



THE BIG CHALLENGE VAN...

KLAAR VOOR DE KLANT
VAN 2016 - TRENDRAPPORT



VOXTRON 
— MEMBER OF —

Enhouse
Interactive

Na de vakantie begint u weer met een frisse blik. Voxtron-Enghouse kijkt graag met u mee, richting toekomst. Hoe zal de klant van 2016 u bereiken? Wat verwacht hij van u? En hoe kan u daar nu al klaar voor zijn? We blikken vooruit en ontdekken dat we best goed uitgeslagen aan de start komen van 2016. Let's go!

OMNI-CHANNEL: THE USUAL SUSPECT WORDT VEELEISEND

U volgt regelmatig de voorspellingen in de nieuwsbrieven van Voxtron-Enghouse? Dan zal het voor u geen verrassing zijn dat een omni-channel aanpak aan terrein wint. Toch zit deze trend nog lang niet aan zijn plafond.

“Wat is het nu weer?”

Klanten en prospects gebruiken vandaag een heel arsenaal aan media: telefoon, e-mail, sms, social media,... Meer en meer verwachten ze ook van organisaties dat die bereikbaar zijn via al deze kanalen. Welk kanaal het uiteindelijk wordt, beslist de klant. Toch is het geen verrassing dat hij tijdens het proces switcht van kanaal, van telefoon naar e-mail bijvoorbeeld.



Hoe gaat het verder?

Tot nu volstond het voor organisaties om zich te concentreren op enkele kanalen, vaak degene waarin ze al het meest ervaren waren of voorgaande investeringen hadden gedaan. Dat lijkt nu verleden tijd. De consument is meer en meer gewend om het kanaal te bepalen. Lukt het niet om uw organisatie via zijn geprefereerde kanaal te benaderen en uw concurrent biedt hem daar wel van antwoord? Dan verliest u in het beste geval aan sympathie, in het slechtste geval een klant.



Opletten voor... Meerder kanalen betekent niet meerdere gezichten. Uw organisatie en haar dienstverlening moet over alle kanalen dezelfde toon, kwaliteit en service bewaren.

GAMIFICATION: ONS LEVEN LANG SPELEN

De monden vielen open. Stilte. En dan plots een enorm, speels enthousiasme. Als u recent de workshop Gamification bijwoonde in de gebouwen van Voxtron-Enghouse dan weet u: spelelementen geven de werksfeer (en motivatie) een boost.

“Wat is het nu weer?”

Gamification is het incorporeren van spelelementen in uw dagelijkse businessprocessen. Klanten en medewerkers gaan op die manier een sterkere, positieve band ontwikkelen met uw organisatie en de doelen die ze uitzet.

Hoe gaat het verder?

Euh... Wat ons betreft, moet het nog allemaal beginnen. Hoewel gamification zijn nut al bewezen heeft, wordt er nog te weinig gebruikt van gemaakt. Nochtans zijn de mogelijkheden enorm voor de contactcentersector. Zowel voor het engageren van klanten als om agents op een gezonde en sympathieke manier te motiveren.



Opletten voor... Medewerkers tegen elkaar uitspelen moet zijn positieve toon houden. Te veel competitiviteit kan net het omgekeerde effect hebben. Voor uw klanten is het opletten dat het spel niet een doel op zich wordt. Hou goed voor ogen wat u ermee wil bereiken.

VIDEO CONTENT: IS DAT WEL IETS VOOR ONS?

De bekende videosite Vimeo heeft een onafhankelijk onderzoek laten afnemen bij personen die 12 uur lang aan informatie werden blootgesteld. Wat bleek? De proefpersonen konden zich nadien slechts 10% van de gelezen tekst herinneren, 65% van de beelden en 95%(!) van de videocontent.

“Wat is het nu weer?”

Video content geeft informatie, oplossingen etc. in de vorm van een bewegend beeld (kan zelfs een geanimeerde powerpoint zijn) die vrij wordt verspreid via allerlei kanalen.

Hoe gaat het verder?

Tot nu was video content iets waar het marketingdepartement zich mee bezighield. Leuke filmpjes bedenken voor de Facebook en sporadisch ook voor op de website. Of we hielden het gewoon bij foto's, want “zo'n video maken dat kost toch wel wat”.

Dat zal voortaan radicaal anders verlopen. Mobile applicaties maken het kinderspel om filmpjes te maken of via video elkaar live te spreken. Ook met uw agenten. Ja, dat betekent dat agenten zich niet meer achter een scherm kunnen verstoppen, maar versterkt ook de emotionele band met uw organisatie want de persoon aan de andere kant krijgt een gezicht.



Opletten voor... Kijk niet alleen wat u zelf met video content kan doen. Sta ook open voor beelden die de gebruiker u aanreikt. Het wordt zoveel interessanter als uw klanten zelf video's doorsturen waarin ze hun probleem uitleggen. Uw agents zien meteen wat er aan de hand is en kunnen via screenshots doelgericht antwoorden. Iedereen tevreden!

SELF-SERVICE: HET CLICHÉ BEVESTIGT

“Wat we zelf doen, doen we beter.” Ook met betrekking tot informatie opzoeken, blijft dat cliché overeind. Zo zou maar liefst 52% van de surfers tevreden zijn na een online zoektochtje voor de juiste informatie. Terwijl dat voor bellers naar contactcentra maar 8% is.

“Wat is het nu weer?”

Self-service staat voor het afleiden van het zoekproces naar bestaande content in plaats van het aanzetten tot contact opnemen. Zo zal men klanten en prospecten alle informatie online aanbieden. Een gevoelige ontlasting in kwantiteit voor contactcentra, maar wel een verhoging in kwaliteit: de vragen waarvoor contact wordt opgenomen zijn veel specifiekere dan voorheen.

Hoe gaat het verder?

Alle informatie aanbieden is één ding. Zorgen dat ze ook vlot wordt gevonden is een ander paar mouwen. De gigantische bulk aan informatie die uw organisatie haar klanten aanbiedt moet dus goed gestructureerd worden gepresenteerd. Een simpele, consument-gedreven navigatie en performante zoekfunctie zijn daarbij essentieel.

Opletten voor... Het onderschatten van deze trend. Het is een radicale omkeer van uw personeelsbezetting. De informatie op uw website moet zeer helder en laagdrempelig worden geschreven en verteld, terwijl uw agents net technische en specifieke vragen moeten kunnen beantwoorden. Uw universitaires moeten dus eigenlijk achter de telefoon zitten, terwijl uw agenten uw website zouden moeten testen op laagdrempeligheid.

MOBILE, MOBILE, MOBILE: KAN HET NOG VERDER?

Nee, het einde van de mobiele evolutie is nog niet in zicht. We raken alsmaar meer verknocht aan onze smartphone. Het gadget werd een tool, werd een vaste waarde, werd een extensie van onze identiteit.

“Wat is het nu weer?”

De mobiele evolutie begon met het aanpassen van onze website naar responsive design, waarbij elke website aangepast werd weergegeven naar gelang het toestel waarmee de site werd bezocht. Gaandeweg ging men functionele mobiele applicaties aanbieden om de klant op allerlei manieren te ondersteunen, vaak met een directe link tot het product of dienst.

Hoe gaat het verder?

80% van de consumenten gebruikt nu al een branded applicatie voor aanvullende diensten. Deze apps zullen in de toekomst nog vlotter in gebruik worden dankzij een doorgedreven integratie met de andere communicatie van een merk. Daarbij komen extra features kijken zoals web chat en call-back.

Opletten voor... De technische kant van de evolutie. Mobiel betekent voor de gebruiker: hier en nu. Te vaak moeten doorklikken, te lange laadtijden of technologische uitschuivers en imperfecties zullen de gebruiker snel doen afhaken.

MEER WETEN?

Maak snel een afspraak met uw vaste Voxtron-Enghouse medewerker en ontdek zelf hoe u samen met Voxtron-Enghouse trends kan ombuigen in extra opportuniteiten. **Doe het vandaag nog!**

Voor België, Nederland en Frankrijk

Jan Vidts
+32 475 34 55 55
jan.vidts@voxtron.com

Roger Van Schaeybroek
+32 472 89 76 05
roger.vanschaeybroek@enghouse.com

Voxtron
Hoogkamerstraat 304
B- 9140 Temse

T +32 3 760 40 20
F +32 3 760 40 21

www.voxtron.be
www.voxtron.nl
www.voxtron.com

V.U. Jan Vidts, Hoogkamerstraat, Temse

COPYRIGHT

Alle artikels in onze cases, rapporten en op onze websites zijn beschermd door het auteursrecht. Overname, ook gedeeltelijk kan alleen maar na schriftelijk akkoord van Voxtron en mits vermelding van Voxtron als bron en met de link naar www.voxtron.be www.voxtron.nl



VOXTRON 

MEMBER OF

Enghouse
Interactive