

Whitepaper

**Hoe slaat u de brug
tussen online en offline
klantcontact?**



Konversa

Veel aandacht gaat tegenwoordig uit naar online klantcontact middels chat en het automatiseren hiervan middels chatbots. Maar is dit vanuit de klant bekeken wel het meest gewenste kanaal? In deze whitepaper vergelijken we de meest gebruikte communicatiemiddelen voor een callcenter. Vervolgens zetten we uiteen welke voor u en uw klant het meest effectief zijn.

Stap terug in de tijd

In 2011 voorspelde Gartner dat de communicatie van klanten met bedrijven in 2020 voor 85% zal zijn zonder menselijke interactie.

De manier waarop we communiceren met onze klanten is in de loop der jaren drastisch veranderd, van brieven tot telefoontjes, via e-mail en nu via live chats op websites. Klanten willen snel en gemakkelijk contact kunnen opnemen, direct geholpen worden, maar soms ook anoniem in alle rust hun eigen verhaal kunnen opstellen.

Deze laatste wens past bij e-mail contact, maar kan tegenstrijdig zijn met direct een antwoord krijgen. Er zijn veel methoden beschikbaar, maar welk communicatiemiddel is voor uw (potentiële) klant het meest gewenst?

“ By 2020, customers will manage 85% of their relationship with the enterprise without interacting with a human.
Gartner Predicts ”

Hoe bedient u uw klant het beste?

Chatbots en online live-chat worden beschouwd als de modernste communicatiemethoden. Onderzoek van Harris Research heeft uitgewezen dat zo'n 60% van de klanten liever chatten met een persoon in real-time dan telefoneren. Maar dat betekent ook dat zo'n 40% nog steeds graag belt. Het chatkanaal heeft een klanttevredenheids classificatie van 73% volgens Econsultancy. Websites zonder een live chat zullen dus op lange termijn uitsterven.

Volgens experts zijn chatbots niet alleen de volgende stap van live chat, maar vormen ze de toekomst van klantcommunicatie. Uit onderzoek is gebleken dat chatbots, wanneer effectief gebruikt, leiden tot een 30% hogere conversie dan andere communicaties. Bovendien zou 61% van de klanten actief kiezen voor interactie met een chatbot, boven menselijke interactie voor een snelle respons.

Het is duidelijk dat bedrijven aanzienlijke voordelen kunnen behalen door het inzetten van nieuwe communicatiemethoden, maar ze hoeven niet ten koste te gaan van de meer traditionele oplossingen. Alle bedrijven moeten telefonisch bereikbaar zijn voor klanten die dringende vragen hebben of voor mensen die nog steeds de voorkeur geven aan telefoontjes.



Een mix van traditionele en moderne communicatiemiddelen

Het gebruik van technologie om processen te verbeteren, klantervaring en uiteindelijk winstgevendheid, is op zoveel manieren haalbaar. Door een mix van traditionele en moderne communicatiemiddelen te gebruiken, kunnen bedrijven sneller en efficiënter op hun klanten reageren en tegelijkertijd geld besparen in plaats van hogere uitgaven.

In de steeds veranderende wereld van vandaag kunnen mensen kiezen uit vele communicatiemiddelen, afhankelijk van wat voor hen op dat moment het meest geschikt is. In de wereld van callcenters voldoen telefoongesprekken, e-mails en instant chatberichten allemaal aan het doel om een klant te verbinden met een callcenteroperator om professionele ondersteuning te krijgen. Maar moet u uw communicatiekanalen uitbreiden en een chat service aan uw telefoon toevoegen en e-mailen? Of probeert u in plaats daarvan meer van die inkomende e-mail vragen af te handelen via telefoongesprekken?

Vergelijking communicatiekanalen

	Voordeel vanuit klant	Nadeel vanuit klant	Voordeel vanuit Callcenter	Nadeel vanuit callcenter
E-mail	Uitleggen in alle rust, Anoniem, Bewijs op schrift	Wachten op antwoord,	Rust om zaken uit te zoeken	Antwoord leidt tot nieuwe vragen, waardoor kanaal toch kostbaar is
Chat	Directe communicatie, snelle respons	Typen trager dan spraak	Meerdere gesprekken tegelijk	Geen tone of voice / weinig emotie
Telefonie	Persoonlijk, direct	wachttijd	Directe feedback, persoonlijke interactie, upsell mogelijkheid	Kostbaar wanneer het veel tijd vergt
Chatbot	Direct antwoord	Onpersoonlijk, niet begrepen worden	Simpele vragen worden voorkomen, waardoor werk interessanter wordt	Minder upsell/crosssell mogelijkheden, minder connected met de klant

Telefonie is nog niet dood

Niet alleen biedt telefonische communicatie klanten de mogelijkheid om real-time tweerichtingscommunicatie te hebben, het biedt ook een persoonlijke ervaring waar vele klanten de voorkeur aan geven. Terwijl live chat hoge klanttevredenheid niveaus heeft en klanten bereid zijn om te kopen van een chatbot, moet de implementatie van deze oplossingen niet ten koste gaan van telefonische communicatie.

We kunnen niet ontkennen dat, terwijl opkomende online communicatie oplossingen geweldige resultaten boeken, telefonie nog steeds een hit is bij klanten. Uit een studie van Google bleek dat 61% van de consumenten telefonisch contact met een bedrijf opneemt als ze klaar zijn om te kopen.

Bovendien, voor dringende vragen, is een telefoontje ongetwijfeld de snelste manier om te communiceren; **een gemiddeld persoon typt 38-40 woorden per minuut vergeleken met 125-175 woorden per minuut tijdens het praten. Chatbots zijn nog steeds in ontwikkeling en daarom nog niet in staat om alle vragen van klanten te beantwoorden, wat de klant kan frustreren.**

Call Me Now – Verhoog de verkoopcijfers

Laat websitebezoekers gratis naar uw bedrijf toe bellen via een Call Me Now Button. Een Call Me Now Button legt een telefonische verbinding tussen uw websitebezoeker en een medewerker van uw bedrijf. Hierdoor verlaagt u de drempel om telefonisch contact op te nemen. Een Call Me Now Button is eenvoudig te installeren op uw website en is gebruiksvriendelijk voor uw potentiële klanten.

[Gratis testaccount aanvragen](#)




PushCall

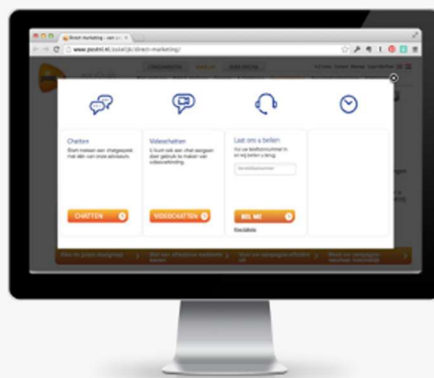
PushCall is dé brug tussen uw online (selfservice) processen en online en offline klantcontact. U bepaalt WIE, WANNEER, WELKE mogelijkheden geboden krijgt. Zo optimaliseert u online conversie en biedt u alternatieven (changing channels) voor de doelgroep die daar om vraagt.


-  **Verbeter uw service**
Tevreden klanten zijn trouwe klanten. En zij treden op als ambassadeur van uw organisatie.
-  **Laat bezoekers niet gaan**
Een bezoeker heeft interesse. Zorg dat die interesse leidt tot conversie voordat de bezoeker weer vertrekt.
-  **Verhoog uw conversie**
Biedt een online bezoeker alternatieven naast selfservice en verhoog daarmee de conversie.
-  **Aangepast ontwerp**
Pas het ontwerp van de PushCall oplossingen eenvoudig aan, waardoor deze één geheel vormen met de webpagina's.
-  **Eenvoudig in te richten**
Direct starten zonder ingewikkelde implementatietrajecten, ook bij maatwerk.
-  **Voorkom piekverkeer**
Druk aan de telefoon? PushCall zorgt voor gewenste spreiding van het verkeer en daarmee efficiënte inzet medewerkers.


Bel mij 
Is er een medewerker beschikbaar? De online klant kan direct telefonisch contact opnemen.

Kies een tijdstip 
Geen medewerker beschikbaar of contact op een later moment? Plan een gesprek in.

Virtuele agent 
Optimaliseer selfservice met een virtuele medewerker.



Chat 
Escaleer geautomatiseerde chats naar chats met een agent of bied live chat direct aan.

Metten is weten 
Onderzoek klanttevredenheid en conversie.

Integreer 
Één service zal leiden tot beter resultaat, een geïntegreerde aanpak zal leiden tot het beste resultaat.

[Gratis testaccount aanvragen](#)