

Service via social media:

Zorg dat jouw klanten terugkomen



Wat wij zien

Bedrijven moeten social kanalen in hun supportstrategieën integreren om hun klanten tevreden en betrokken te houden.

Naarmate de verwachtingen van klanten toenemen en zij voor een snellere service gebruikmaken van social kanalen, moeten bedrijven elk beschikbaar hulpmiddel benutten om snel en adequaat te kunnen reageren. Een recent onderzoek naar de interacties tussen luchtvaartmaatschappijen en hun klanten bevestigt dat een vlotte service zich terugbetaalt. “Klanten die via Twitter antwoord kregen van luchtvaartmaatschappijen waren tevredener over hun ervaring en eerder bereid om de maatschappij aan te bevelen. Ze waren ook bereid in de toekomst meer te betalen voor een ticket van die luchtvaartmaatschappij.”

1 Door social kanalen aan hun mix van service-opties toe te voegen, kunnen bedrijven floreren in deze sociale wereld.



Waarom het belangrijk is

Om klantervaringen te transformeren, moeten bedrijven in staat zijn naar de juiste conversaties op social media te luisteren en snel te reageren.

Het ontmoeten van klanten op de plek waar zij zich bevinden is een tactiek die bedrijven zouden moeten omarmen. De meeste bedrijven richten zich primair op Facebook en Twitter - maar miljoenen gebruikers maken ook frequent gebruik van Instagram, LinkedIn en Pinterest. Het is niet alleen belangrijk dat je weet waar je moet kijken, maar ook dat je snel kunt reageren. Zo'n 80% van de klanten verwacht nu binnen 24 uur antwoord, 50% binnen 2 uur en 30% binnen minder dan 30 minuten.²

Gezien de explosie van social engagement zal het niemand verbazen dat klantenservice via social snel groeit. Naar schatting 90% van de bedrijven zal tegen 2020 gebruikmaken van social media om te reageren op serviceverzoeken van klanten en partners.³

Doe er je voordeel mee

Bedrijven die via meerdere kanalen de interactie met klanten aangaan, behalen daarmee kwantificeerbare resultaten.

Naarmate een bedrijf betere klantenservice weet te bieden via social media, neemt de kans toe dat het daarvan zal profiteren. Sommige retailers hebben zelfs vastgesteld dat deze omni-channel klanten twee tot vijf keer meer besteden dan klanten die slechts via 1 kanaal kopen.⁴ Wanneer bovendien honderden of zelfs duizenden mensen via social media kunnen zien dat een probleem wordt opgelost, zullen zij eerder een positief beeld van een merk krijgen.

Waar te beginnen

Integratie van social klantenservice in jouw bestaande CRM kan het rendement op deze investering maximaliseren.

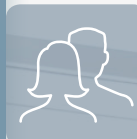
Het meest effectieve CRM-systeem met social functionaliteiten pikt relevante conversaties over jouw merk op uit alle social bronnen en stuurt deze door naar de juiste persoon. Bovendien biedt het ideale systeem de medewerker een totaalbeeld van de klant en het vermogen om rechtstreeks vanuit de console via het social kanaal te reageren. Het is dit niveau van engagement dat de meeste positieve resultaten oplevert. "Wanneer je via social media een positieve klantervaring weet te bieden, zal de klant 20 tot 40% méér bij jouw bedrijf besteden,"⁶ zegt Jessica Latimer, senior manager Social Media & Customer Engagement bij ALEX AND ANI. Daarvoor moet het CRM-systeem social media met dezelfde kwaliteit afhandelen als telefoon- en e-mailverkeer om zo een gepersonaliseerde klantervaring te realiseren.

Ontdek meer over de Salesforce Social Service-oplossing.

[BEKIJK DE DEMO](#)

1. <https://blog.twitter.com/2015/new-research-consumers-willing-to-spend-more-after-a-positive-customer-service-interaction-on>
2. Gartner, <https://www.exacttarget.com/gartner-manage-social-media-engagement>
3. Social Media Today, http://www.socialmediatoday.com/content/using-social-media-customer-service-tool-infographic?utm_source=feedburner&utm_content=buffer7649b&utm_medium=facebook&utm_campaign=Buffer
4. Bain & Company, <http://www.bain.com/publications/articles/three-rules-for-building-the-modern-retail-organization.aspx>
5. <https://www.zendesk.com/resources/instaservice/>
6. <https://www.brighttalk.com/webcast/10061/175525>

© 2016 Salesforce, Inc. Alle rechten voorbehouden. Salesforce, Salesforce1, Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud, Chatter en anderen zijn handelsmerken van Salesforce, Inc. Het Salesforce Cloud-logo en andere creatieve uitingen zijn eigendom op basis van en worden beschermd door het copyright en/of merkenrecht. Ga naar www.salesforce.com voor meer informatie.



Waarom maken klanten gebruik van social media?

— 50% —

om antwoord te krijgen van een bedrijf voor het oplossen van een serviceprobleem.

— 48% —

om een bedrijf een compliment te geven voor een fantastische service-ervaring.

— 47% —

om met een breder publiek informatie te delen over de service die men heeft ervaren.⁵

