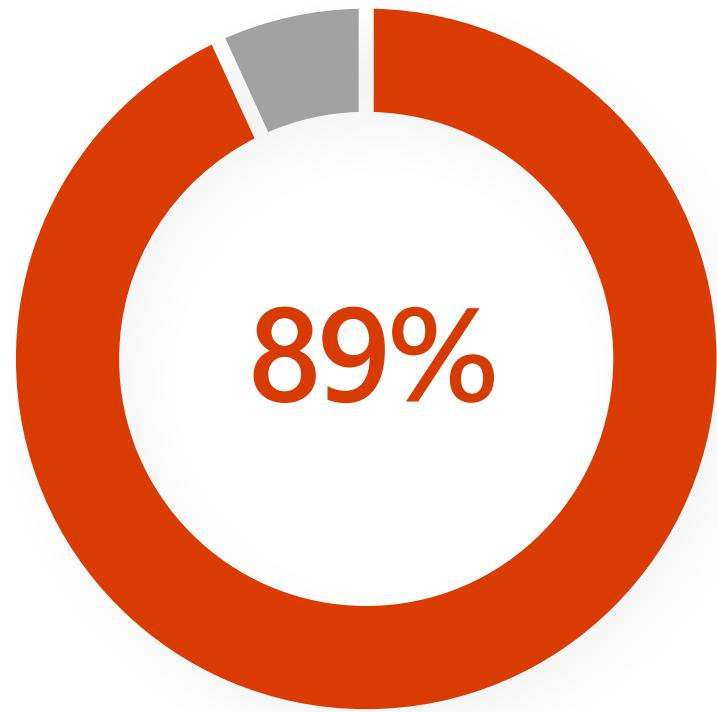


Vijf sleutels om het succes van je klantenservice toekomstbestendig te maken



Waarom we dit hebben geschreven

De coronacrisis heeft organisaties een mogelijkheid geboden om hun klantenservice te verbeteren. Met meer empathie en het toevoegen van de juiste technologie en automatisering kun je loyalere klanten behouden.



89% van de bedrijven met 'fors beter dan gemiddelde' klantervaringen presteert financieel beter dan concurrenten.¹

Deze informatie is voor jou als:

- Je wilt weten hoe het ontwikkelen van empathie de klantenservice succesvoller maakt.
- Je wilt anticiperen op de reacties van klanten en problemen sneller op wilt lossen.
- Je wilt begrijpen hoe automatisering je mensen kan ondersteunen.
- Je niet zeker weet of je supportoplossing en servicemedewerkers goed samenwerken.
- Je wilt dat je klantenservice technologie en automatisering gebruikt.



Geschatte leestijd: minder dan 7 minuten

¹ "The Global State of XM, 2020," Qualtrics XM, 2020.

Inhoudsopgave

Inleiding

De klantenservice
is veranderd
en organisaties moeten
zich aanpassen

Pagina 4

Sleutel 1

Empathie is alles

Pagina 5

Sleutel 2

Regelmatige en open
communicatie is essentieel
voor het oplossen van
conflicten

Pagina 8

Sleutel 3

Combineer platformen
en technologieën om
klanten te benaderen
waar ze zijn

Pagina 11

Sleutel 4

Een goede combinatie
van supportoplossing
en servicemedewerker
zorgt voor loyaliteit en
klantbehoud

Pagina 13

Sleutel 5

Technologie
en automatisering
maken klantenservice
voor iedereen naadloos

Pagina 16

Conclusie

Bind klanten
levenslang aan je met
Microsoft Dynamics
365 Customer Service

Pagina 19

De klantenservice is veranderd en organisaties moeten zich aanpassen

Toen de coronacrisis begon, kregen contactcentra te maken met ongekende pieken in het aantal telefoontjes van klanten die tot dan toe onverwachte behoeften hadden. Tegelijkertijd veranderden veel bedrijven plotseling hoe en waar hun werknemers werkten, waardoor ze onder andere nieuwe communicatie- en samenwerkingstechnologieën moesten implementeren.

In die periode hebben we geleerd dat klanten zelfs als de omstandigheden moeilijk zijn, hoge verwachtingen hebben. Toen 80% van de klanten in een landelijk onderzoek zei dat klantenservice empathischer en responsiever moet, is het duidelijk dat er iets ontbreekt.

Klanten willen één plek waar ze al hun problemen kunnen oplossen. Ook medewerkers van de klantenservice willen één plek met inzichten die ze op het juiste moment de juiste informatie geven, geautomatiseerde mogelijkheden waarmee ze op problemen kunnen anticiperen en geïntegreerde samenwerkingstools die de ervaring voor vertegenwoordigers en klanten verbeteren.

In dit handboek presenteren we manieren om te zorgen dat je bedrijf de best mogelijke klantenservice biedt.
We bespreken:

- De veranderingen die in de klantenservice plaatsvinden, en de veranderingen die nog nodig zijn.
- Tools en oplossingen, zowel op het gebied van leiding als diensten, om je te helpen deze veranderingen met succes door te voeren.
- Een actieplan dat organisaties voor hun klantenservice kunnen gebruiken.

² "Customer Support Through the Eyes of Consumers in 2020," Hiver, 2020.

Sleutel 1

Empathie is alles



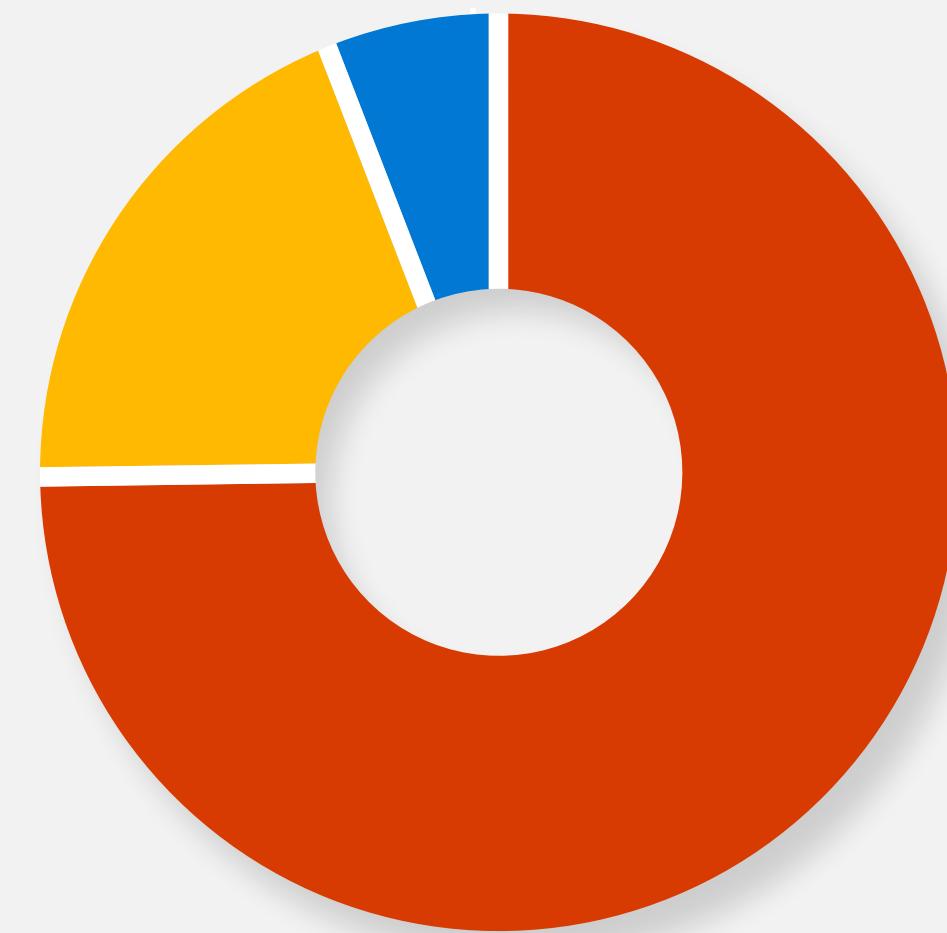
Er is veel frustratie

Toen de uitdagingen als gevolg van de coronacrisis toenamen, namen klanten contact op met verspreid en geïsoleerd thuiswerkende klantenservicemedewerkers die niet altijd de juiste tools en steun hadden om problemen van klanten op te lossen. Tegelijkertijd realiseerden veel van deze medewerkers zich dat ze niet de juiste tools hadden om effectief met emotionele klanten om te gaan.

Veel organisaties meldden dat klantenservicemedewerkers klanten niet benaderden met de hoeveelheid empathie die ze met hun merk geassocieerd willen zien.

Drie-kwart van de ondervraagde klanten zei dat de coronacrisis de klantenservice slechter heeft gemaakt, en dat ze gefrustreerd zijn.³

De effecten van de coronapandemie op de klantenservice



³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID," NBC Boston, 2020.

Onderzoek door de tv-zenders van NBC en Telemundo, oktober – november 2020.

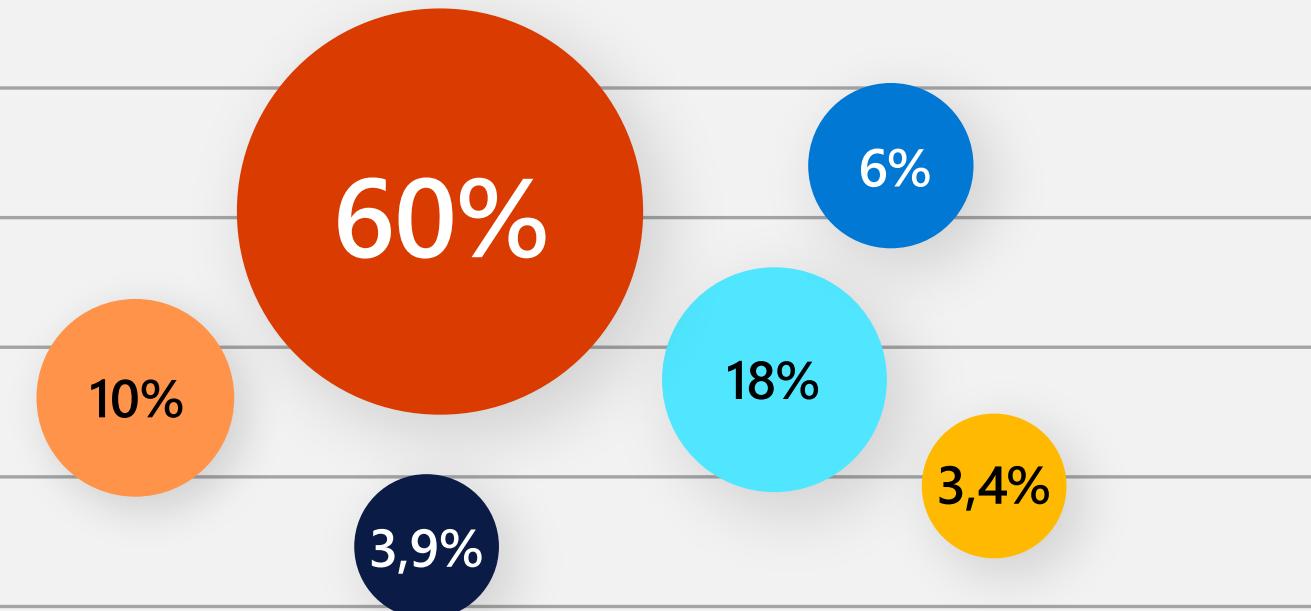
Klanten willen gehoord worden

Klanten hebben te maken met lange wachttijden, slecht geïnformeerde werknemers en problemen die niet worden opgelost. De helft meldde de klantenservice nooit aan de lijn te hebben gehad, terwijl 78% zei het meerdere keren geprobeerd te hebben. Negen procent probeerde meer dan twintig keer per telefoon of e-mail contact te krijgen. Van degenen die de klantenservice uiteindelijk bereikten, zegt de helft dat ze nooit een reactie kregen.³

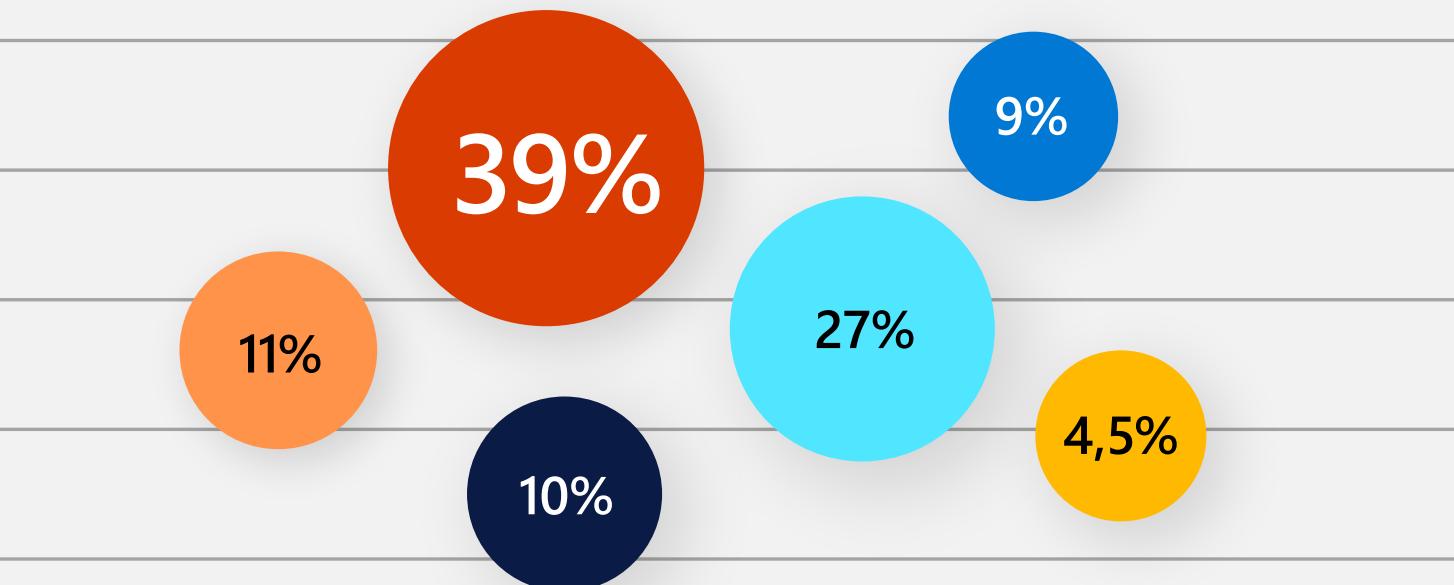
Een verrassende 60% van de consumenten zegt dat ze niet langer van een merk zouden kopen als ze onvriendelijke service zouden krijgen.⁴

De tijd die het kost om de klantenservice te bereiken

NBC



Telemundo



< 1 week

1 – 2 maanden

1 – 2 weken

> 2 maanden

2 – 4 weken

Nooit

³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID," NBC Boston, 2020.

⁴ "Experience is everything: Here's how to get it right," PwC, 2018.

Bron: Onderzoek door de tv-zenders van NBC en Telemundo, oktober – november 2020.

Sleutel 2

Regelmatige en open communicatie is essentieel voor het oplossen van conflicten



Anticiperen op de reacties van klanten

Empathie is een belangrijk doel en vereist open en regelmatige communicatie. Met een beter inzicht in klanttrajecten kunnen medewerkers anticiperen op de behoeften van klanten en interacties personaliseren. Ook het afbreken van technologische silo's binnen (en buiten) je klantenserviceafdeling is een manier om je klantenservice te verbeteren.

Hoe krijg je een beter inzicht in de ervaring van je klanten en wat ze nodig hebben? Met de juiste technologie kunnen je medewerkers beter op behoeften anticiperen en hun communicatie personaliseren.



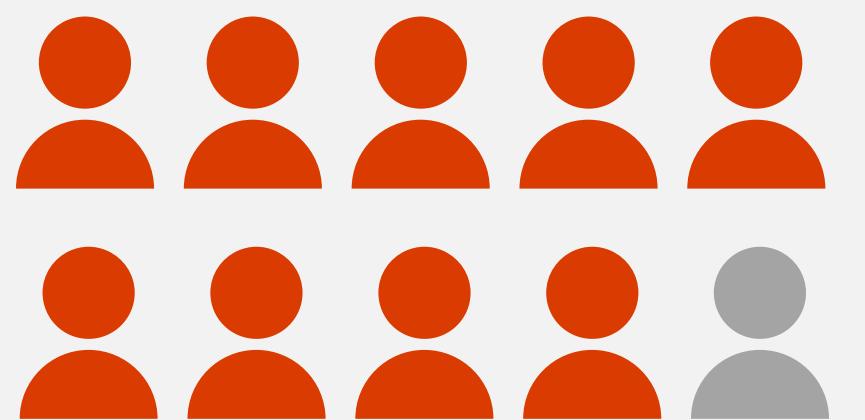
Het toekomstige succes van klantenserviceorganisaties is gebaseerd op hun vermogen continu te anticiperen."

Terry Walls

Voormalig directeur van KPMG.

Reageer sneller en los problemen sneller op

Klanten willen een snelle reactie waarmee hun problemen efficiënt worden opgelost. In een onderzoek naar verkoopconversie ontdekte AutoDeal dat als zijn dealers binnen zes uur op een klant reageerden, het gemiddelde conversiepercentage 40% hoger was. Dealers die binnen een uur reageren, hebben 48% meer kans om de koop te sluiten.⁵



90%

van de Amerikanen gebruikt
klantenservice als factor om te besluiten
of ze met een bedrijf zaken willen doen.⁶

⁵ "Sales Conversion remains best for dealers replying in six hours or less," AutoDeal, 2017.

⁶ "De staat van de klantenservice wereldwijd," Microsoft, 2020.



Sleutel 3

Combineer platformen en technologieën om klanten te benaderen waar ze zijn



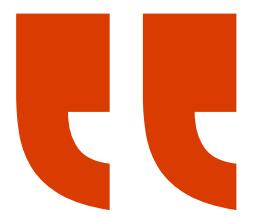
Het belang van persoonlijke connecties

Merken vergroten hun investeringen in technologieën zoals terugbeloproepen en oplossingen die klanten de controle geven, het automatiseren van triviale aanvragen en het stroomlijnen van reacties op complexere behoeften. Het automatiseren van berichten is nog altijd belangrijk, maar het moet een middel zijn om een bepaald doel te bereiken, en niet worden gebruikt voor hele conversaties.

Terwijl we vooruitgang boeken, moeten we zorgen dat onze technologieën de klantervaring ondersteunen zonder persoonlijke interacties te vervangen.

Verbind automatisering met mensen

Voor eenvoudige en herhaalde vragen geven klanten de voorkeur aan een selfservicechatbot, maar voor ingewikkelder vragen en geschillen hebben ze liever met een echt persoon contact. Een medewerker die het van een chatbot overneemt kan worden gezien als een held die de boel komt redden.



De focus moet liggen op het opbouwen van relaties, en de sleutel daarvoor is dat we de tevredenheid van de klant als ieders verantwoordelijkheid gaan zien.”

Niraj Ranjan
CEO van Hiver

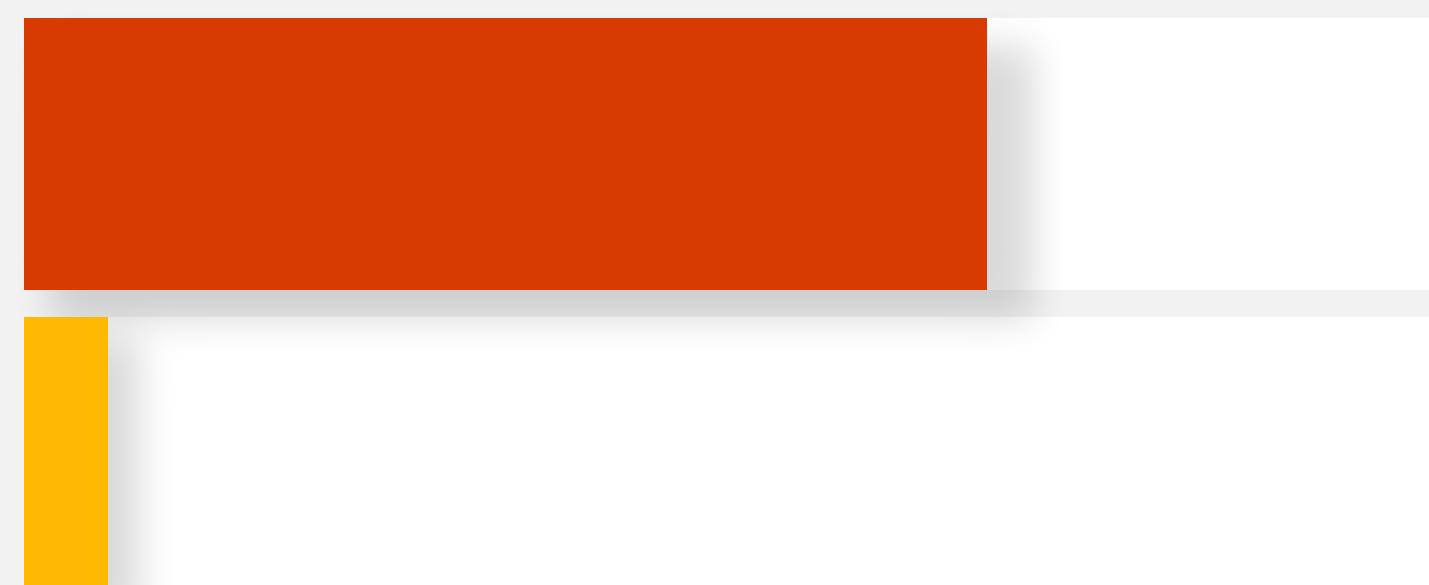
Sleutel 4

Een goede combinatie van supportoplossing en servicemedewerker zorgt voor loyaliteit en klantbehoud



De gezondheidscrisis maakte de klantenservice belangrijker voor het koesteren, behouden en vergroten van de loyaliteit van klanten en de inkomstengroei.

Er is een kans van 60% tot 70% dat je iets aan een bestaande klant verkoopt, in vergelijking met een kans van 5% tot 20% bij een nieuwe prospect.



60% – 70% 5% – 20%

bestaande klant

nieuwe klant

Bron: [Invesp](#)

Het behouden van loyale klanten betekent natuurlijk een lager verloop, waardoor je minder hoeft te besteden aan het werven van nieuwe klanten. Tevreden klanten zullen waarschijnlijk ook mond-tot-mondreclame voor je bedrijf maken.

5 x – 25 x

Investeren in nieuwe klanten is tussen 5 en 25 keer duurder dan het behouden van bestaande klanten.⁷

Toen de veranderende bedrijfsomstandigheden ineens leidden tot extreme klantenservicesituaties die de loyaliteit en het behoud van klanten beïnvloedden, realiseerden bedrijven zich dat ze hun aanpak moesten heroverwegen. Ze moesten zich gaan concentreren op het behouden van klanten door een aantrekkelijke en empathische klantenservice te bieden. Ze realiseerden zich ook het belang van meer loyaliteit en het behoud van hun klantenservicemedewerkers.

Daarnaast zagen ze dat het voor medewerkers essentieel is om te beschikken over tools waarmee ze de best mogelijke ambassadeurs van hun merk kunnen zijn. Uitstekende klantenservice betekent dat je je zowel op je klantenservicemedewerkers als je supportoplossing richt en dat je zorgt dat die goed met elkaar samenwerken.

⁷ "Customer Acquisition Vs. Retention Costs – Statistics and Trends," Invesp, ongedateerd.



In 2021 zullen bedrijven zich richten op statistieken voor de klantwaarde die de zorg en het vertrouwen weerspiegelen.”⁸

⁸ “The Three Customer Service Megatrends in 2021”, Callminer, 2021.



Sleutel 5

Technologie
en automatisering
maken klantenservice
voor iedereen naadloos



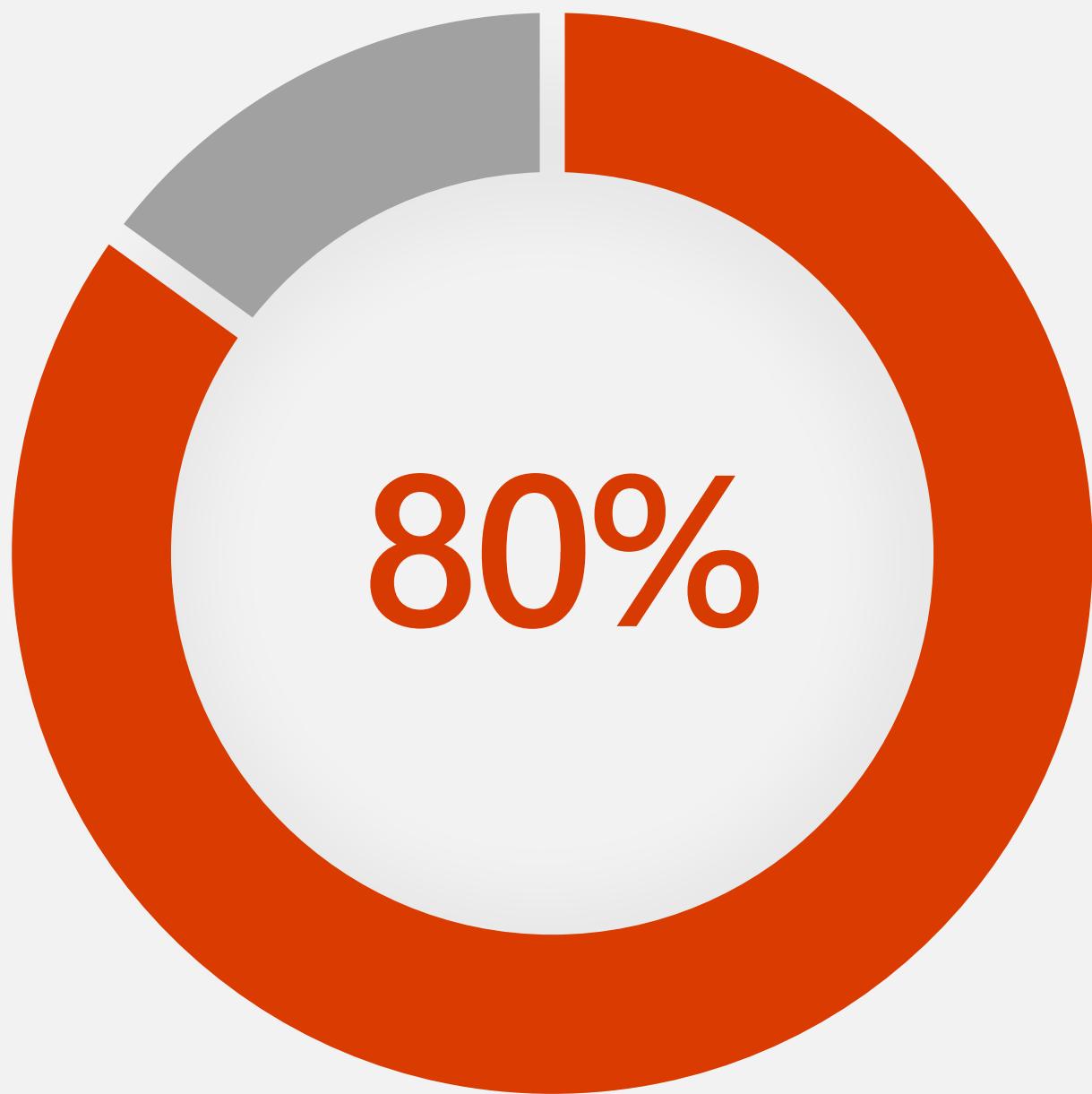
Bedrijven hebben behoefte aan informatie- en analyticstools die het beheer en medewerkers ondersteunen en zorgen dat klanten snelle, efficiënte service krijgen. Automatisering zal ook een grote rol spelen bij het verbeteren van de klantenservice in wat McKinsey de 'volgende normaal' noemt.

Inzichten omzetten in actie

Een nieuwe kans voor klantenservice maakt gebruik van waarschuwingen die door akoestische signalen worden geactiveerd, zoals opwinding bij de klant of een ongewone stilte tijdens een telefoongesprek. De realtime waarschuwing biedt de medewerker een slimme oplossing op basis van de specifieke omstandigheden van de klant of suggereert zo nodig automatisch om de oproep naar een leidinggevende door te schakelen.

Servicemedewerkers helpen empathischer te zijn

Klantinzichten, samenwerkingsruimten, advies en automatisering bieden klantenservicemedewerkers de ruimte om vertrouwde klantrelaties op te bouwen. Als automatisering de eenvoudige, repetitieve taken uitvoert, hebben servicemedewerkers de tijd en energie om empathisch complexe interacties aan te gaan.

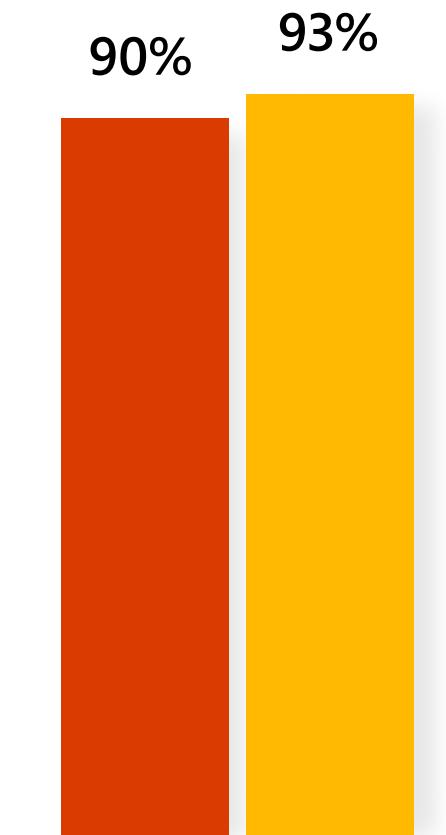


Bijna 80% van de ondervraagde klanten in twintig sectoren vergeeft een slechte ervaring als ze het serviceteam 'erg goed' vinden.⁹

⁹ "ROI of Customer Experience, 2020," Qualtrics XM, 2020.

Resultaten verbeteren en bedrijfsverbetering stimuleren

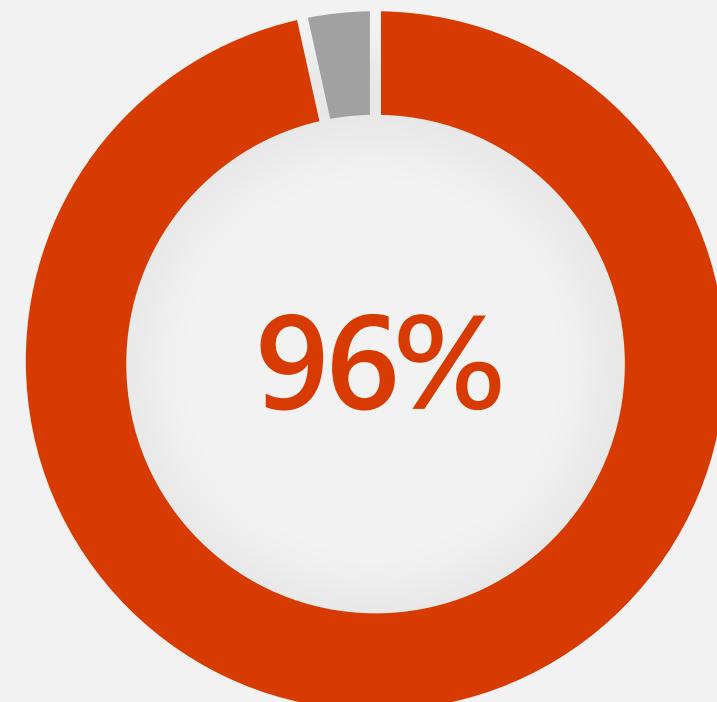
Betere betrokkenheid zorgt voor een grotere klantloyaliteit, vooral op het gebied van behoud, verrijking en mond-tot-mondreclame. Dit kan een positief effect op de omzet hebben en contactcentra een strategischer rol in het bedrijf geven.



Tevreden klanten willen hun favoriete bedrijven steunen. HubSpot ontdekte dat bij een uitstekende klantenservice 90% van de klanten meer geneigd is om meer te kopen, en dat 93% vaker terugkeert.¹⁰

Hoe selfservice-technologieën op basis van AI wrijvingsloze service bieden

In het begin van de pandemie zag AirAsia het aantal terugbetalingen maandelijks 285% toenemen, en hun bot handelde 96% van deze aanvragen met succes af. Qapital, een app voor privéfinanciënen, handelt 25.000 problemen per maand af; voor minder dan de helft daarvan is een medewerker nodig.



Hun bot handelde 96% van deze aanvragen met succes af.

¹⁰ "The Hard Truth About Acquisition Costs (and How Your Customers Can Save You)," HubSpot, 2018 (updated 2021).

¹¹ "The Three Customer Service Megatrends in 2021: Post-Pandemic Customer Service Excellence," Forrester, 2021.

Bind klanten levenslang aan je met Microsoft Dynamics 365 Customer Service

Microsoft Dynamics 365 Customer Service is een totaaloplossing waarmee je via alle kanalen consequente verbonden support kunt leveren. Dankzij de selfservicesupport, waaronder met virtuele AI-vertegenwoordigers, hebben klanten rechtstreeks toegang tot je kennisbank, en kunnen ze ook via gemeenschapsportalen kennis vinden.

Met het totaaloverzicht van je klant kun je klantenservicecontacten personaliseren, omnichannelsupport leveren en op de behoeften van klanten anticiperen.

Dynamics 365 Customer Service biedt teams AI-tools waarmee ze productiever kunnen zijn.

Dankzij de ingebouwde AI kan je team nieuwe trends en automatiseringskansen herkennen, klantinteracties dankzij sentimentanalyse in realtime begrijpen en met het IoT proactieve service verlenen.

Dynamics 365 Customer Service biedt ook een verbonden en aantrekkelijke ervaring met Microsoft Teams, waaronder een centrale digitale werkplek voor samenwerking in je hele organisatie. Dynamics 365 en Teams werken samen, zodat je vanaf bijna elke locatie kunt werken en beter kunt communiceren met klanten om persoonlijker ervaringen te bieden.

Ga vandaag nog aan de slag met Dynamics 365 Customer Service

[Probeer nu gratis](#)

[Meer informatie](#)



© 2021 Microsoft Corporation. Alle rechten voorbehouden. Dit document wordt 'in de huidige staat' aangeboden. Informatie en meningen in dit document, inclusief URL's en andere websiteverwijzingen, kunnen zonder kennisgeving worden gewijzigd. Gebruik is op eigen risico. Dit document geeft je geen enkel recht op enig intellectueel eigendom van welk Microsoft-product dan ook. Je mag dit document kopiëren en gebruiken voor je eigen interne referentiedoeleinden.