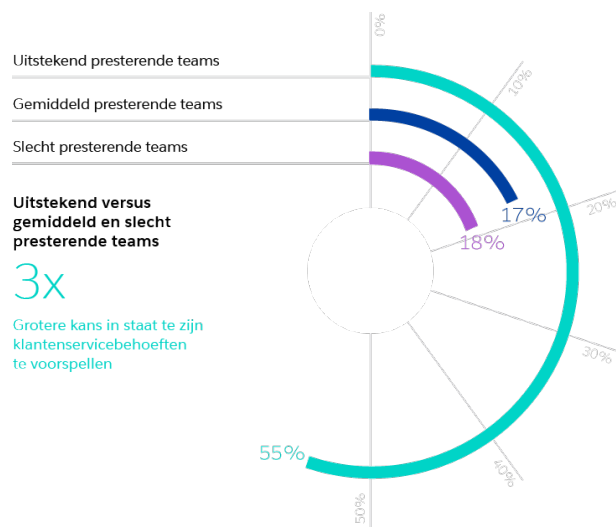
Als servicemedewerkers beschikken over de juiste middelen, leidt dit tot betere service en tevreden klanten.

- ⊕ De beste servicebedrijven geven hun medewerkers alle middelen om klanten tevreden te maken.
- ⊕ Met de juiste technologie kunnen medewerkers problemen snel oplossen, en dit levert betere interacties op.
- ⊕ Bedrijven geven aan dat in de komende twee jaar draagbare technologie een belangrijk deel zal uitmaken van de strategie van hun serviceteams.

Hoofdstuk 3

Anticipeer op de behoeften van klanten

Anticiperen op behoeften van klanten is makkelijker gezegd dan gedaan. Het aanbieden van eesteklas service begint met het luisteren naar, meedenken met en leren van klanten. Met slimme technologie kunnen servicemedewerkers klanten proactiever benaderen, zodat ze een relevante, gepersonaliseerde ervaring bieden die anticipeert op wat de klant echt nodig heeft.



Proactieve klantenservice dankzij nieuwe technologieën

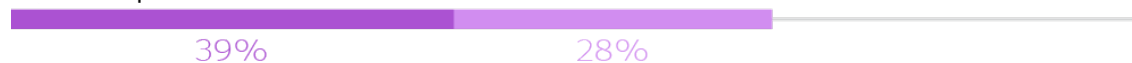
Volgens ons onderzoek gebruiken steeds meer serviceteams innovatieve technologieën om actiegerichte klantinzichten te verkrijgen. Serviceteams proberen bijvoorbeeld met behulp van analytics, eerdere aankopen, clicks en zoekopdrachten op de website te doorgronden, om zo de voorkeuren van klanten beter te begrijpen. Vervolgens kan voor elke afzonderlijke klant een profiel worden gekoppeld aan de beste aanbiedingen of content. We voeren deze gefundeerde voorspellingen automatisch uit, elke dag en zonder ervan bewust te zijn.

Als een kind erg geniet van chocoladecake, is snel de conclusie getrokken dat het ook wel van chocolade-ijs zal houden (en wie doet dit niet?). Op een soortgelijke wijze belooft nieuwe predictive

intelligence technologie serviceteams te helpen bij te anticiperen op het gedrag en het gevoel van klanten. Servicemedewerkers kunnen een proactieve benadering kiezen door gesprekken effectief door te sturen naar servicemedewerkers die bekend zijn met de casegeschiedenis, of naar technische specialisten.

Sterk presterende teams gebruiken **3,6 maal zo vaak** slimme technologie als predictive analytics om beter geïnformeerde beslissingen te nemen. Vergeleken met slecht presterende teams hebben sterke teams **driemaal zoveel kans** beter te zijn in het gebruiken en duiden van analytics. Met data maken ze aangepaste dashboards, houden in realtime prestatie-metrics bij en verbeteren zwakke plekken.

Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



■ Gebuikt momenteel opkomende technologie ■ Piloting/plan to use in next 12-18 months

Belangrijkste punten:

Proactieve service, ondersteund door slimme technologie, zit in de lift.

- ⊕ Slimme technologie maakt slimmere, proactieve klantenservice mogelijk.
- ⊕ Predictive intelligence helpt serviceteams het gedrag van klanten te begrijpen en te anticiperen op hun behoeften.
- ⊕ Teams die uitmunten in analytics doen hun voordeel met de resulterende actiegerichte inzichten.

Hoofdstuk 4

Bied selfservice-opties

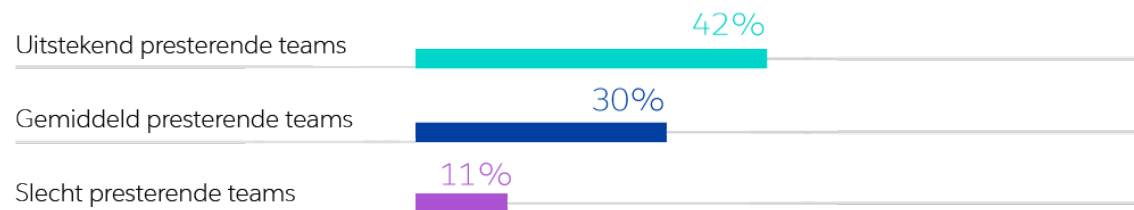
Een van de geweldige voordelen van het digitale tijdperk is dat elke klant zichzelf kan helpen. Bedenk eens hoe je zelf problemen thuis of op werk oplost: als je iets niet kan herinneren of als je wilt weten hoe je een eenvoudige taak moet uitvoeren, is de kans groot dat je het even googelt. De beste klantenserviceteams begrijpen dat mensen deze doe-het-zelf-houding ook bij een klantenservice toepassen. Veel klanten zoeken liever antwoorden in een community of op een FAQ-pagina dan dat ze de telefoon pakken. Waarom zou je ze daar dan niet toe in staat stellen?



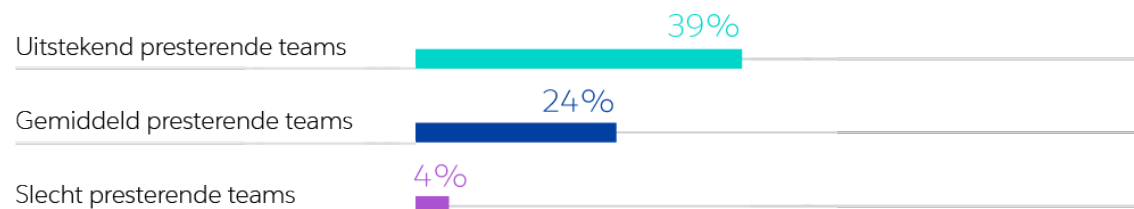
Waarom selfservice-community's creëren?

Sterk presterende teams maken de juiste informatie en oplossingen beschikbaar via een FAQ-pagina of via andere selfservicemogelijkheden zodat klanten zelf een oplossing kunnen vinden. De voordelen zijn eenvoudig: klanten vinden de benodigde informatie zonder veel inspanning en servicemedewerkers hebben meer tijd voor complexe casussen en hoeven niet meer keer op keer dezelfde eenvoudige informatie te verstrekken. De beste teams zijn viermaal zo waarschijnlijk een selfservice-community te onderhouden dan slecht presterende teams, waardoor ze een voorsprong hebben in service efficiency.

Selfserviceportals: Percentage dat het momenteel gebruik maakt van



Community's creëren en beheren: Percentage dat het momenteel gebruik maakt van



De kracht van klantcommunity's

Een ander instrument dat de beste teams al hebben ingezet zijn de klantcommunity's. Community's combineren de kracht van samenwerking en de kennis van velen, en kunnen klanten helpen zelf een oplossing te vinden. Klanten kunnen antwoorden zoeken in een forum of direct een vraag stellen via een discussiebord. De beste serviceteams creëren en beheren 11 maal meer vaker community's dan slecht presterende teams.

Belangrijkste punten:

Het leveren van selfservicemogelijkheden is de sleutel tot een succesvolle service.

- ⊕ Klanten willen de mogelijkheid hebben hun eigen problemen op te lossen voordat ze contact opnemen met de klantenservice.
- ⊕ Selfserviceportals geven klanten de mogelijkheden om zonder veel moeite de benodigde informatie te vinden. Bovendien zorgen ze ervoor dat medewerkers meer tijd hebben voor complexe problemen.
- ⊕ Bedrijven die community's creëren en cultiveren, beschikken over een gezamenlijk ecosysteem dat kennis deelt, vragen beantwoordt en interactie stimuleert.

Conclusie

Het maakt niet uit hóe klanten contact met je opnemen, ze verwachten een slimmere, gepersonaliseerde service-ervaring die hen nauwelijks enige moeite kost. Sterk presterende teams blinken uit in het contact leggen met klanten op hun voorwaarden, geven servicemedewerkers de juiste middelen, anticiperen op de behoeften van hun klanten met proactieve service en zorgen ervoor dat klanten zichzelf kunnen helpen. Door in je eigen personeel te investeren, met de juiste technologie en door je klanten meer mogelijkheden te geven, kun je een uitzonderlijke service bieden die je onderscheidt van de concurrentie.

Meer informatie over hoe de beste klantenserviceteams hun voorsprong houden, lees je in het complete rapport ["2015 State of Service"](#).



Serviceoplossingen die de productiviteit van medewerkers verhogen en de klanttevredenheid stimuleren

Een fantastische klantenservice betekent sneller, slimmer en meer gepersonaliseerd zijn dan ooit tevoren. Met de juiste technologie geef je je serviceafdeling alle touwtjes in handen en maak je via compleet nieuwe manieren contact met je klanten.

[Meer informatie ›](#)

48% Sneller cases oplossen

47% Verhoging van de productiviteit van servicemedewerkers

45% Minder tijd nodig voor het oplossen van cases



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie aan onze klanten en heeft alleen informeren tot doel. Publicatie door Salesforce vormt geen aanbeveling. Salesforce geeft geen garantie ten aanzien van de nauwkeurigheid of volledigheid van de informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere items in dit e-book. Salesforce geeft geen garantie dat je bepaalde resultaten zult behalen als je de adviezen uit het e-book opvolgt. Je kunt het beste contact opnemen met een professional zoals een advocaat, accountant, architect, bedrijfsadviseur of professional engineer voor specifiek advies voor jouw situatie.

© 2015 salesforce.com, inc. Alle rechten voorbehouden.

ANDERE INTERESSANTE INFORMATIE:



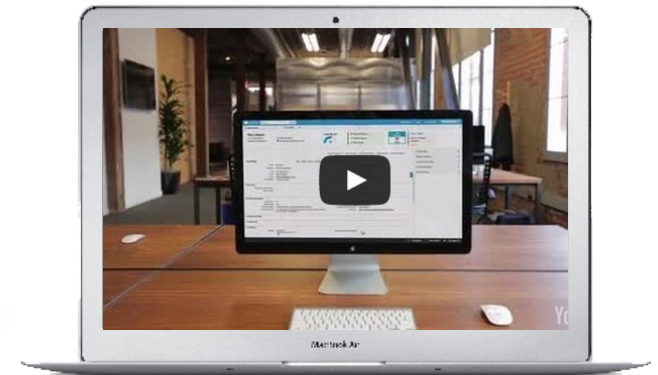
Hoe de Smart Agent Console je klantenservice transformeert

[DOWNLOADEN](#)



6 stappen naar een complete service-ervaring

[DOWNLOADEN](#)



Bekijk de Service Cloud in actie

[Nu bekijken >](#)

Nog meer handige informatie over service en CRM.
Bezoek het informatiecentrum van Service Cloud.

[MEER INFORMATIE](#)



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM
SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS IOT