

Klantenservice: het onderscheid ten opzichte van de concurrentie

salesforce



Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Communiceer met je klanten op hun manier	4
2. Bied je klanten de mogelijkheid om zelf een probleem op te lossen	9
3. Alle klantinformatie voor service agents binnen handbereik	11
4. Anticipeer op de wensen van je klant	15
5. Real-time inzicht in service performance voor betere klantenservice	18
6. Stuur je team real-time aan op klantenservice	20
Conclusie	22



‘Producten lijken steeds meer op elkaar, het verschil zit in de geboden service’

Door voortschrijdende innovaties op het vlak van technologie, internet en mobiliteit van de klant is de klant steeds meer aan zet. Producten en diensten zijn praktisch uitwisselbaar, waardoor de geboden service het verschil maakt voor de klant. Zorg voor een **persoonlijke 1-op-1**, **snelle** en **schaalbare** service.

Klanten willen graag service ontvangen op de manier waarop zij zelf communiceren; WhatsApp, Facebook (Messenger), Instagram, e-mail, SMS etc. Ook willen ze steeds vaker zelf het antwoord op hun vraag kunnen googlen.

Zorg dat *je service agents* klaar zijn om de klant optimaal te kunnen helpen vanuit één overzicht met pro-actieve meldingen. Vaak combineren service agents data uit verschillende bronnen, dit kost tijd en geeft een verhoogde kans op fouten met als gevolg (te) lange wachttijden en/of ergernis voor je klant.

Geef *je service manager* de informatie die hij nodig heeft, real-time zodat je op het juiste moment kunt bijsturen, zelfs via je smartphone.

De toegang tot allerlei informatie heeft de klant slimmer en sneller gemaakt waardoor nu meer dan ooit tevoren een positieve klantervaring en goede service de echte ‘**onderscheidende factor**’ is ten opzichte van de concurrentie. Lees in dit e-book hoe je als service agent en service manager een optimale klantervaring kan bewerkstelligen.

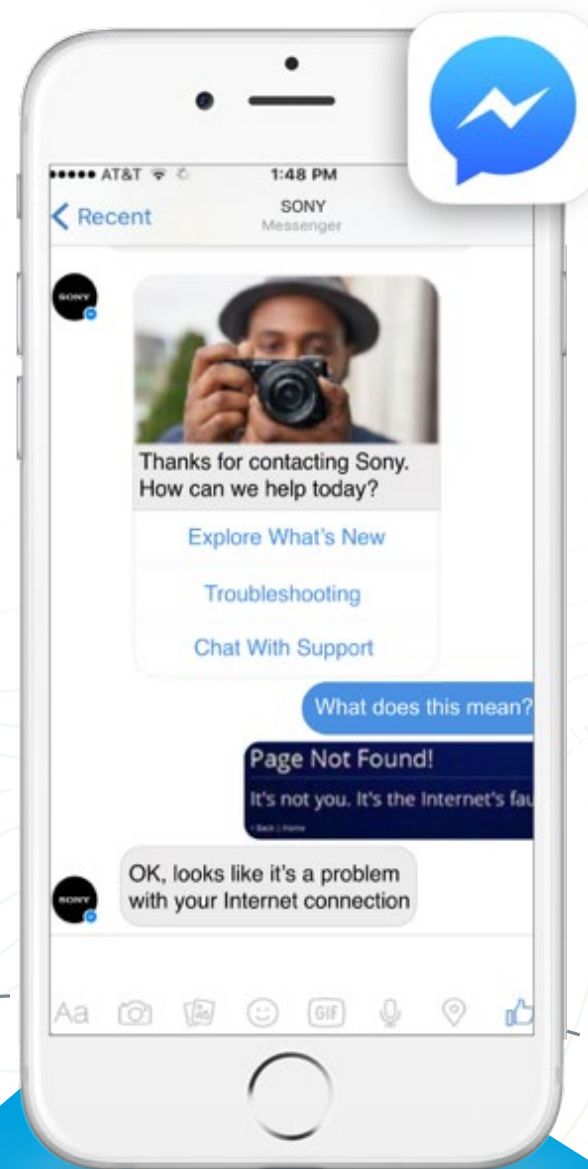


85% van de ondervraagde bedrijven ziet de klantervaring met het call center als onderscheidende factor.*

*Deloitte, 2015 Global Contact Center Survey results

Communiceer met je klant op hun manier

“Klanten willen op elk gewenst moment, via elk beschikbaar medium service kunnen krijgen. Goede service die adequaat en snel beschikbaar is via communicatiekanalen waar zij vertrouwd mee zijn.”



Ontmoet je klanten op hun eigen terrein

In de afgelopen jaren zijn klanten massaal overgestapt van de normale computers naar mobiele apparaten. Er wordt gemiddeld langer dan drie uur per dag op een mobiele apparaat gekeken*. Een groot gedeelte van die tijd wordt besteed aan onderlinge communicatie applicaties zoals WhatsApp en via social media, minimaal 3 uur per dag voor Nederlandse jongeren (EenVandaag, 2015). We verwachten steeds meer een onmiddellijke reactie: WhatsApp meldingen, chatvensters die worden geopend, Twitter- en Facebook meldingen. We zijn inmiddels gewend aan deze vorm van communiceren. Het is dus niet meer dan logisch dat veel bedrijven inmiddels mobiele apps voor klanten aanbieden en meer dan een derde van de goed presterende service teams hiervan gebruik maakt voor service**. De razendsnelle opkomst van mobiele apps is een kans om persoonlijker en effectiever met je klanten te communiceren.

* Bron: Tecmark, 2014

** Bron: State of Service 2015

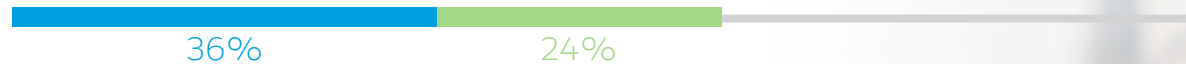
*** Bron: FORRESTER: Good Alone, Better Together: Integrating Chat And Virtual Agents, Brendan Witcher, October 29, 2014

Je klanten verwachten sneller een adequaat antwoord op hun vragen via de hun bekende communicatiekanalen

Je klanten bepalen tegenwoordig de manier waarop je service teams werken. In een wereld waar iedereen overal informatie vandaan kan halen én delen staat de klant meer dan ooit aan het roer. Dus zul je als bedrijf ook met apps en op social media aanwezig willen zijn daar waar je klant zich bevindt. Besteed dus aandacht aan de voorkeur van je klant bij het gebruiken van communicatiekanalen. Horen ze liever een stem of maken ze gebruik van een webchat, bijvoorbeeld, zorg er dan voor dat die kanalen beschikbaar zijn. Alleen zo kan de serviceorganisatie je werkelijk onderscheiden van de concurrentie.***

De best presterende service-organisaties hebben ongeacht waar hun klanten zich bevinden contact met ze; via de mobiele telefoon, e-mail, mobiele applicaties en social media. Succesvol presterende serviceteams zijn vier keer zo goed als minder presterende teams in het bedienen van hun klanten. Zij investeren in service technologieën om de te verwachte groei, van meer dan 20% voor service aanvragen via mobiele apps, mobiele chats en social media, aan te kunnen en zo bij te dragen aan een snellere en efficiëntere beantwoording van klantvragen.

Best presterende teams leiden de verschuiving naar het bieden van service via mobiele apps



Bij gemiddeld presterende teams is dat 17%



Slecht presterende teams



■ Biedt klanten al service via een mobiele app ■ Is van plan om klanten binnen twee jaar service te bieden via een mobiele app ■ Overig

Bron: Salesforce Service report 2015



Suitsupply zet klant volledig centraal

Het Nederlandse Suitsupply, bekend om zijn stijlvolle herenkleding, heeft de gepersonaliseerde dienstverlening aan de klant hoog in het vaandel staan en werkt daarvoor nauw samen met Salesforce. “De klant staat bij ons centraal. Onze producten en organisatie zijn letterlijk en figuurlijk rond de klant gebouwd. De kwaliteit van de producten, en een optimale en zo persoonlijk mogelijke service staan centraal”, zo begint Nick Botter, Manager Marketing Technology bij Suitsupply.

Alles draait om service

“De verwachting van consumenten verandert voortdurend; klanten gebruiken steeds meer kanalen om te communiceren en te winkelen en het is zaak om daarop te kunnen blijven inspelen, bereikbaar te zijn waar en wanneer de klant dat wil en overall hetzelfde niveau van service te leveren” zegt Nick Botter. Er ontstaat een 360-graden beeld van de klant: als hij bijvoorbeeld contact heeft met een sales professional of stylist via WhatsApp, is deze ook al meteen op de hoogte van zijn stijlvoorkeuren door de informatie uit sociale kanalen zoals Facebook, Twitter, en de eerdere aankopen die hij heeft gedaan. Zo maken we een shopping ervaring makkelijker, of het nu online is, instore of via social media.



Bestellen en betalen vanuit WhatsApp

“We communiceren steeds meer met onze klanten via messaging platforms, zoals bijv. WhatsApp om stylingadvies te geven. Door de koppeling met Salesforce krijgt de WhatsApp-conversatie gelijk de juiste context: wie is de klant, wat zijn de eerdere bestellingen, of is er een bepaald soort kostuum of jasje dat hem het best zou passen? Zo kun je een veel beter en persoonlijker gesprek voeren. En dat is ook precies wat klanten verwachten bij zo'n persoonlijk kanaal als WhatsApp.”

“Door de koppeling van WhatsApp, klantgegevens, productfoto's en een betaallink met het CRM-systeem kan hij direct afrekenen vanuit WhatsApp en voelt het voor de klant als een soepele, naadloze klantgerichte ervaring.”

Persoonlijke service

“Een nieuwe dienst is The Box Office; een persoonlijke styling



“Met de Salesforce suite kunnen wij de klant optimale service bieden via ieder gewenst kanaal – online en offline”

Nick Botter - Manager Marketing Technology bij Suitsupply

service van Suitsupply. Afhankelijk van de behoeften en voorkeuren van de klant creëert een persoonlijke stylist een doos met verschillende looks, alle van de nieuwste Suitsupply collectie. In het verlengde hiervan hebben we op Salesforce de Garmentor ontwikkeld, een nieuwe app waarmee je je eigen kleermaker aan huis kunt bestellen. Zo versterken on- en offline elkaar opnieuw.”

Salesforce is de basis van onze klantprocessen

“We gebruiken de gehele Salesforce Suite: Service Cloud voor het 360-graden beeld van de klant, Sales Cloud voor het managen van de sales opportunities, App Cloud met Heroku en Force.com om snel schaalbare oplossingen voor klanten te bouwen. Service Console biedt service agents de mogelijkheid met een klant het hele aankoopproces door te lopen vanuit een enkel kanaal. Met Marketing Cloud personaliseren we de customer journey en managen we onze social media via Social Studio. Chatter wordt daarnaast veel gebruikt voor onze interne communicatie.”

“Onze kleermakers, verkopers en stylisten in het call center beschikken met Salesforce over de beste technologie, een schaalbaar en solide engagement platform. Alle data zit in Salesforce en het is dan ook het virtuele externe geheugen van onze medewerkers.”

Bied je klanten de juiste online self-service om zelf een probleem op te lossen

“Problemen dienen snel en goed opgelost te kunnen worden, 24/7 en bij voorkeur zonder gebruik te maken van een service agent.”



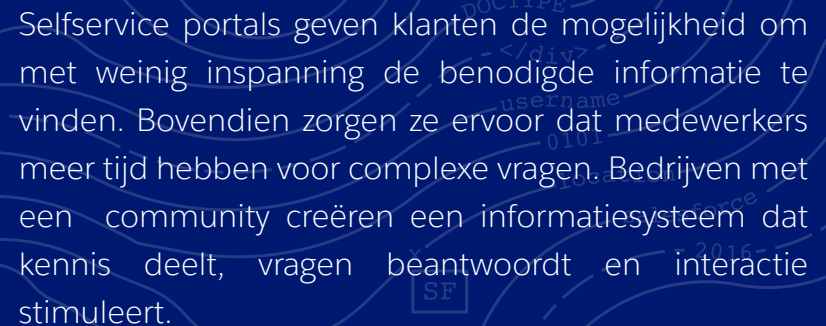
Geef je klanten de mogelijkheid om zelf het antwoord op hun vraag te vinden

Het grote voordeel van de digitale revolutie is dat klanten de mogelijkheid hebben om zelf de oplossing op hun vraag te vinden. Wanneer een klant een simpel antwoord op een vraag wil hebben googlet hij even naar het antwoord. Zorg dus dat er een goede FAQ pagina is zodat hij hiervoor kan kiezen. Dit ontlast de klantenservice, waardoor je service agents efficiënter kunnen werken. Ontwikkel en beheer ook een klantcommunity.

Met een community worden klanten in de gelegenheid gesteld om elkaar vragen te stellen, of te zoeken op onderwerp in een forum zonder tussenkomst van een agent. Dat geeft ze meer kennis en zeggenschap, en uiteindelijk loyalere klanten.

De kracht van klantcommunities

Vergroot de zelfredzaamheid van je klanten met de inzet van klantcommunities. Klanten kunnen het antwoord op hun vraag op een forum vinden of de vraag stellen via een discussiebord. Zo ontstaat een zeer diverse groep klanten die elkaar zonder tussenkomst van een service agent feedback en input kan geven. Uit onderzoek komt naar voren dat de service teams die uitstekend presteren 11 keer zo vaak een community hebben gecreëerd en opgezet als slecht



Selfservice portals geven klanten de mogelijkheid om met weinig inspanning de benodigde informatie te vinden. Bovendien zorgen ze ervoor dat medewerkers meer tijd hebben voor complexe vragen. Bedrijven met een community creëren een informatiesysteem dat kennis deelt, vragen beantwoordt en interactie stimuleert.

presterende teams*. Het gaat nog een stap verder als je klanten inspraak geeft in de ontwikkeling van een (nieuw) product. Als je klanten de mogelijkheid biedt hierin mee te denken, creëert dat een grote klantenbinding, ook tussen klanten onderling. Een actiesite en sociale media spelen een zeer belangrijke rol in zo'n campagne, wat zorgt voor een grote zichtbaarheid van je product en het vergroot je relatie met de klant.

**Bron: State of Service 2015*

AVG overtreft self-service doelstellingen met 25%

AVG, The Online Security Company, zocht een flexibele en krachtige klantensupport-omgeving om de meer dan 200 miljoen gebruikers wereldwijd te ondersteunen. Het introduceerde de 'one-stop' ondersteuning, op basis van Salesforce, die het mogelijk maakt voor iedere klant het contactkanaal te kiezen dat het best bij ze past.

Sindsdien heeft de AVG Support Community meer dan 13 miljoen bezoekers bediend, verhoogde het de klantentevredenheid en hielp het AVG de selfservice doelstellingen met 25% te overtreffen. "Ondersteuning van miljoenen klanten is heel veeleisend, maar met de klantcommunity zijn wij in staat dit succesvol te doen met een relatief compact service team", zegt Urminsky.

Lees het hele verhaal:

<https://www.salesforce.com/nl/customers/stories/AVG.jsp>



"Salesforce biedt een krachtig platform dat onze gegevens omvat en het klanten makkelijk maakt met elkaar en met ons contact te hebben."

Daniel Urminsky - Directeur ICT Marketing, Sales & Service

Zorg dat je service agents alle informatie binnen handbereik hebben

“Wanneer je service agents niet een volledig overzicht over de klant hebben is het praktisch onmogelijk om te voldoen aan de gevraagde service.”



Beter 'gereedschap' voor de service agents; alle informatie op één scherm”

Service agents moeten vaak hun informatie uit verschillende systemen halen, die onderling niet zijn geïntegreerd. Handmatig moeten ze informatie verzamelen en naast elkaar plaatsen, wat veel tijd kost. Om je klanten een ongeëvenaard service-niveau te bieden dient de service agent op zijn werkplek een 360 graden beeld van de klant kunnen hebben; alle relevante informatie en data beschikbaar op één scherm. Hierdoor kan hij veel efficiënter werken waardoor de gemiddelde afhandelingstijd aanzienlijk omlaag gaat. Het voordeel is dus tweeledig: de kosten per handeling gaan omlaag en de klant wordt sneller en doeltreffender geholpen. Zo ben je in staat het verschil te maken ten opzichte van je concurrenten met als resultaat tevreden klanten!

De huidige klantenservice-tools zorgen ervoor dat service agents alle benodigde informatie op één plek hebben. Als de service agents kunnen werken met één overzichtelijke service console kunnen ze snel het profiel en de accountgegevens van een klant controleren en een persoonlijke oplossing bieden. Als je service agents de juiste tools tot hun beschikking hebben, kunnen ze hun werk beter doen en klanten sneller helpen.

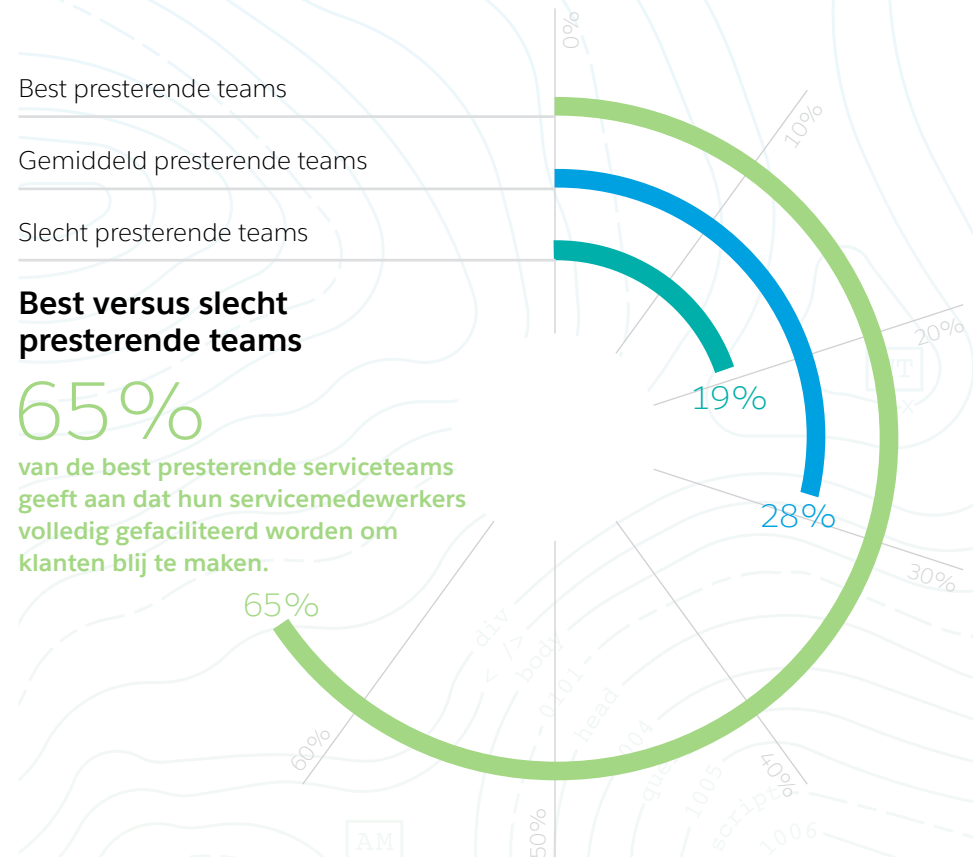


“Als je medewerkers moeiteloos en op het juiste moment toegang hebben tot de juiste informatie, is het 3,4 keer meer waarschijnlijk dat zij klantenservice van wereldklasse kunnen bieden”

Bron: Salesforce Service report 2015

Geef service agents de gelegenheid om klanten adequaat te woord te kunnen staan

Geen goede service zonder de juiste tools. Service agents staan onder hoge druk. Ze weten dat hun werk sterk bepalend is voor de manier waarop klanten tegen je bedrijf aan kijken en wat zij van je bedrijf vinden. Daarnaast hebben ze te maken met klantproblemen die snel om een oplossing vragen, real time. Dat kan alleen als je service agents de juiste tools hebben. En als ze hun informatie uit dezelfde bronbestanden betrekken, zodat er geen tegenstrijdige antwoorden zijn. Online consumenten wil kunnen wisselen tussen de verschillende communicatiekanalen zonder iedere keer hun situatie of informatie te hoeven herhalen. Dit kan als de informatie van service agents gekoppeld is met een CRM systeem, waardoor hij gemakkelijk het profiel van de klant kan bekijken en zo goede service bieden.



Innovatieve app en geïntegreerde processen bij PostNL

De invoering van het corporate community platform in 2014 biedt de meer dan 30.000 post- en pakketbezorgers toegang tot een grote verscheidenheid aan informatie, als een virtueel kantoor. “Het transformeert de manier waarop we communiceren met onze mail teams,” zegt Krom. “Het stelt ons in staat flexibeler te werken en zorgt voor meer continuïteit in onze mail services.”

Van het aanvragen van fietsreparaties tot het melden van een probleem; de app fungeert als een virtueel kantoor. De service agents kunnen zo alle post- en pakketbezorgers adequaat ondersteunen.

PostNL wil de functionaliteit ervan verder uitbreiden met Salesforce Chatter, een enterprise social networking tool waarmee voor elk afzonderlijk depot een community opgezet kan worden. “Technologie – en onze relatie met Salesforce – zal ons helpen om concurrerend te blijven”, eindigt Krom.

Lees het hele verhaal en/of bekijk de film:
<https://www.salesforce.com/nl/customers/stories/postnl.jsp>



“Met Salesforce kunnen we sneller innoveren, slimmer integreren en beter samenwerken.”

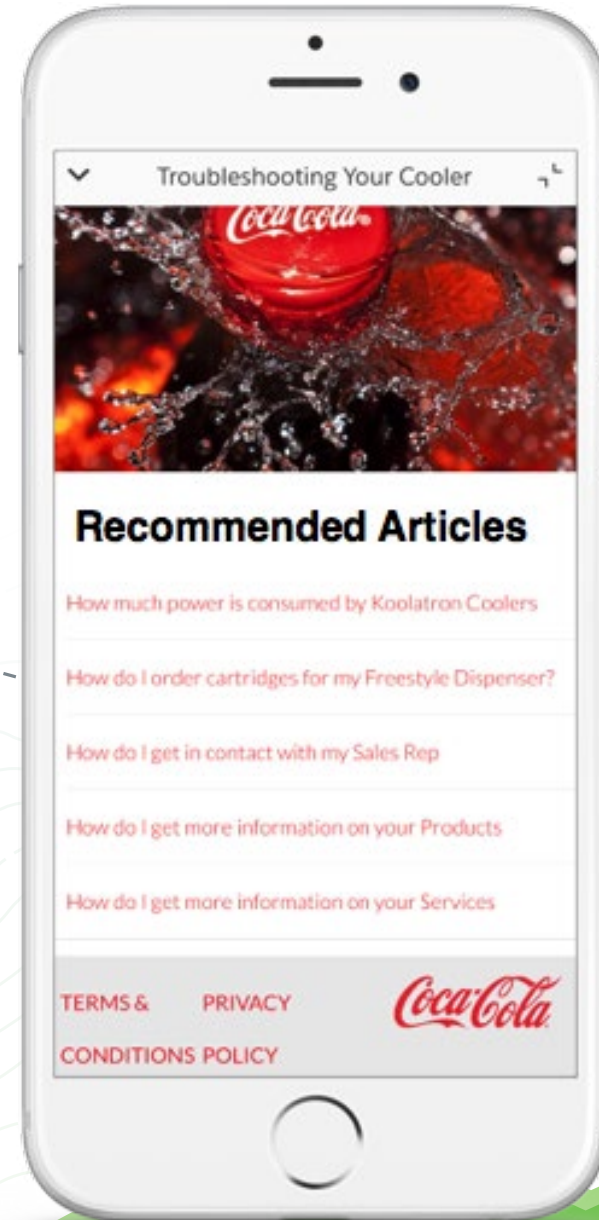
Marcel Krom - CIO PostNL



Anticipeer op de wensen van klanten

“Sterk presterende teams maken 3,6 keer meer gebruik van slimme technologie, zoals voorspellende analytics, om gefundeerde beslissingen te nemen.”

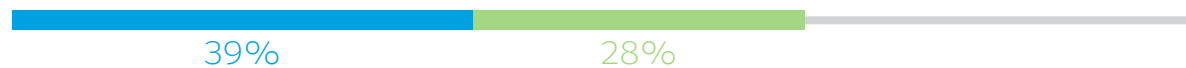
Bron: Salesforce



Het is niet gemakkelijk om te anticiperen op de wensen en behoeften van je klant. Je wil de best mogelijke service bieden; het liefst zo proactief mogelijk op een klantprobleem inspelen voordat hij het heeft geconstateerd (denk aan een abonnement dat bijna afloopt). En door goed te luisteren naar ze, in te schatten wat zijn of haar behoefte is en deze gegevens te koppelen met slimme technologische oplossingen kunnen service agenten een pro-actievere rol spelen.

Uit onderzoek blijkt dat goed presterende serviceteams steeds vaker innovatieve technologieën gebruiken om meer klantinzichten te krijgen. Met behulp van analytics, eerdere aankopen, clicks en zoekopdrachten op de website, worden de voorkeuren van klanten doorgrond, en zo hun voorkeuren beter begrepen. Vanuit dit 360 graden klantbeeld kan voor elke afzonderlijke klant zijn of haar profiel worden gekoppeld aan de beste aanbiedingen of content. Of kan, bij voorkeur proactief, een relevantere oplossing op de klantvraag worden aangeboden; zo bied je je klant eersteklas service en bouw je aan een relatie gebaseerd op vertrouwen.

Best presterende serviceteams verkrijgen handige inzichten dankzij predictive analytics of andere tools



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



■ Gebuikt het momenteel
 ■ Voert een pilot uit/is van plan het in de komende 12-18 maanden te gaan gebruiken
 ■ Overig

Klantenservice: het onderscheid ten opzichte van de concurrentie



Geef de manager de informatie die hij nodig heeft

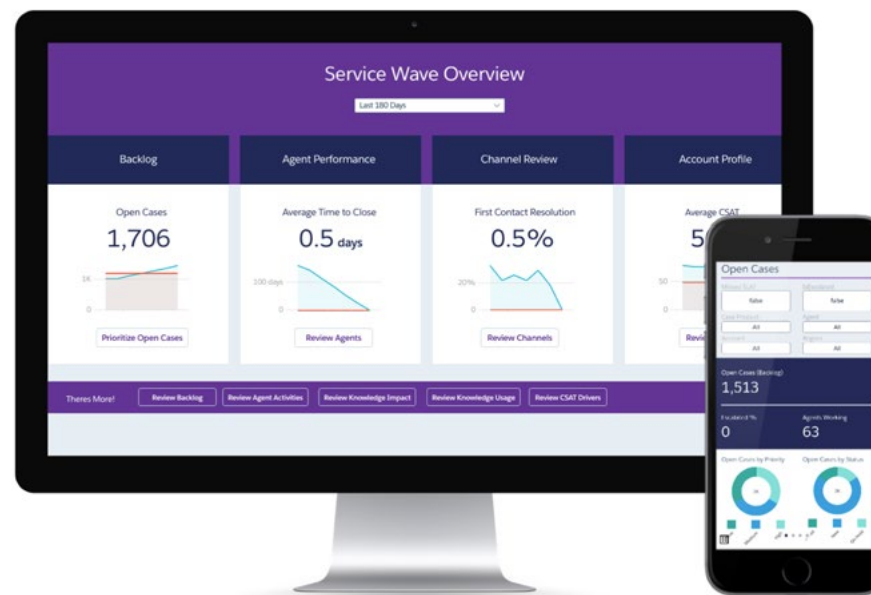
“Geen tevreden klanten en een uitstekende service organisatie zonder inzicht in de performance van je service organisatie.”



Om de optimale ondersteuning aan je klanten te kunnen geven moeten geïmplementeerde IT-systemen en service agents elkaar ondersteunen en aanvullen. Voor een optimale klantenservice, heeft de manager daarnaast inzicht nodig in openstaande zaken, het functioneren van de service agents en feedback van je klanten om je team aan te sturen. Real-time informatie die je kunt bekijken op het moment dat het jou het beste uitkomt, op élk device dus ook mobiel. Informatie die je real-time inzicht geeft in de feedback van je klanten. Dit geeft je de mogelijkheid om proactief te reageren op de feedback en waar nodig stappen te ondernemen. Dit zorgt voor een kortere afhandelingstijd, kostenreductie en tevreden klanten.

Innovatieve technologie geeft je real-time inzicht in de service performance en maakt slimmere en proactieve klantenservice mogelijk

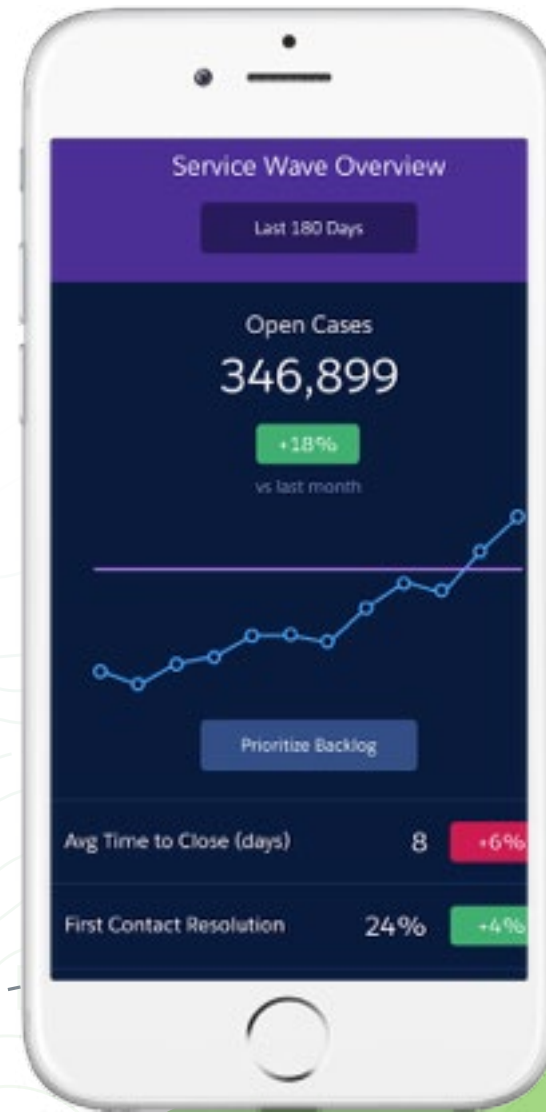
Om te kunnen sturen op de kwaliteit van de service aan klanten heb je als manager gegevens nodig. Gegevens over onder andere de openstaande cases, de call center efficiëntie, KPI's, afhandelingssnelheid van zaken en de klanttevredenheidsscores (CSAT). Maar ook om één klant te kunnen vergelijken met andere klanten, trends te signaleren en te leren van de best practices.



Daarnaast wil je alle managementinformatie beschikbaar hebben op één plek zodat je snel en adequaat de kwaliteit van de klantenservice kunt aan- en bijsturen. Je wil de service en snelheid van je agents kunnen bekijken en vergelijken, zodat je ze kan trainen waar nodig. Inzicht hebben in de hoeveelheid zaken en het aantal beschikbare agents dat je nodig hebt om een optimale service te kunnen geven. En uiteindelijk zo onderbouwen wat de waarde van de afdeling is voor de organisatie.

Stuur je service team real-time op jouw moment aan met slimme (mobiele) technologie

De kwaliteit van je service afdeling managen en aansturen vraagt om realtime gegevens. Managementinformatie die je inzicht geeft in de performance van je service agents ten opzichte van elkaar en de waardering van de klant. Inzicht in de geleverde service en het bijsturen hiervan.



Informatie die je real-time, op ieder moment ongeacht waar je bent, dus ook mobiel, kunt inzien. Informatie die je onmiddellijk met je team kan delen om direct actie te kunnen nemen en de service voortdurend te verbeteren. Zo weet je dat de klant geholpen wordt door de juiste agent, via juiste kanaal en op het juiste moment. Je service agents zullen productiever en tevreden zijn, en klanten meer tevreden dan ooit.



‘Niets frustrerender dan lang te moeten wachten op het verkeerde antwoord’

Klanten verwachten een adequaat antwoord op al hun vragen, en dat snel en persoonlijk. De beste service kan alleen gerealiseerd worden als service agents de juiste tools hebben. Tools die ze in de gelegenheid stelt om over alle benodigde informatie te beschikken op één scherm. Tools waarmee ze bovendien proactief kunnen adviseren en klanten in de gelegenheid stellen om zelf via webbased applicaties en klantcommunities het antwoord op hun vraag te vinden.

Zoals te lezen in het verhaal van **Suitsupply** verwacht de klant geholpen te worden via elk kanaal. Door te investeren in je service agents en gebruikmakend van de juiste technologie, kun je je klanten een optimale service ervaring bieden. Technologie die je de juiste management-informatie biedt. Met als doel, service die je onderscheidt van de concurrentie.

Dus:

- Help je klant via de kanalen die zij zelf ook gebruiken
- Bied ze de mogelijkheid zelf het antwoord te vinden
- Zorg dat service agents een 360 graden beeld van de klant hebben
- Geef ze de informatie en tools om de klant adequaat en proactief te woord te kunnen staan
- Laat managers het service team aansturen op basis van klantvriendelijkheid
- Biedt de juiste managementinformatie voor een real-time inzicht in je operatie



Ontdek waarom wij dit hebben geschreven en hoe jouw bedrijf de concurrentie kan voorblijven met onderscheidende service:



[VERVOLG JE REIS](#)



[VERVOLG JE REIS](#)



Over Salesforce

Salesforce is een Fortune 500-bedrijf voor bedrijfssoftware met 's werelds meest vertrouwde CRM-software. Meer dan 150.000 bedrijven wereldwijd, van alle soorten en maten, vertrouwen op Salesforce, met onder andere Nederlandse bedrijven zoals:

Salesforce is een cloud-based, software-as-a-service (SaaS) CRM-systeem. De software kan dus makkelijk worden aangepast om tegemoet te komen aan de noden van elk bedrijf, klein of groot.



PHILIPS



Met Service Cloud communiceer je met de klant op zijn eigen kanalen, zorg je ervoor dat je service agents vanuit een enkele console kunnen werken, en dat de service manager altijd real-time inzicht heeft op het bedrijf.

De rechten voor Einstein worden gebruikt met toestemming van The Hebrew University of Jerusalem. Exclusief vertegenwoordigd door Greenlight. De informatie in dit e-book is bestemd voor het gemak van onze klanten en is alleen bedoeld voor informatiedoeleinden. Publicatie door salesforce.com vormt geen aanbeveling. Salesforce.com biedt geen garantie voor de juistheid of volledigheid van informatie, tekst, afbeeldingen, koppelingen of andere zaken in dit e-book. Salesforce.com geeft geen garantie dat je bepaalde resultaten zult behalen als je de adviezen uit het e-book opvolgt. Het kan raadzaam zijn om een professional zoals een advocaat, accountant, architect, adviseur of technicus in te schakelen voor advies dat is afgestemd op uw situatie.

© 2016 salesforce.com, inc. Alle rechten voorbehouden.