

2015

# State of Service

Inzichten in trends in klantenservice van meer dan 1900 leiders uit de branche

 salesforce onderzoek



Salesforce Research heeft wereldwijd een enquête uitgevoerd onder meer dan 1900 leiders in klantenservice en heeft ontdekt:

- Wat de meest voorkomende doelen, drempels en succesfactoren zijn voor de serviceteams van nu
- Hoe uitstekend presterende service-organisaties zich onderscheiden;
- Wat de gebieden zijn waar het optimaliseren van service wordt ingezet om het bedrijf nu en in de toekomst te laten groeien.

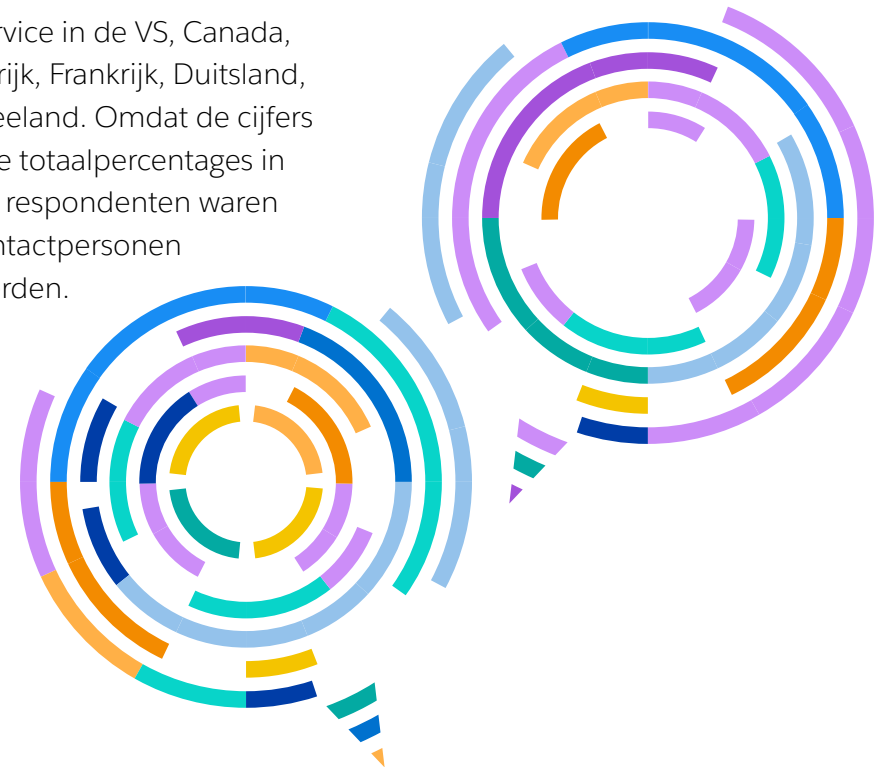
In dit rapport worden de servicetrends van 2015 besproken, waaronder de centrale rol die service speelt in een geïntegreerd klantsuccesplatform. In dit rapport wordt data die gerelateerd is aan serviceprestaties beoordeeld om patronen te ontdekken die garant staan voor succes.



*Salesforce Research, onderdeel van Salesforce, biedt datagedreven inzichten waarmee bedrijven de manier waarop zij succes behalen bij klanten kunnen transformeren.*

In dit rapport definiëren we 'uitstekend presterende serviceteams' als teams die continu tegemoet komen aan de veranderende verwachtingen van klanten. Daarbij is er bij uitstekend presterende teams een veel grotere kans dat ze hun servicevaardigheden beoordelen als uitstekend of zeer goed, en bijna 60% breidt hun serviceteams in de komende 12-18 maanden uit.

Deze enquête is begin 2015 uitgevoerd en genereerde wereldwijd antwoorden van 1912 leiders op het gebied van service in de VS, Canada, Brazilië, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland, Japan, Australië en Nieuw-Zeeland. Omdat de cijfers zijn afgerond, komen niet alle totaalpercentages in dit rapport uit op 100%. De respondenten waren onder andere klanten en contactpersonen die hadden toegezegd en derden.



Managementsamenvatting .....	4
Inleiding: Succes definiëren voor de serviceteams van nu .....	6
Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening .....	7
Uitstekend presterende teams faciliteren servicemedewerkers .....	11
Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie .....	14
Door de veranderende mindset van klanten is er steeds meer vraag naar self-service .....	17
Conclusie: Wat maakt een serviceteam in 2015 uitzonderlijk? .....	20
Bijlagen .....	21



Vier belangrijke conclusies

De klanten van nu verwachten service op hun eigen voorwaarden: op het moment dat ze het nodig hebben via welk digitaal kanaal dan ook. Welke invloed hebben deze groeiende verwachtingen op de rol van de klantenservice en op de algemene klantervaring? En welke nieuwe activiteiten ondernemen de beste serviceorganisaties om aan de vraag te voldoen? Dit zijn vier belangrijke bevindingen van ons onderzoek:

## 01 | **Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening.** (zie pagina 7)

Klanten van nu verwachten een naadloze, persoonlijke service via alle apparaten en kanalen. De beste serviceteams weten dat ze hun service moeten personaliseren en in contact moeten komen met klanten, waar ze ook zijn. Meer dan een derde van de uitstekend presterende serviceteams biedt al klantenservice via mobiele apps, met een verwachte 67% groei gedurende de komende twee jaar. Onder de ondervraagde serviceleiders zal het gebruik van social media monitoring-technologieën in de komende 12-18 maanden verdubbelen.

## 02 | **Het faciliteren van servicemedewerkers is kenmerkend voor topteams.** (zie pagina 11)

Het bieden van een uitstekende klantenervaring begint met het bieden van een uitstekende ervaring voor servicemedewerkers. Topteams zeggen 3,5x vaker dat hun servicemedewerkers volledig gefaciliteerd worden om klanten blij te maken. Door servicemedewerkers uit te rusten met de juiste tools, voelen zij zich gesterkt. Uitstekend presterende teams omarmen technologie. Er is een 2,5x grotere kans dat uitstekend presterende teams meer technologie gebruiken dan gemiddeld presterende teams.

Vier belangrijke conclusies

## 03 | **Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie.** (zie pagina 14)

Uitstekend presterende teams werken er al aan om hun klanten meer proactievere service te bieden. 55% van de uitstekend presterende serviceteams zegt zelfs dat ze in meer dan 80% van de gevallen kunnen voorspellen wat de klantenservicebehoefte zullen zijn. Dankzij nieuwe, slimme technologieën krijgen serviceorganisaties handige inzichten, kan worden geanticipeerd op de behoeften van klanten en profiteren ze van vele voordelen, zoals efficiënte oproerouting en snellere toegang tot casehistorie.

## 04 | **Door de veranderende mindset van klanten is er steeds meer vraag naar self-service.** (zie pagina 17)

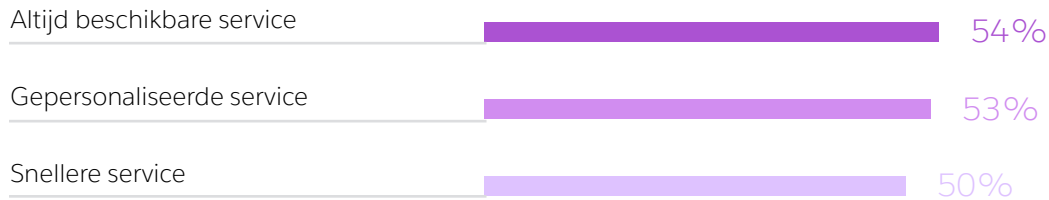
Omdat uitstekend presterende serviceteams gebruikmaken van crowdsourcing- en self-servicetrends, is er een bijna 11x grotere kans dat zij online communities oprichten en een bijna 4x grotere kans dat ze een self-serviceportal onderhouden in vergelijking tot slecht presterende teams. Omdat uitstekend presterende teams de noodzaak van snelheid en efficiëntie begrijpen, vergroten ze het gebruik van deze functionaliteiten de komende 12 tot 18 maanden met respectievelijk 89% en 115%.

# Inleiding: Succes definiëren voor de serviceteams van nu

In de "State of Service-enquête" van 2015 is aan meer dan 1900 leiders in klantenservice wereldwijd gevraagd wat hun prioriteiten, succesfactoren en strategieën zijn voor dat jaar. Dit is een kort overzicht van de huidige servicestatus.

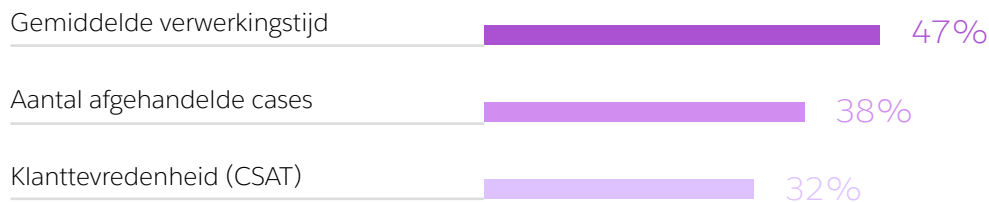
## Top 3 serviceprioriteiten

**Teams streven ernaar om altijd en overal snel service te bieden.** *De meest gewilde vaardigheden van serviceprofessionals hebben vooral te maken met het bieden van prettige, persoonlijke en efficiënte klantervaringen.*



## Top 3 factoren voor succesvolle service

**Efficiëntie is het belangrijkste.** *Serviceteams meten hun prestaties steeds meer op basis van hun efficiëntie en streven ernaar om kosten te verlagen en tegelijkertijd klanten tevreden te houden.*



Zie bijlage A voor meer inzicht in deze data.

## Top 3 service-uitdagingen

**Klanten eisen snelle en eenvoudige oplossingen.** *Klantenserviceteams staan voor de uitdaging om slimmere en snellere service en self-serviceoplossingen te bieden om te voldoen aan de continu veranderende verwachtingen van klanten.*

51%

Klanten die het probleem opnieuw moeten uitleggen

46%

Klanten waarvoor gemiddeld tot veel moeite gedaan moet worden om een probleem op te lossen

40%

Klanten die zelf geen antwoorden kunnen vinden (self-service is niet beschikbaar)

# 01 | Omni-channelklanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

Klanten verwachten tegenwoordig een naadloze, persoonlijke interactie via alle apparaten en kanalen. Deze 'nieuwe norm' resulteert in verwachtingen voor de klantenservice; deze moet net zo flexibel en responsief zijn.

Uitstekend presterende teams spelen in op deze uitdaging en doen er alles aan om service te personaliseren. Ze leggen contact met klanten, waar ze ook zijn, via mobiele apps en sociale netwerken. Meer dan een derde van de uitstekend presterende verkoopteams biedt al klantenservice via mobiele apps, met een verwachte groei van 67% in de komende twee jaar. Om de kloof te dichten, gaan slecht presterende teams steeds meer service bieden via mobiele apps. De komende twee jaar wordt een groei van 475% verwacht.

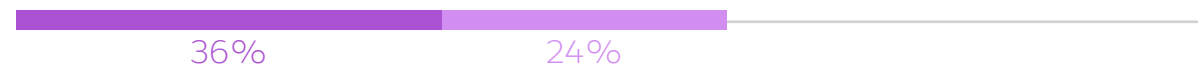
Van alle ondervraagden is 56% van plan om binnen de komende twee jaar service, support of beide aan te bieden via een mobiele app, of doet dit al.

Zie bijlage B voor meer informatie over de omni-channel klantenservice.

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

*De beste service-organisaties weten dat er door het integreren van service in mobiele apps een persoonlijker en efficiëntere klantervaring kan worden geboden. Hieronder worden de percentages weergegeven van teams die van plan zijn om service te bieden via een mobiele app, of dat al doen.*

Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



■ Biedt klanten al service via een mobiele app

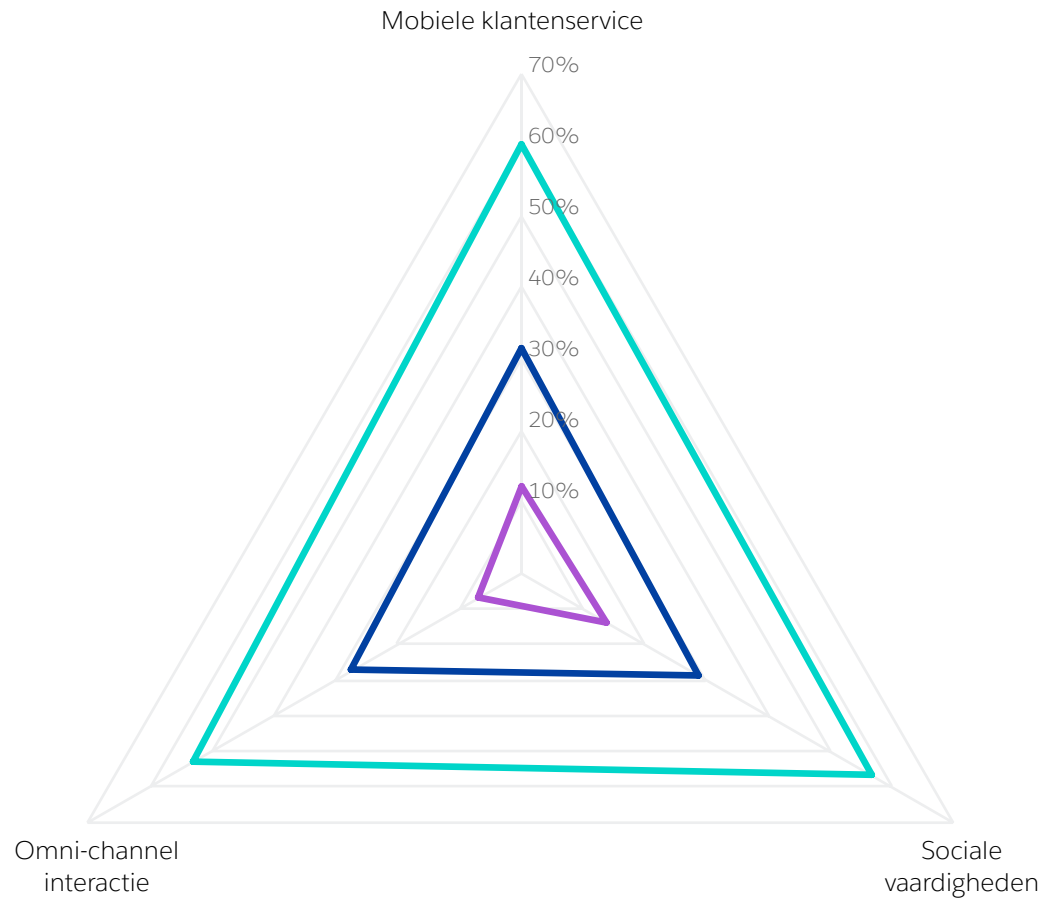
■ Is van plan om klanten binnen twee jaar service te bieden via een mobiele app



# 01 | Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

## De beste serviceteams helpen klanten op de locatie waar zij zich bevinden

Er is een bijna 4x grotere kans dat uitstekend presterende serviceteams uitstekend of zeer goed zijn in het bieden van mobiele klantenservice, sociale vaardigheden en omni-channel interacties dan slecht presterende teams. Als er via een specifiek kanaal kan worden voldaan aan de behoeften van klanten, wordt de service-interactie efficiënter.



Uitstekend versus. slecht presterende teams

7,6x Beoordelen hun vaardigheden eerder als goed of zeer goed

- Uitstekend presterende teams
- Gemiddeld presterende teams
- Slecht presterende teams



# 01 | Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

Over het algemeen verwachten de serviceleiders dat vragen via vaste telefoons in de komende 12-18 maanden met circa 9% zullen afnemen, waardoor de behoefte aan omni-channel interactie toeneemt om succesvol te kunnen zijn.

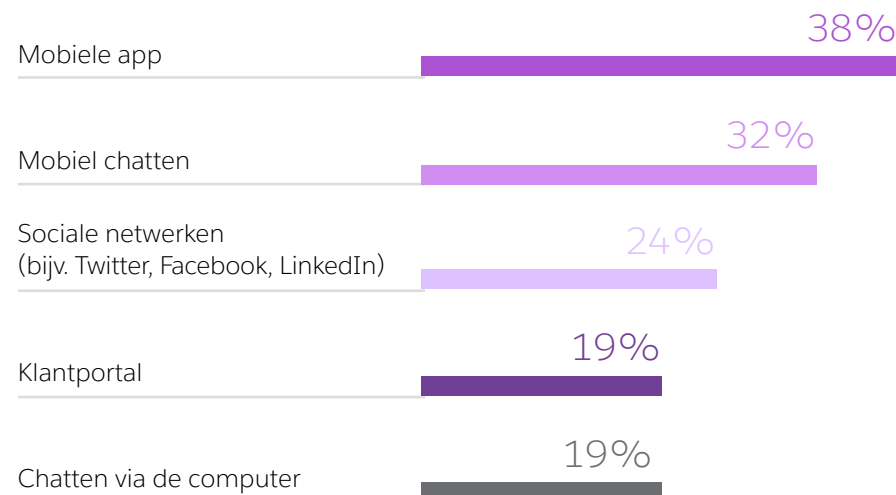
Bij serviceteams van alle prestatieniveaus wordt verwacht dat de mobiele en sociale kanalen het meest zullen groeien voor het verlenen van klantenservice.

Gedurende de komende 12-18 maanden zal het aantal inkomende servicevragen met meer dan 20% stijgen via mobiele apps, mobiele chat en sociale netwerken.



## Mobiel en social staan bovenaan de lijst groeiende servicekanalen

*Organisaties moeten hun servicebenadering personaliseren en wijzigen om zich aan te passen aan het gedrag van klanten. Hieronder vindt u de groei van de belangrijkste klantenservicekanalen in de komende 12-18 maanden.*



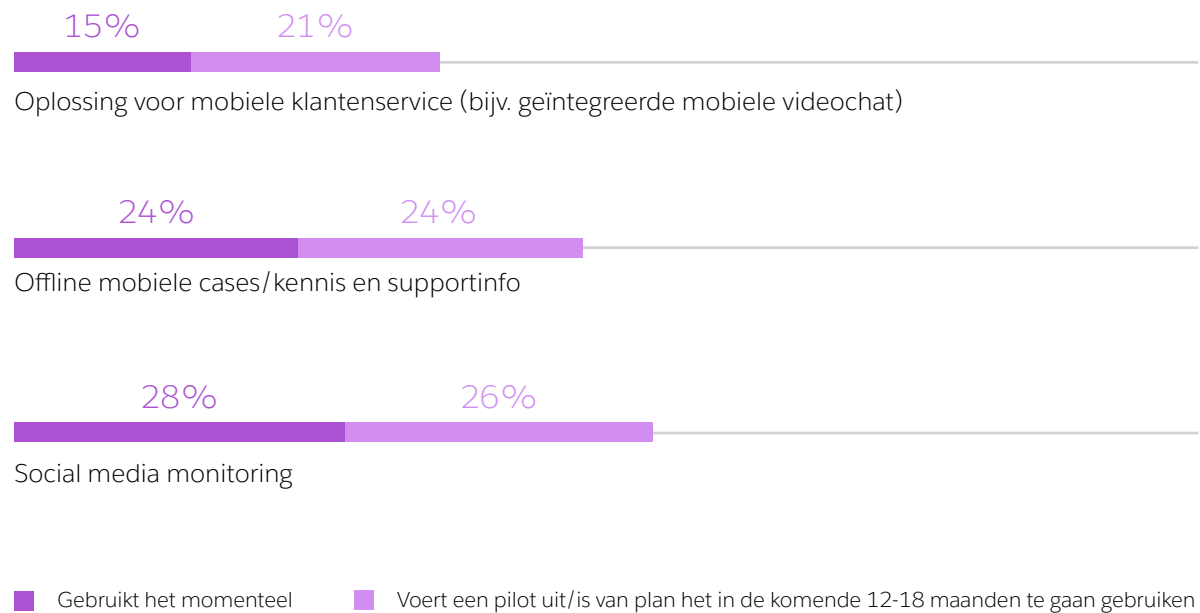
# 01 | Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

Nu er steeds meer service-interacties plaatsvinden via mobiele apps, mobiele chat en sociale netwerken, verwachten serviceprofessionals ook een stijging in het gebruik van technologie om dit inkomende volume te beheren.

Het gebruik van functies zoals ingebouwde mobiele videochat, offline mobiele cases en social media monitoring zal de komende 12-18 maanden exponentieel groeien.

## Serviceteams verdubbelen het gebruik van technologie om mobiele en sociale interacties met klanten te beheren.

*Het bieden van een naadloze klantervaring op ieder kanaal vereist een modern, geïntegreerd systeem dat het werk van servicemedewerkers vereenvoudigd. Hieronder is te zien welke groei wordt verwacht voor enkele van deze servicetechnologieën.*



## 02 | Uitstekend presterende teams faciliteren servicemedewerkers

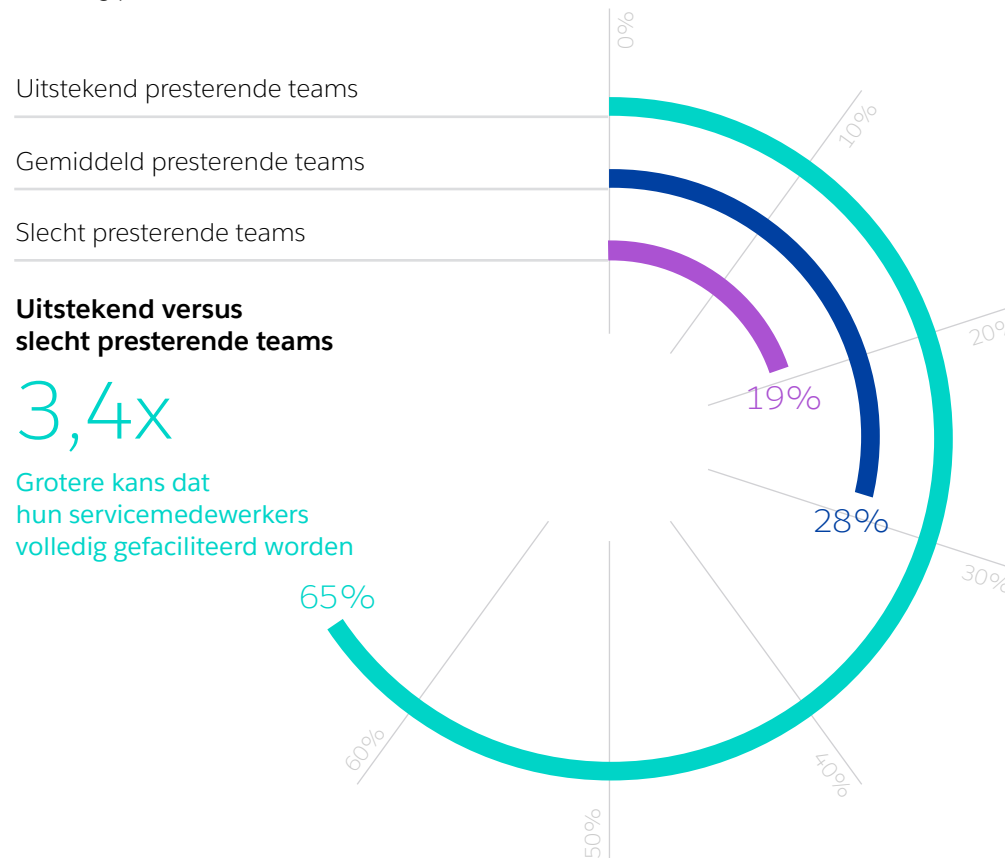
Het bieden van een betere klantervaring begint met het bieden van een betere ervaring voor servicemedewerkers.

**Uitstekend presterende teams bieden hun servicemedewerkers meer mogelijkheden om klanten tevreden te houden.**

Door servicemedewerkers eenvoudig toegang te bieden tot de informatie die ze nodig hebben en de mogelijkheden te geven problemen snel op te lossen, creëren succesvolle organisaties een basis voor efficiëntere interacties met klanten.

### Uitstekend presterende teams bieden servicemedewerkers alles wat ze nodig hebben om succesvol te zijn bij klanten

65% van de uitstekend presterende serviceteams geeft aan dat hun servicemedewerkers volledig gefaciliteerd worden om klanten blij te maken. Vergeleken met slecht presterende teams is er een 3,4x grotere kans dat uitstekend presterende teams hun servicemedewerkers volledig faciliteren.



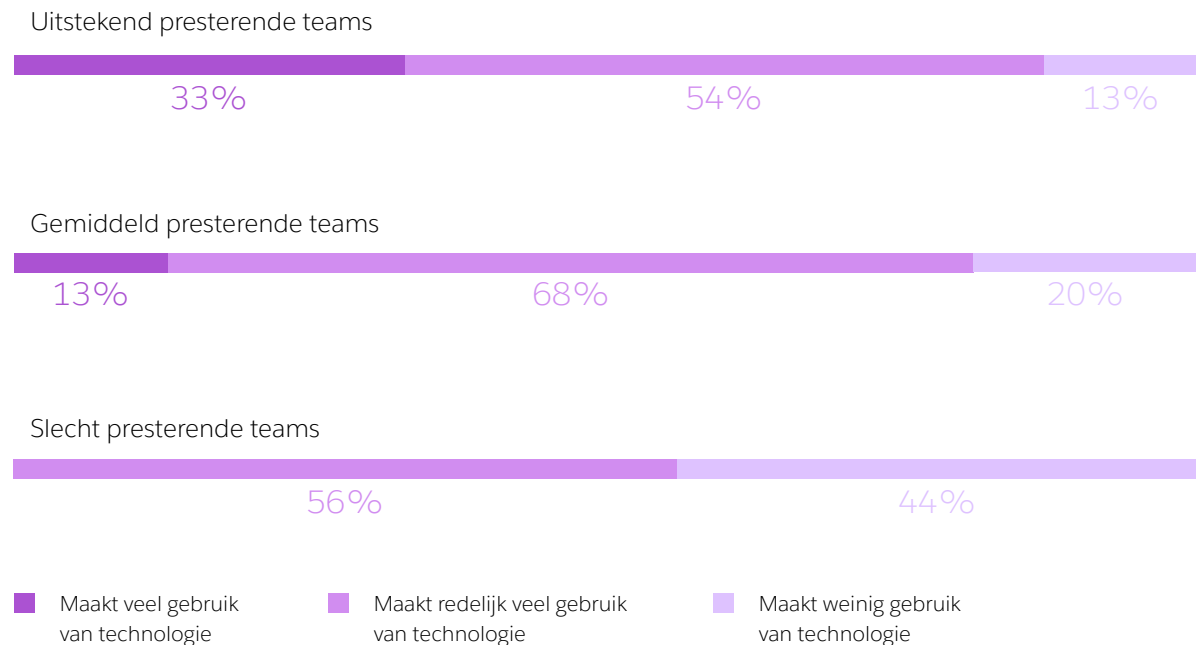
Zie bijlage C voor de data m.b.t. het faciliteren van servicemedewerkers.

Een onderdeel van het faciliteren van servicemedewerkers en het verbeteren van de klantervaring is het bieden van de juiste technologische oplossingen. Uitstekend presterende teams omarmen het gebruik van technologie in hun werk en creëren een cultuur waarin klantensucces centraal staat.

Uit ons onderzoek blijkt dat er een 2,5x grotere kans is dat uitstekend presterende teams veel technologie gebruiken dan gemiddeld presterende teams.

### Uitstekend presterende teams worden gestimuleerd door technologie

33% van de uitstekend presterende serviceteams kan gekwalificeerd worden als zware gebruiker van technologie\*. Er zijn geen slecht presterende teams die in deze categorie vallen. Hieronder staan de verschillen in de adoptieniveaus van serviceteams in het gebruik van technologie.



\* Er is sprake van veel of minimaal gebruik van technologie als er meer of minder dan 1 cijfer afwijkt van het standaardaantal functionaliteiten dat momenteel wordt gebruikt. U vindt in de bijlage meer informatie over het gebruik van technologie.

### UITGELICHT

## Draagbare technologie en geïntegreerde service gaan de ervaring van klanten volledig veranderen

Klantenservice geïntegreerd in een horloge, auto of kledingstuk? Dit is geen futuristische gedachte meer. De verandering vindt nu plaats en verandert de manier waarop traditionele klantenservicekanalen worden aangeboden.

Om inzicht te krijgen in hoe dit klantenservice gaat beïnvloeden, bekijken we een recent Salesforce Research-rapport over draagbare technologie op de werkplek. Deze data is gebaseerd op de reacties van serviceprofessionals die in 2015 deelnamen aan de enquête waarin 500 gebruikers van draagbare technologie aangaven dat ze momenteel in hun bedrijf draagbare technologie gebruikten, dit van plan waren te gaan doen of er op dat moment een pilot mee uitvoerden.

Voor meer informatie over het gebruik van draagbare technologie, leest u het volledige rapport [Putting Wearables to Work op www.salesforce.com/wearablesreport](http://www.salesforce.com/wearablesreport).

69%

van de serviceteams zegt dat draagbare technologie van strategisch belang is of zal zijn voor het toekomstige succes voor het bedrijf.

81%

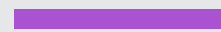
van de serviceteams gebruikt momenteel een vorm van draagbare technologie of is van plan dat in de komende twee jaar te gaan doen.

71%

van de serviceteams die momenteel draagbare technologie gebruikt of van plan is dat te gaan doen, gaat hier in de komende 12 maanden meer aan uitgeven.

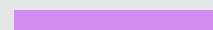
*Serviceteams richten zich nu al op gebruikerscases, zoals klantenservice-escalatie en -routing, beveiligde toegang tot de werkplek en loyaliteits-/beloningsprogramma's. Hieronder ziet u de percentages serviceteams die momenteel draagbare technologie gebruiken voor deze doeleinden.*

20%



Klantenservice-escalatie en -routing

19%



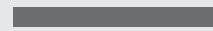
Veilige toegang tot de werkplek

19%



Loyaliteits-/beloningsprogramma

19%



Geïntegreerde winkelervaring

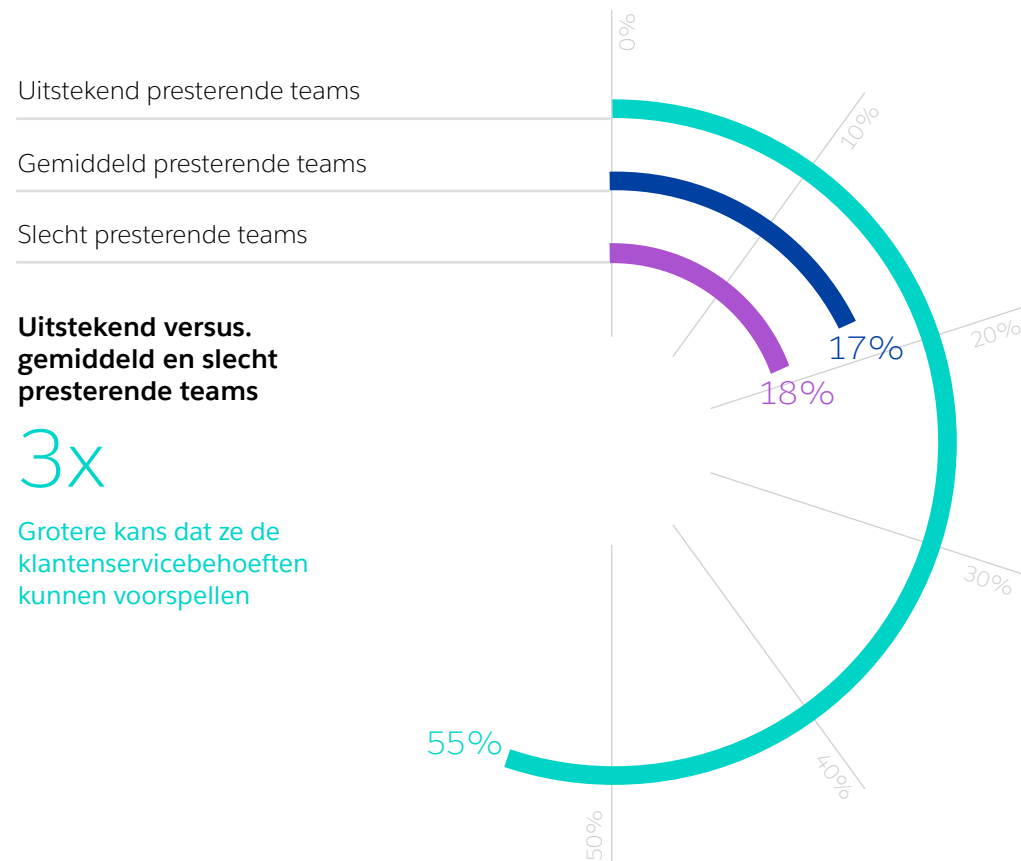
## 03 | Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie

Serviceorganisaties gebruiken steeds meer innovatieve technologieën om handige inzichten te verkrijgen, te anticiperen op de behoeften van klanten en te profiteren van vele voordelen, zoals efficiënte oproerouting en snellere toegang tot casehistorie. Dankzij de proactieve benadering kunnen serviceproblemen slimmer worden gekoppeld aan servicemedewerkers en zijn zij beter geïnformeerd. Daardoor worden de interacties met klanten ook persoonlijker.

Uitstekend presterende serviceteams kunnen beter anticiperen op de servicebehoeften van klanten. **Het komt erop neer dat ze begrijpen dat met een proactieve klantenservice veel succes kan worden behaald.**

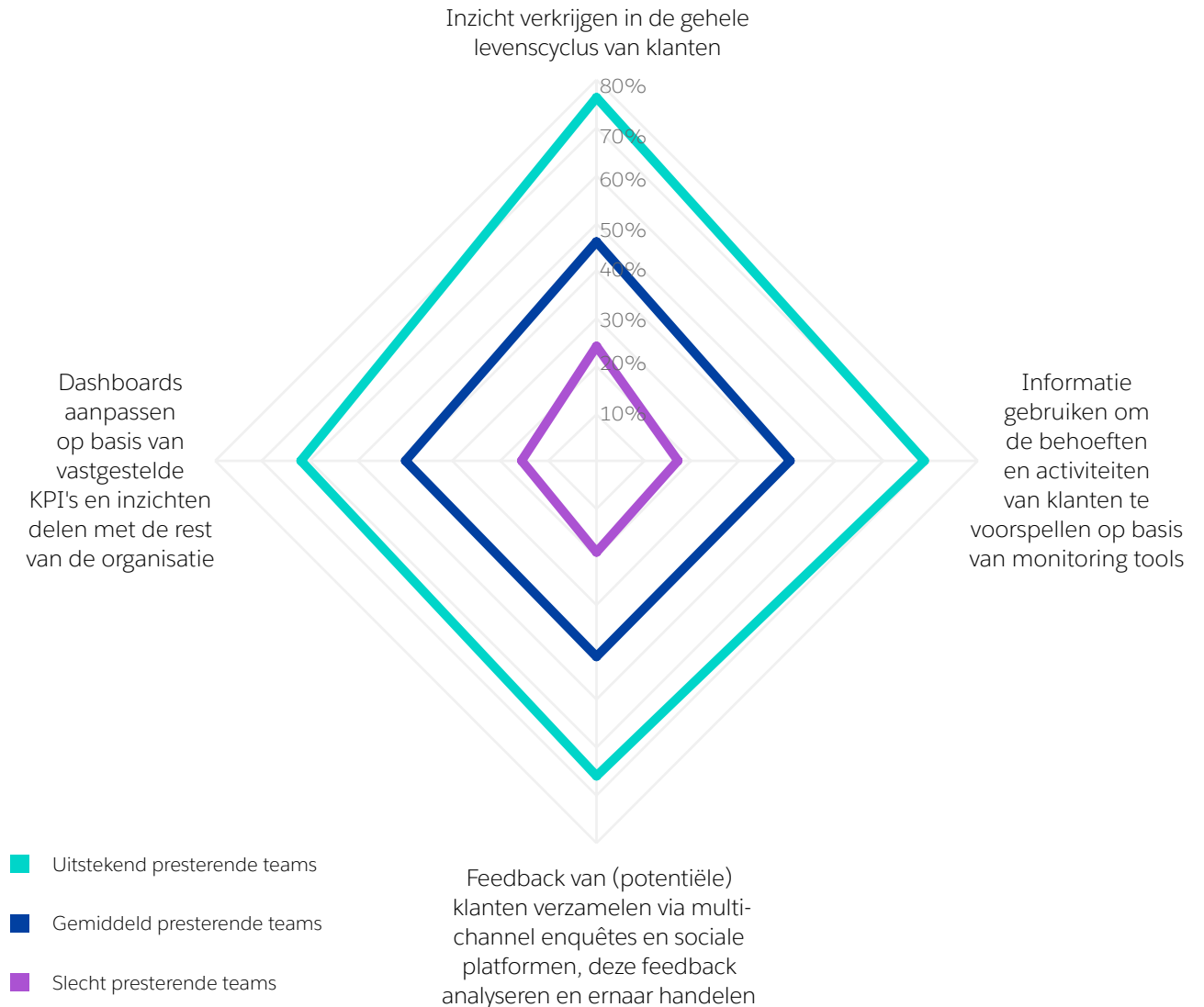
### Uitstekend presterende teams blinken uit in het voorspellen van de servicebehoeften van klanten

*Uitstekend presterende serviceteams maken gebruik van de kansen die een voorspellende klantenservice biedt. 55% van de uitstekend presterende serviceteams zegt zelfs dat ze de klantenservicebehoeften in meer dan 80% van alle gevallen kunnen voorspellen: dat is 3x vaker dan de andere teams.*



## Analytics verbetert de inzichten van servicemedewerkers

*In vergelijking met slecht presterende teams is de kans dat uitstekend presterende teams uitstekend of zeer goed zijn in het gebruiken van analytics 3x groter. Er is ook een 3,9x grotere kans dat ze uitstekend of zeer goed zijn in het aanpassen van dashboards om KPI's te monitoren en de prestatie-indicatoren op één lijn te brengen met de rest van de organisatie, van executives tot front office-medewerkers.*



# 03 | Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie

De beste serviceteams begrijpen dat met analytics niet alleen een volledig klantbeeld voor de hele organisatie kan worden verkregen, maar dat hiermee serviceteams ook sneller en slimmer kunnen werken.

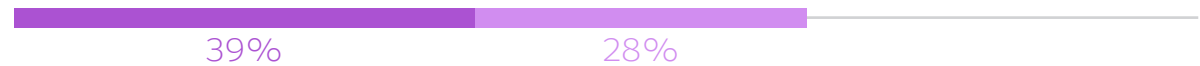
Er is een 3,6x grotere kans dat uitstekend presterende teams slimme technologie, zoals predictive analytics, gebruiken in hun serviceorganisatie, dan slecht presterende teams.



## Uitstekend presterende teams gebruiken nieuwe technologie om een proactieve klantenservice te bieden

*Uitstekende serviceteams verkrijgen handige inzichten dankzij predictive analytics of andere tools. Slecht presterende teams zijn bezig met een inhaalslag. Er wordt verwacht dat zij de komende 12-18 maanden 287% meer technologie, zoals predictive analytics, gaan gebruiken.*

Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



■ Gebruikt het momenteel

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



## 04 | Door de veranderende mindset van klanten is er steeds meer vraag naar self-service

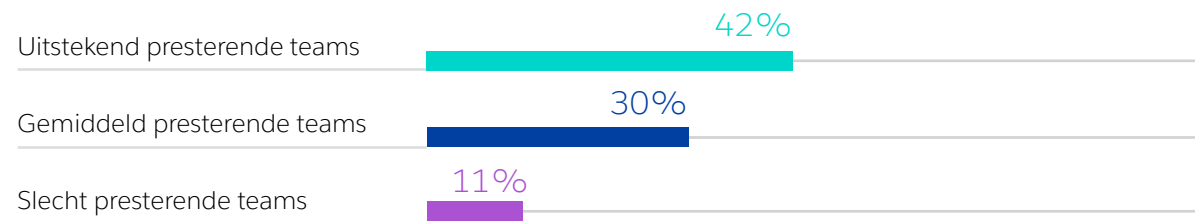
In deze tijd van altijd beschikbare zoekmachines, zijn klanten eraan gewend geraakt om online snel antwoord te kunnen vinden op vrijwel alle vragen. Wanneer klanten servicevragen hebben, hebben ze vaak dezelfde doe-het-zelf mindset. Zoals echter werd vermeld in de introductie, is het gebrek aan self-servicemogelijkheden de op twee na grootste uitdaging voor klantenserviceteams (40%).

Wat uitstekend presterende teams al weten, is dat het helpen van klanten om zichzelf te helpen dubbel voordeel oplevert. Klanten kunnen zonder al teveel moeite snel antwoorden vinden. En voor servicemedewerkers wordt het aantal oproepen kleiner; zo krijgen ze tijd om zich op meer complexe zaken te richten.

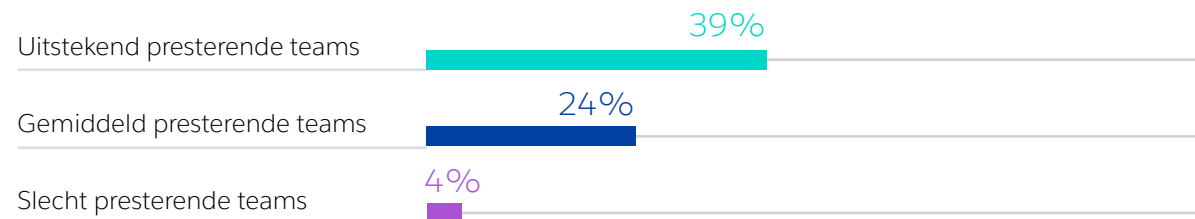
### Uitstekend presterende teams gebruiken community management en self-service portals.

*Klanten willen zelf antwoorden kunnen vinden zonder contact op te hoeven nemen met een contact center. Er is een 4x hogere kans dat uitstekend presterende serviceteams een self-service portal hebben in vergelijking met slecht presterende teams, en een bijna 11x hogere kans dat ze online communities creëren en beheren.*

#### Self-service portals: Percentage dat het momenteel gebruikt



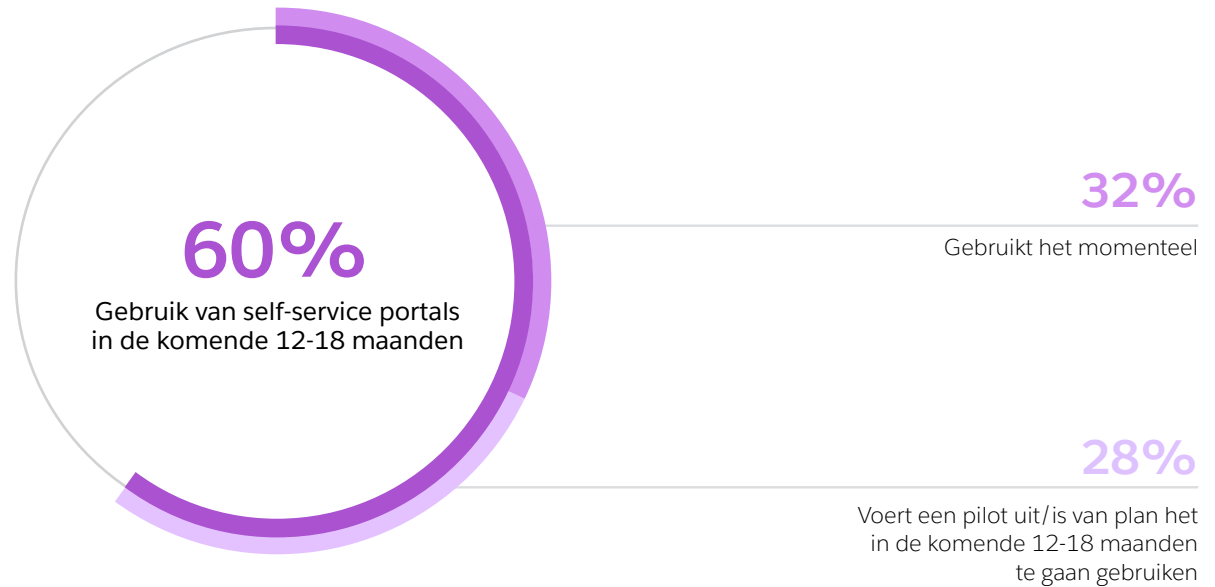
#### Communities creëren en beheren: Percentage dat ze momenteel gebruikt



# 04 | Door de veranderende mindset van klanten is er steeds meer vraag naar self-service

## Serviceteams op alle niveaus richten self-service klantcommunities in

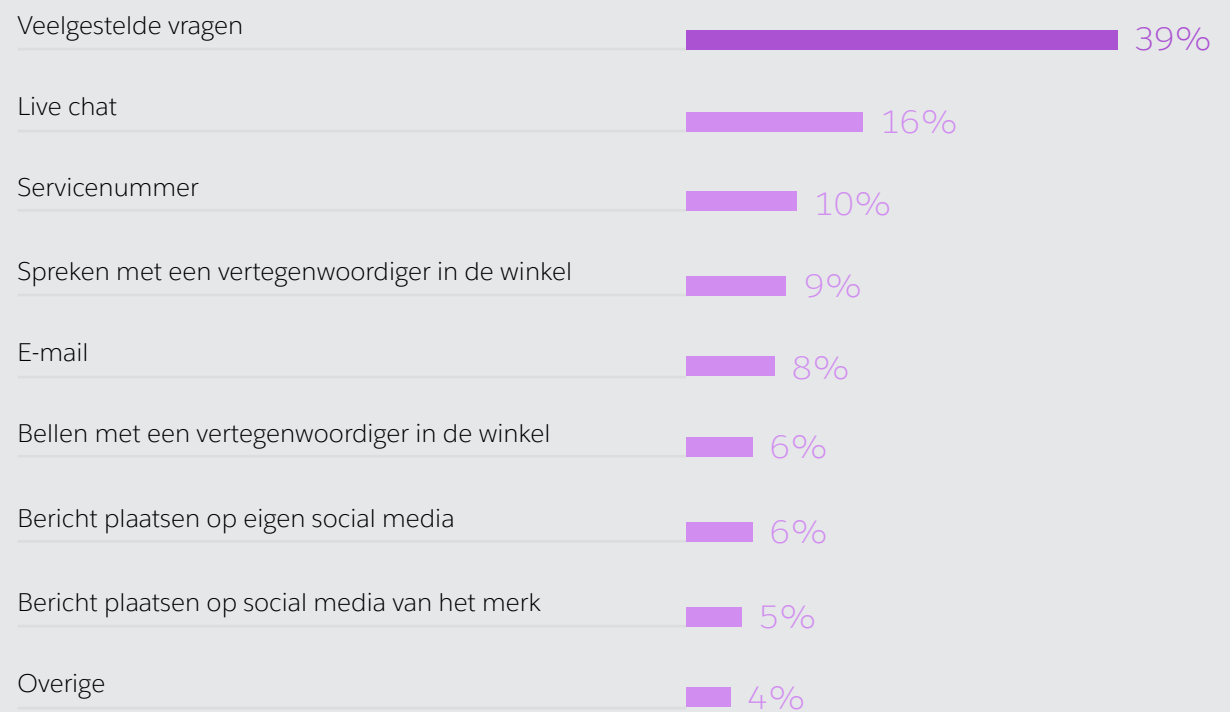
*Er wordt verwacht dat het gebruik van self-service portals en het creëren/beheren van communities de komende 12-18 maanden met respectievelijk 89% en 115% toeneemt. Communities gebruiken de kracht van samenwerking en crowdsourcing; activiteiten die al een vanzelfsprekend onderdeel zijn van het alledaagse online leven van consumenten.*



## UITGELICHT

### Millennials hebben het liefst self-service en online support

34% van de millennials geeft aan dat ze liever naar de tandarts gaan dan te bellen met een klantenservicenummer. Deze cijfers zijn afkomstig uit een recent rapport van Desk.com van Salesforce, ['Crossing the Generational Divide: Providing Customer Service for Today's Consumers.'](#) Uit het onderzoek bleek dat 39% van de millennials eerst de veelgestelde vragen van een bedrijf leest wanneer ze een vraag hebben; waaruit blijkt dat ze graag zelf antwoorden op hun vragen zoeken.





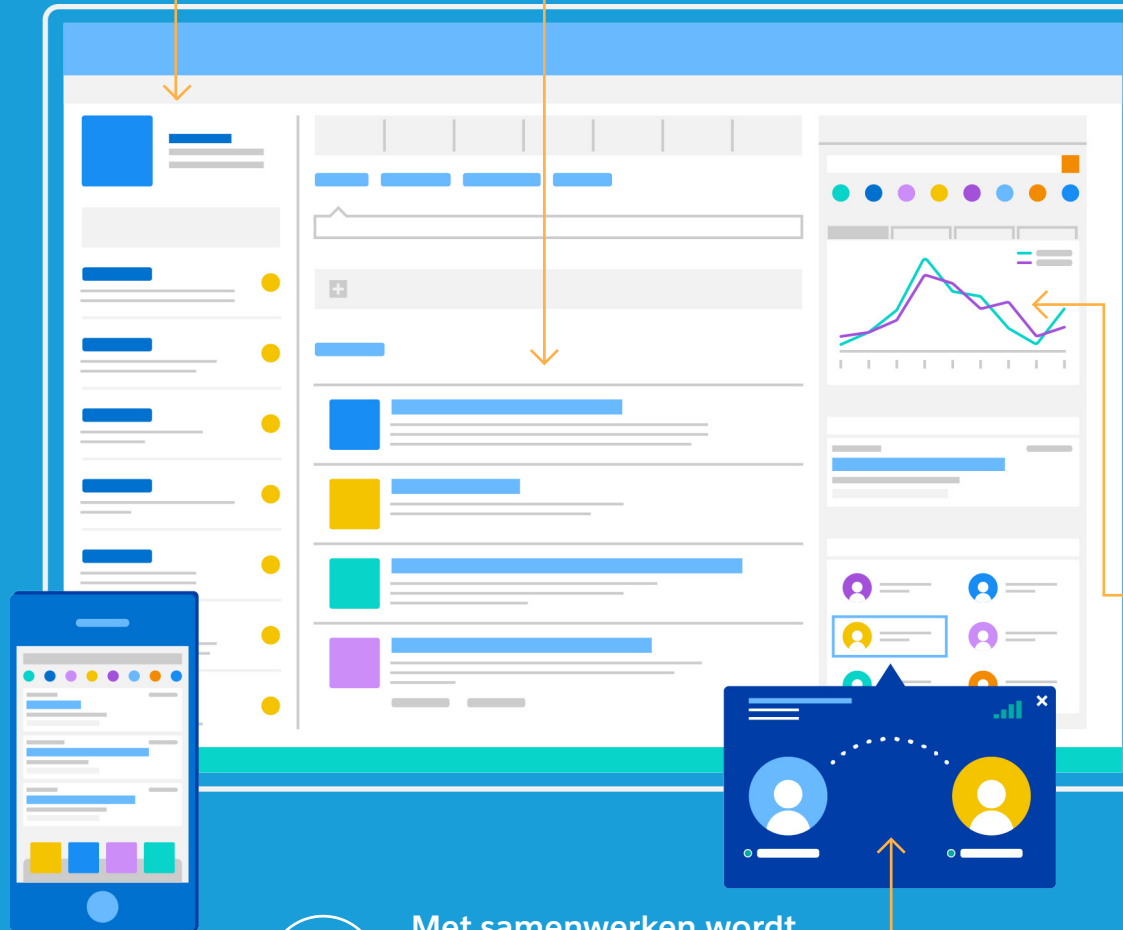
## Servicemedewerkers voorzien van technologie

Uitstekend presterende serviceteams begrijpen dat de ervaring die klanten hebben met de servicemedewerker, belangrijk is voor de volledige klantervaring. Daarom vinden ze het belangrijk hen de tools te bieden die ze nodig hebben om hun werk goed te doen; wetende dat dit de basis is voor tevreden klanten.



## Klanten helpen waar zij zijn

Uitstekend presterende serviceteams bieden service wanneer en waar de klanten dat willen, onafhankelijk van welk apparaat ze gebruiken. In plaats van de ouderwetse gedachte dat klanten u wel weten te vinden, weten uitstekend presterende teams dat ze zich juist aan de klant moeten aanpassen.



## Een self-serviceoplossing bieden

Uitstekend presterende serviceteams weten dat snelheid belangrijk is, en dat nemen ze dan ook enorm serieus. Ze geven klanten de mogelijkheid om zelf snel antwoorden vinden.



## Een slimme kijk op service

Uitstekend presterende serviceteams investeren in analyse-tools zodat serviceproblemen kunnen worden gekoppeld aan servicemedewerkers. Zij kunnen daarmee efficiënter werken en klanten een persoonlijkere ervaring bieden.

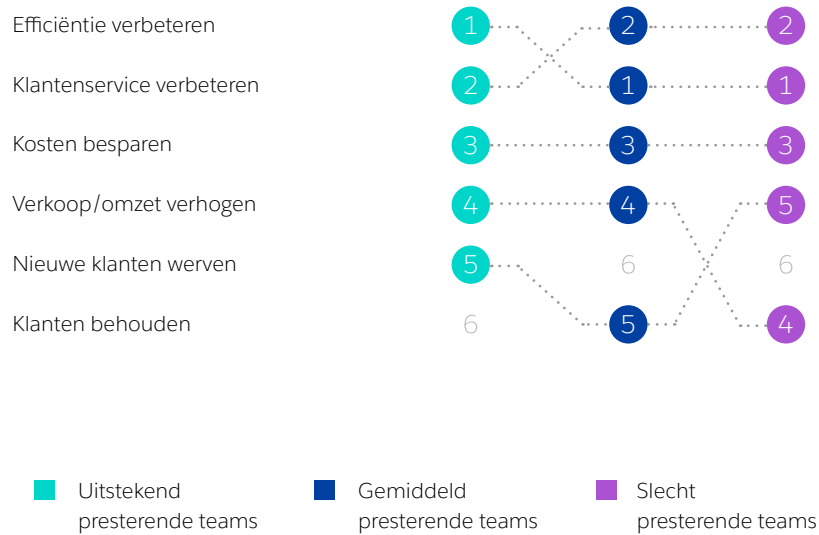


## Met samenwerken wordt het meest bereikt

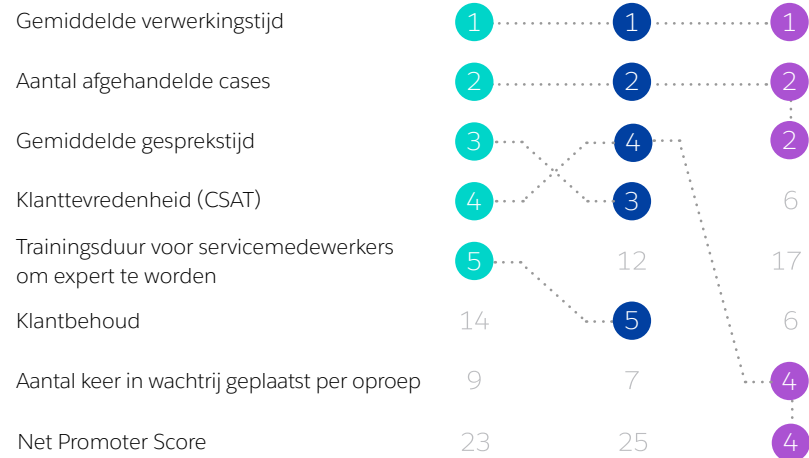
Uitstekend presterende serviceteams zeggen 2x zo vaak dat klantenservice 100% de verantwoordelijkheid is van het bedrijf.

# Bijlage A: Hoe de leiders van nu succes definiëren

**Het verbeteren van de efficiëntie en klantenservice zijn van groot belang.** Hieronder is te zien wat de belangrijkste doelen zijn van serviceleiders op alle prestatieniveaus.



**De verwerkingstijd is het belangrijkste.** Hieronder is te zien wat de belangrijkste factoren zijn voor serviceleiders op alle prestatieniveaus.

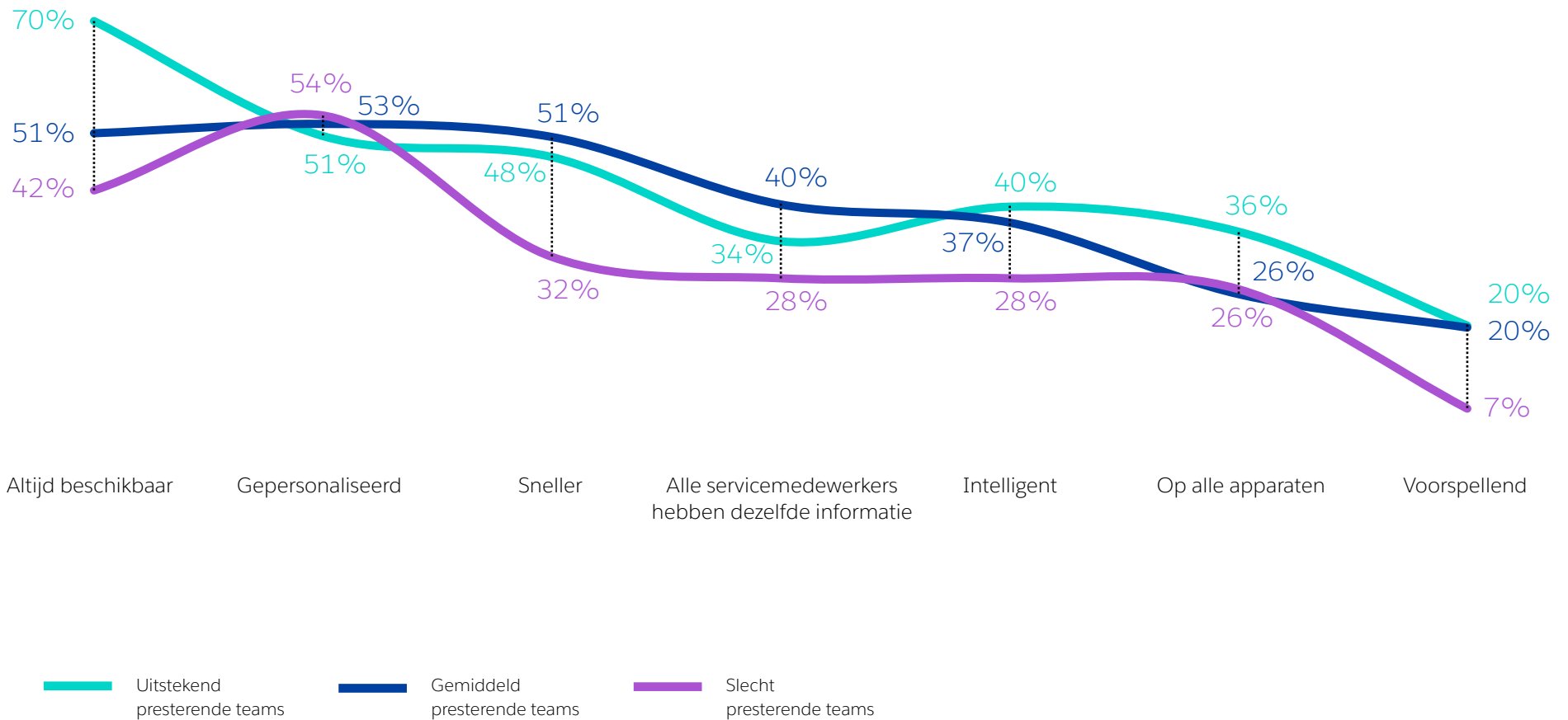


**Serviceleiders streven naar het efficiënter uitleggen en oplossen van problemen.** Lees hier wat de belangrijkste uitdagingen zijn van sales managers op alle niveaus.

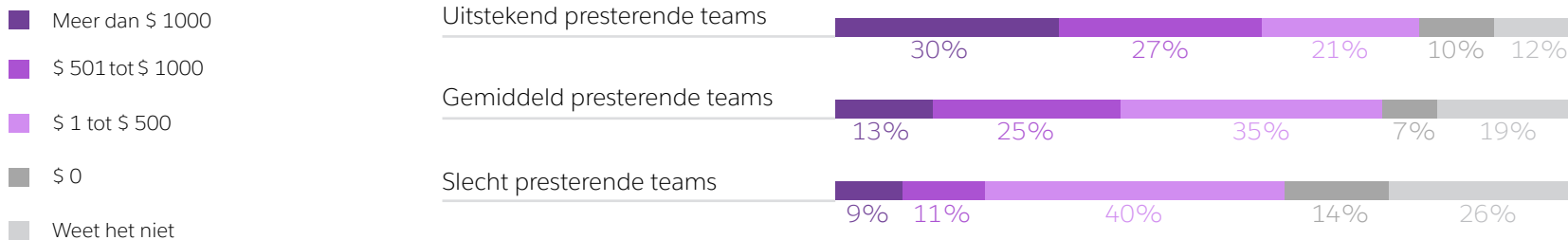


# Bijlage A: Hoe de leiders van nu succes definiëren

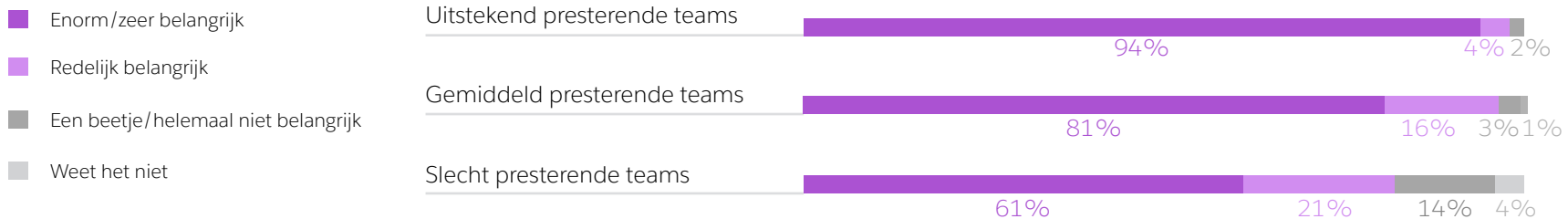
**Het creëren van een prettige klantervaring heeft een hoge prioriteit.** Serviceteams die altijd beschikbare, gepersonaliseerde en snellere service belangrijk vinden, begrijpen ook hoe belangrijk het is om een goede klantervaring te bieden. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de serviceprioriteiten per prestatieniveau.



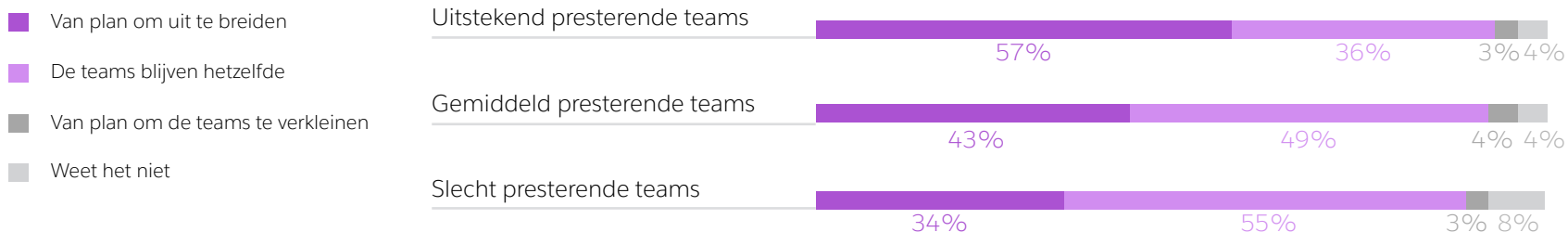
**Uitstekend presterende teams investeren in trainingen.** Er is een 3x grotere kans dat bedrijven met uitstekend presterende serviceteams \$ 500 of meer per jaar besteden aan trainingen dan slecht presterende teams. Hieronder staat een overzicht van het trainingsbudget per prestatieniveau.



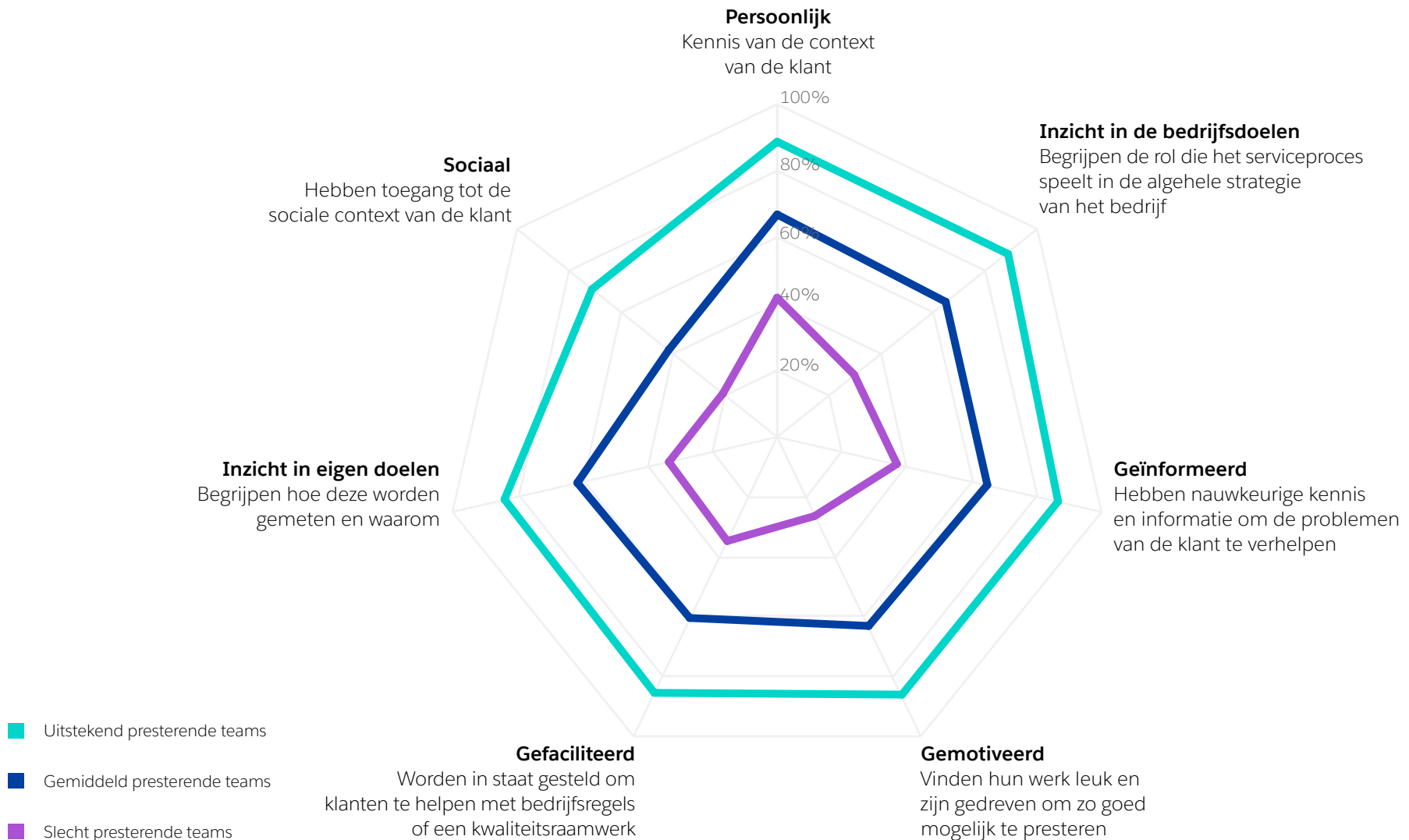
**Uitstekend presterende teams vinden de tevredenheid van werknemers belangrijk.** Hieronder is te zien hoe belangrijk de tevredenheid van werknemers is op elk prestatieniveau.



**Meer dan de helft van de uitstekend presterende teams is van plan hun teams uit te breiden.** Hieronder is te zien hoe de serviceleiders op elk prestatieniveau van plan zijn hun serviceteams uit te breiden.



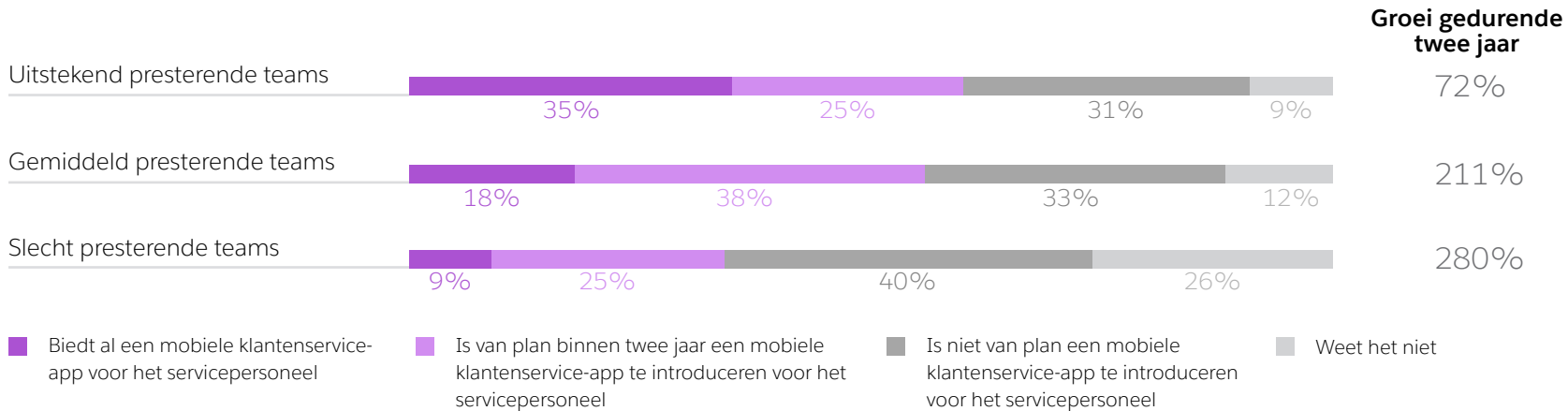
**De beste teams zorgen ervoor dat hun servicemedewerkers geïnformeerd en gemotiveerd zijn en gefaciliteerd worden.** Hieronder is te zien wat de leiders op elk prestatieniveau vinden van de capaciteiten van servicemedewerkers.



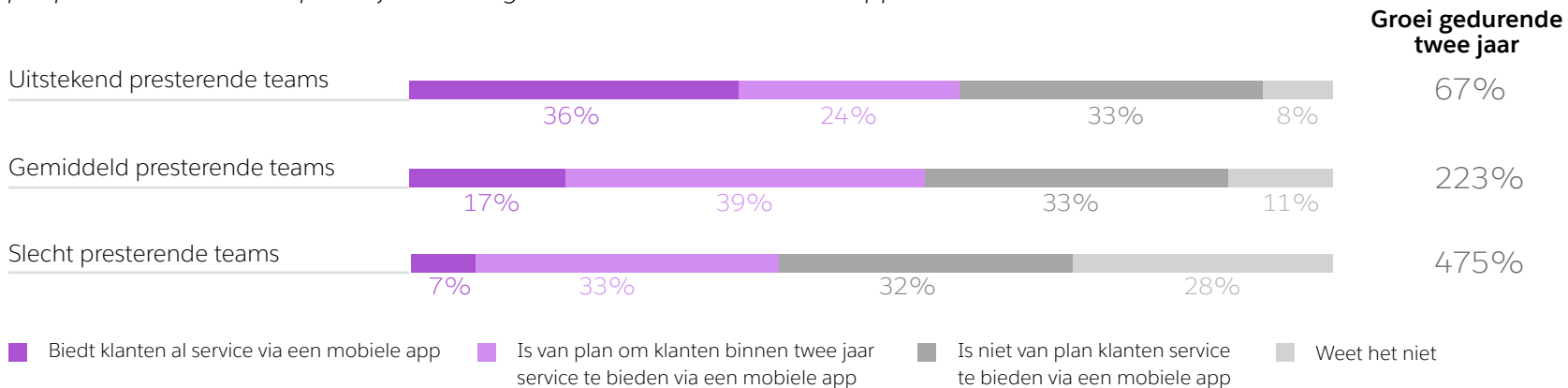


# Bijlage B: Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

**Serviceteams zijn van plan om servicevertegenwoordigers en technici uit te rusten met mobiele apps zodat ze efficiënter support kunnen bieden.** In totaal geeft 56% van de serviceprofessionals aan dat ze momenteel een mobiele app bieden aan hun klantenservicemedewerkers en/of technici, of van plan zijn dat binnen twee jaar te gaan doen. We verwachten de komende twee jaar een enorme stijging bij gemiddeld en slecht presterende teams. Zoals hieronder te zien is, gaat het om een groei van meer dan 200%.

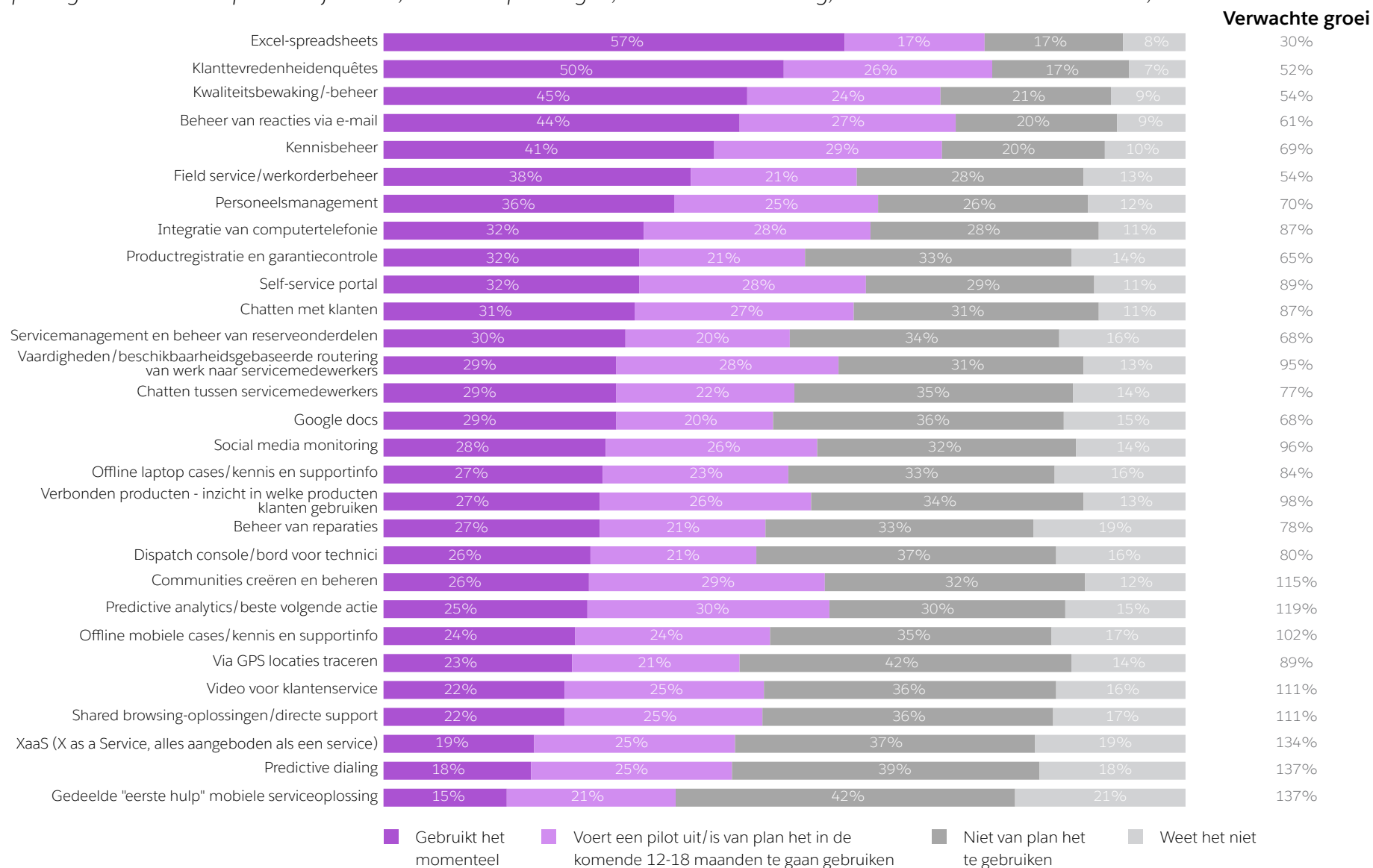


**In de komende twee jaar groeit het gebruik van mobiele service-apps exponentieel.** Dit is hoe serviceleiders per prestatieniveau van plan zijn om het gebruik van mobiele service-apps uit te breiden.



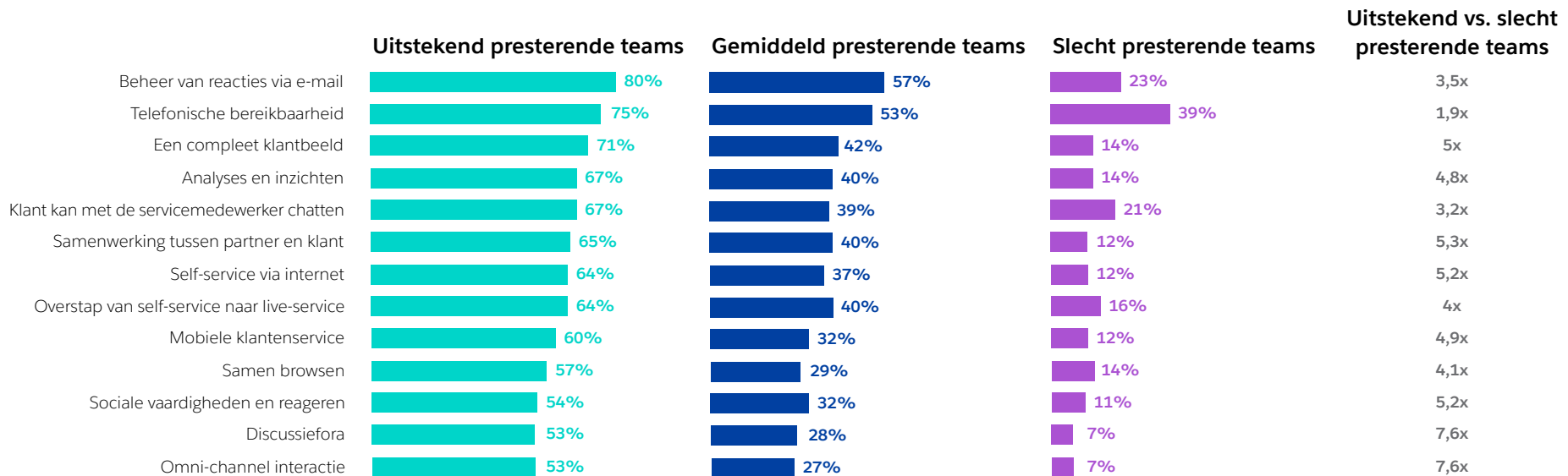
# Bijlage B: Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

**Serviceleiders verwachten een enorme groei in het gebruik van functies waarmee persoonlijk klantcontact wordt gestimuleerd.** Zoals onderstaand te zien is zal de grootste groei in de komende 12-18 maanden plaatsvinden op het gebied van voorspellende functies, mobiele oplossingen, shared web browsing, communities en cloud-diensten,



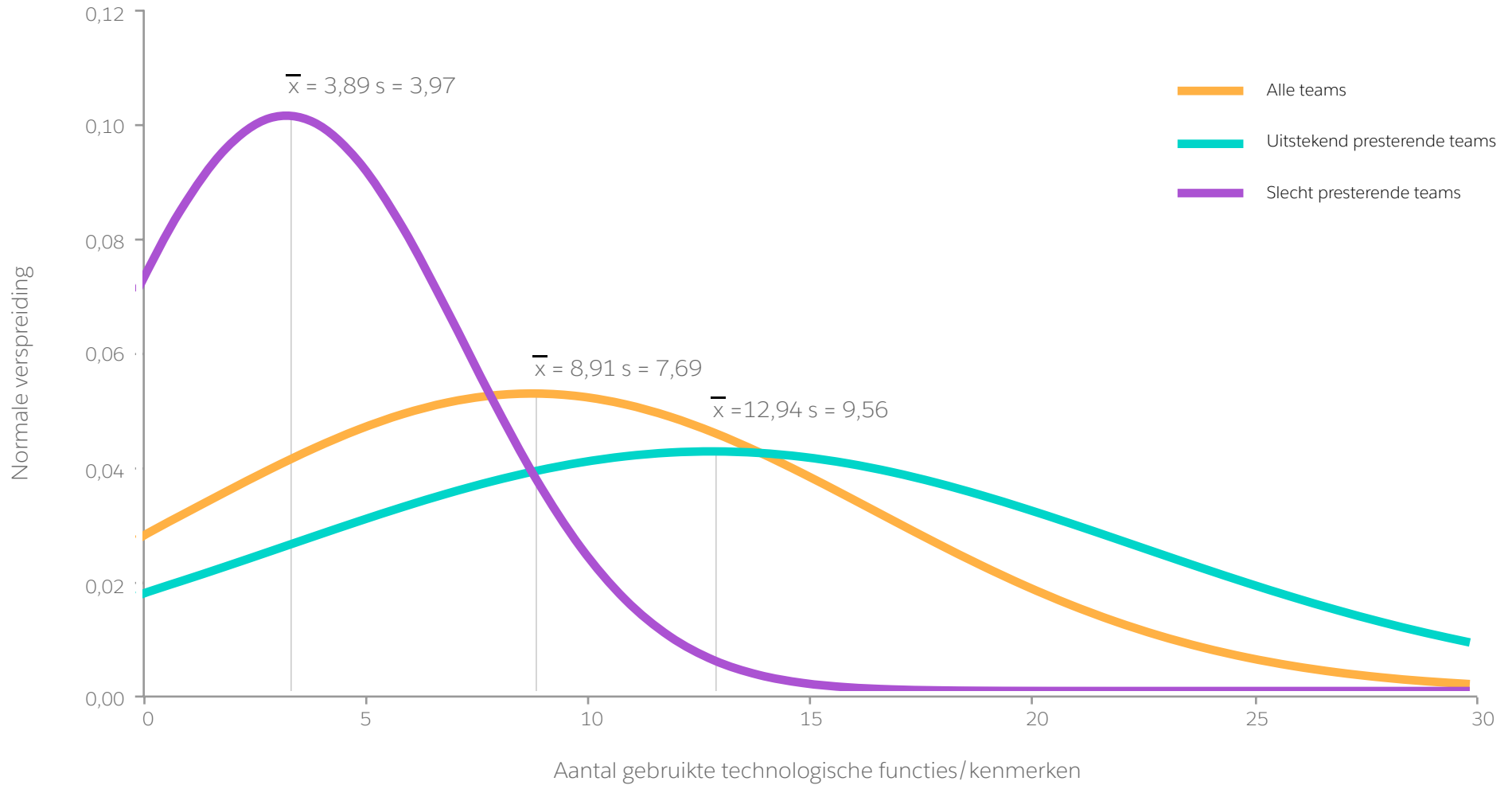
# Bijlage B: Omni-channel klanten zorgen voor een verandering in dienstverlening

**Omdat er zo veel manieren zijn om in contact te komen met klanten, richten serviceteams hun focus vaak op een of twee opties terwijl de rest wordt vergeten.** *Er is een bijna 8x grotere kans dat uitstekend presterende serviceteams discussiefora en omni-channel interacties beoordelen als uitstekend of zeer goed in vergelijking met slecht presterende teams.*



# Bijlage C: Uitstekend presterende teams onderscheiden zich door het faciliteren van servicemedewerkers

**De kans is groot dat uitstekend presterende teams veel technologie gebruiken.\*** Hier is de adoptie van technologie te zien per prestatieniveau.



\* Er is sprake van veel of minimaal gebruik van technologie als er meer of minder dan 1 cijfer afwijking is van het standaardaantal functionaliteiten dat momenteel wordt gebruikt.

# Bijlage C: Uitstekend presterende teams onderscheiden zich door het faciliteren van servicemedewerkers

**Teams die cloud-oplossingen gebruiken, gebruiken waarschijnlijk ook meer technologie.\*** *Er is een 5,2x grotere kans dat cloud-gebruikers veel technologie gebruiken in vergelijking tot personen die de cloud niet gebruiken.*

Cloud



Geen cloud



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

\* Er is sprake van veel of minimaal gebruik van technologie als er meer of minder dan 1 cijfer afwijking is van het standaard aantal functionaliteiten dat momenteel wordt gebruikt.

**Cloud-oplossingen bieden uitstekend presterende teams meer toegang tot functionaliteit om service te verlenen.** *Hieronder wordt het verschil in technologiegebruik weergegeven tussen uitstekend presterende teams die vooral cloud-oplossingen gebruiken en uitstekend presterende teams die geen cloud-oplossingen gebruiken. Bij de uitstekend presterende serviceteams is er een 12x hogere kans dat cloud-gebruikers veel technologie gebruiken in vergelijking tot personen die de cloud niet gebruiken.\**

Uitstekend presterend + cloud



Uitstekend presterend + geen cloud

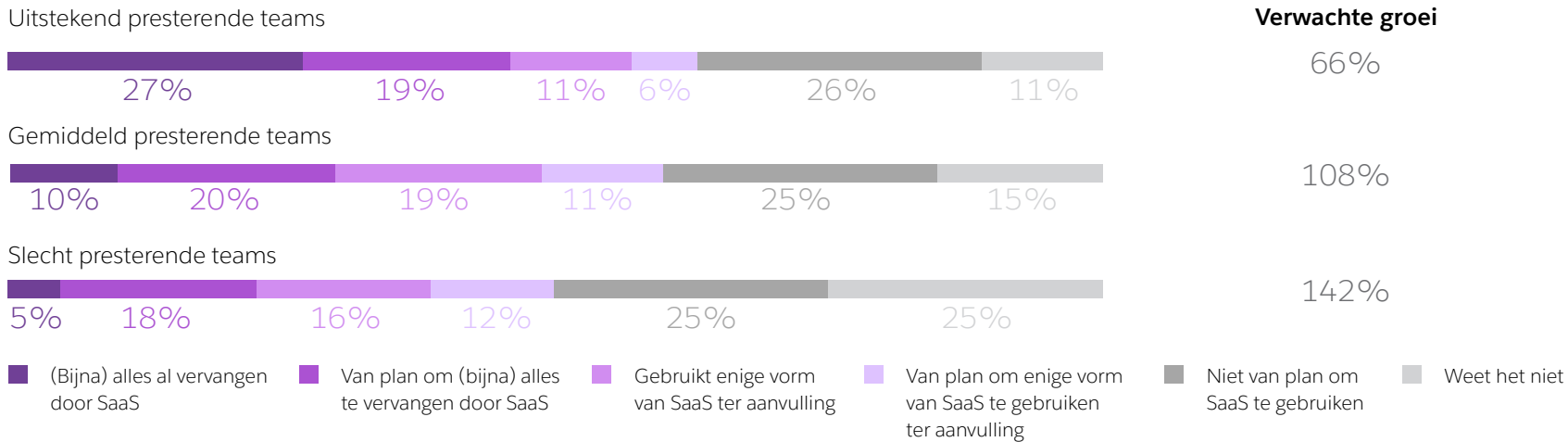


■ Maakt veel gebruik van technologie   ■ Maakt redelijk veel gebruik van technologie   ■ Maakt weinig gebruik van technologie

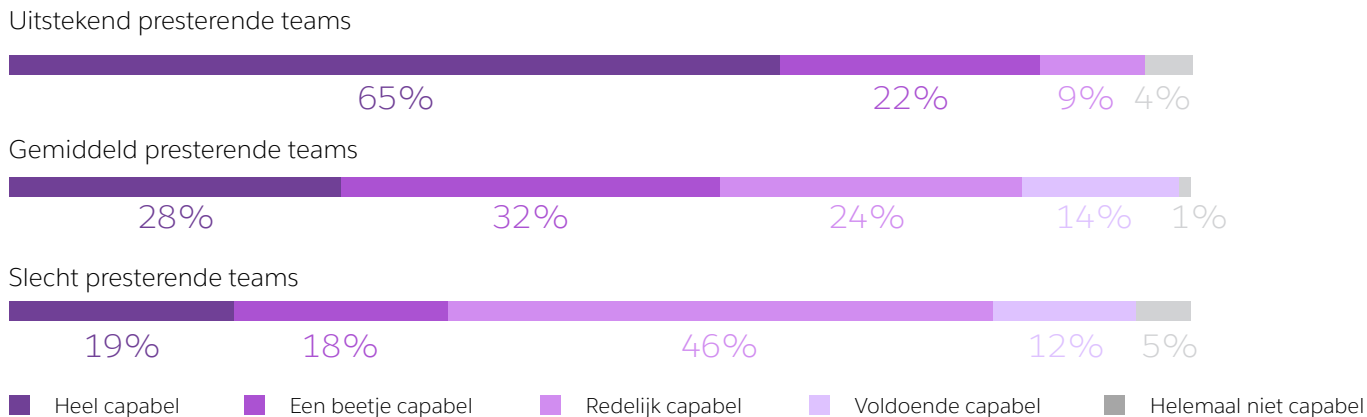
\* Er is sprake van veel of minimaal gebruik van technologie als er meer of minder dan 1 cijfer afwijking is van het standaard aantal functionaliteiten dat momenteel wordt gebruikt.

# Bijlage C: Uitstekend presterende teams onderscheiden zich door het faciliteren van servicemedewerkers

**Er wordt steeds meer gebruikgemaakt van de cloud.** Er is een 5,1x grotere kans dat uitstekend presterende teams vooral cloud-oplossingen gebruiken in vergelijking tot gemiddeld en slecht presterende teams. Zoals onderstaand te zien is wordt echter wel verwacht dat de komende twee jaar het gebruik van de cloud flink gaat groeien bij gemiddeld en slecht presterende teams.



**Uitstekend presterende teams bieden servicemedewerkers alles wat ze nodig hebben om verzekerd te zijn van klantensucces.** Hieronder staat in welke mate klantenserviceleiders zich capabel voelen, opgedeeld per prestatieniveau.

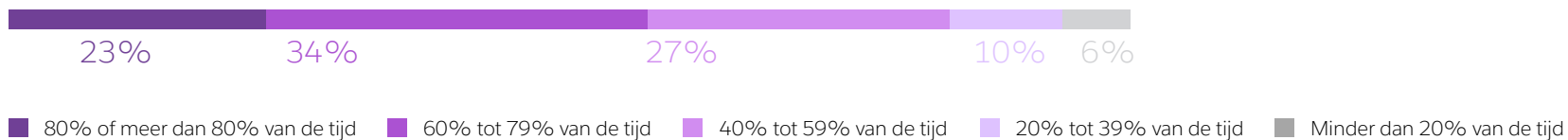


# Bijlage D: Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie

## Als er inzicht is in de behoeften nog voordat deze worden geuit, kan dat de tevredenheid van klanten verbeteren.

Momenteel kan slechts 23% van de serviceteams in 80% of meer van de gevallen op basis van gegevens, ervaring en analyses de klantenservicebehoeften voorspellen. Hieronder is te zien wat de serviceteams vinden van hun mogelijkheden om de klantenservicebehoeften te voorspellen.

Alle teams



**Met uitstekende analysemogelijkheden zijn teams beter in staat om de behoeften van klanten te voorspellen.** Dit is een overzicht van hoe serviceteams per prestatieniveau de behoeften van klanten kunnen voorspellen voordat ze tot uiting komen.

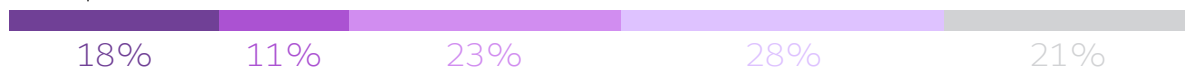
Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



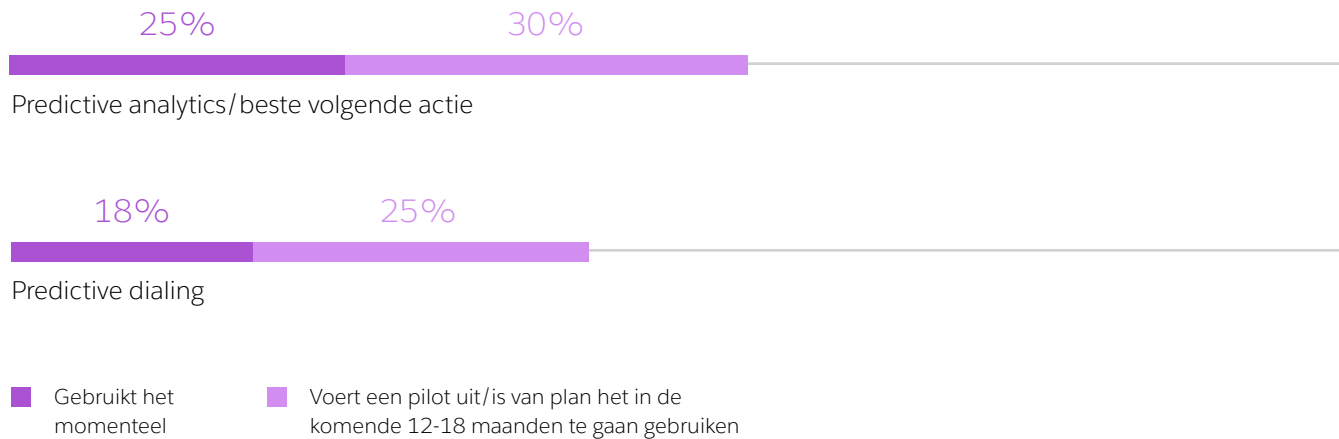
Slecht presterende teams



■ 80% of meer dan 80% van de tijd ■ 60% tot 79% van de tijd ■ 40% tot 59% van de tijd ■ 20% tot 39% van de tijd ■ Minder dan 20% van de tijd

# Bijlage D: Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie

**Serviceteams maken steeds meer gebruik van voorspellende technologieën om slimmere systemen te ontwikkelen.** *In de komende 12-18 maanden gaan serviceorganisaties meer dan twee zoveel gebruikmaken van predictive analytics en predictive dialing. Naar mate bedrijven meer informatie gaan gebruiken (voor effectievere case-routing of om servicemedewerkers contextgerelateerde informatie te bieden) wordt de productiviteit steeds hoger.*





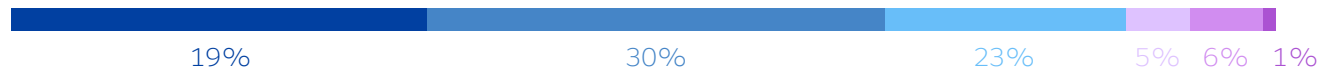
# Bijlage D: Proactieve service neemt toe en wordt gedreven door slimme technologie

**Bij marktleidende bedrijven is het hele bedrijf betrokken bij het leveren van klantenservice.** *Uitstekend presterende teams zeggen bijna 2x vaker dat klantenservice 100% de verantwoordelijkheid is van het bedrijf dan slecht presterende teams.*

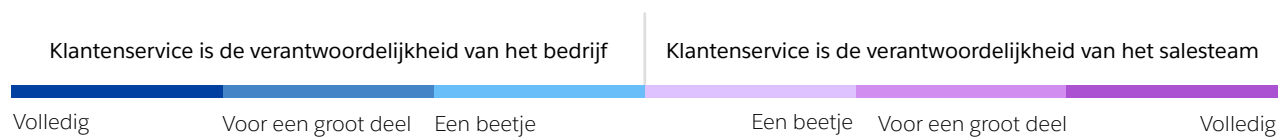
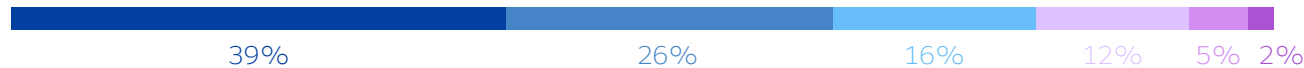
Uitstekend presterende teams



Gemiddeld presterende teams



Slecht presterende teams



# Bijlage E: Door de veranderende mindset van klanten is er steeds meer vraag naar self-service

**Uitstekende teams zijn vaardig in het ontwikkelen van communities en self-service portals.** *Er is een 3x grotere kans dat uitstekende teams erg goed zijn in het aanbieden van self-service en communities dan slecht presterende teams.*

