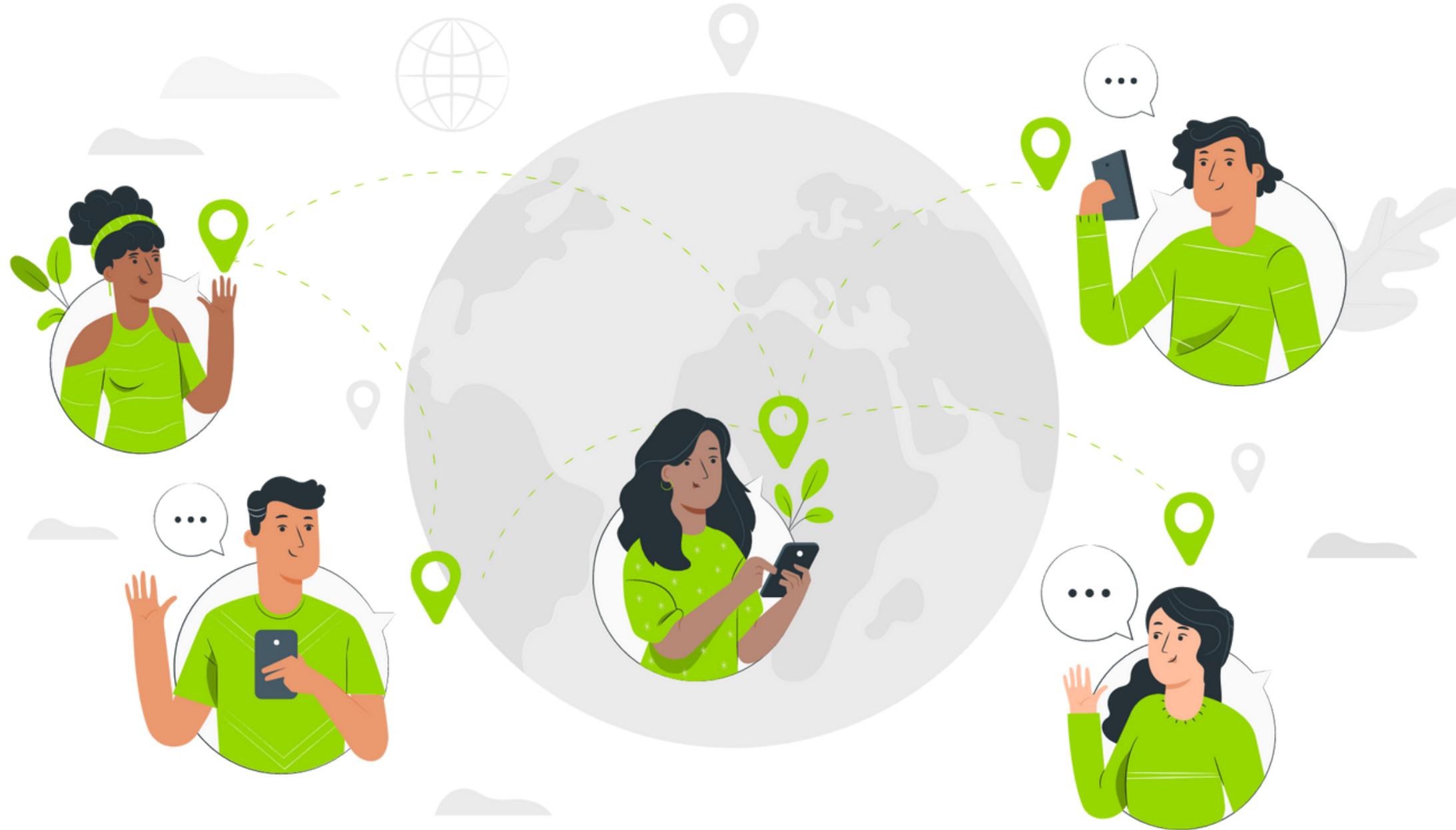


# Til de internationale bereikbaarheid van je klantenservice naar een hoger level

De klantenservice telefonie en omnichannel checklist





## Til de internationale bereikbaarheid van je klantenservice naar een hoger level

In de digitale wereld van nu waarin grenzen vervagen, is het steeds lastiger om je op productniveau te onderscheiden van anderen. Op alleen goede producten is het lastig concurreren want daarvan zijn er meer.

Het gevoel om jouw merk en bedrijf heen wordt daardoor steeds belangrijker. Een van de factoren die daarin meespeelt is je klantenservice. Daar kun je een wow-experience creëren en verwachtingen overtreffen.

Maar voorwaarde is wel dat je klantenservice goed en efficiënt is ingericht. Dat jouw medewerkers de juiste tools en de juiste kanalen tot hun beschikking hebben. En dat je het juiste inzicht en overzicht hebt van alle data. En dat je servicenummers en de tarieven die je hanteert compliant zijn.



In deze whitepaper loop je daarom langs verschillende onderwerpen met betrekking tot klantenservicetelefonie en de omnichannel kanalen waarmee je makkelijk checkt of jouw internationale klantenservice compliant, effectief en efficiënt ingericht is.

**Dit zijn de checkpunten:**

- Het telefoniekanaal
  - Servicenummers
  - Statistieken
  - Compliancy
- Nieuwste ontwikkelingen
  - Click-to-call met Talk
  - Videochat
- Optimale bereikbaarheid
  - IVR's
  - Routeringen
  - Piekoplossingen
- Klantcontactpakket

# Het telefoniekanaal

Ondanks de oprukkende digitalisering is telefonie nog steeds een belangrijk klantenservicekanaal. Dat komt doordat het snel en persoonlijk is. Dat maakt het een favoriet kanaal voor zaken die urgent of complex zijn. Op zulke momenten wil je je verhaal niet tikken en wachten op een antwoord maar bellen voor direct en 1-op-1 contact. Wat moet je op orde hebben in dit kanaal?

# Check je nummers

## ***Inbound***

Is jouw klantenservice in meerdere landen bereikbaar? Dan is de kans groot dat je je nummers bij verschillende leveranciers vandaan hebt. Want misschien levert je eerste leverancier geen nummers in het nieuwe land en zoek je daarom een andere partij. En zo breidt dat langzaam uit. Het is dan belangrijk om helder te hebben welke nummers bij welke leverancier/provider actief zijn zodat snel met de juiste partij contact kan opnemen als er wijzigingen of problemen zijn.

## ***Outbound***

En mogelijk geldt dit ook voor het 'outbound' verkeer, waarmee je 'naar buiten' (nationaal/internationaal) belt. Weet je welke nummers hiervoor in gebruik zijn? En of deze nummers voor de beller zichtbaar zijn of afgeschermd worden? Ook hier is het belangrijk om overzicht te hebben en te weten hoe dit staat ingesteld. Want anoniem bellen is bijvoorbeeld niet altijd toegestaan.

## ***Master number plan***

Bij het maken van dat overzicht (master number plan), is het daarom slim om alle nummers voor zowel inbound als outbound verkeer op te nemen. Inclusief inactieve nummers die niet meer in gebruik zijn of die wel zijn aangevraagd maar uiteindelijk niet geactiveerd. Bijvoorbeeld omdat een nieuw merk niet doorging waarvoor wel alvast nummers waren aangevraagd. Of omdat dat nieuwe land toch niet zo interessant bleek te zijn als vooraf verwacht. Wanneer je werkt met verschillende leveranciers zijn dit soort dingen lastig te monitoren.

# Gevolg

- **Weinig inzicht in de kosten**  
facturen komen van verschillende leveranciers
- **Weinig inzicht in alle verschillende nummers**  
bij verschillende leveranciers actief en niet beschikbaar in 1 overzicht
- **Meerdere contactpersonen en leveranciers**  
in geval van vragen en wijzigingen
- **Het kost tijd**  
om alles helder en inzichtelijk te krijgen
- **Weinig flexibiliteit in op- en afschalen**  
door langlopende contracten bij verschillende partijen





## Check je statistieken

### **Call data**

Met veel verschillende nummers in verschillende landen is inzicht en overzicht belangrijk. Je wil goed kunnen zien wat de piekmomenten zijn, wanneer je bereikbaarheid minder goed is, of en hoeveel bellers afhaken tijdens de wachttijd of hoeveel bellers buiten je openingstijden bellen. Het kan zomaar gebeuren dat niet al die call data niet in jouw portal beschikbaar is, terwijl het wel belangrijke informatie is.

### **Volume**

Ook het volume van je nummers wil je goed kunnen monitoren. Zijn er afwijkingen die buiten het normale patroon vallen en wat is de mogelijke oorzaak? En kijk daarbij niet alleen naar de nummers met hoog volume. Want als je veel nummers hebt, verdwijnen de nummers waar weinig verkeer op binnenkomt sneller uit beeld.

Zorg dat je weet welke nummers laag volume hebben en waarom. Is er standaard minder volume, worden de nummers nauwelijks nog gecommuniceerd (en kunnen ze wellicht uitgefaseerd worden) of werken ze niet goed? Juist als er weinig volume is, krijg je minder signalen over problemen met de bereikbaarheid of een IVR die niet goed werkt. Maar zulke zaken zijn wel van invloed op de klanttevredenheid. Daarom is het belangrijk ook die nummers in je analyse te houden en regelmatig te controleren.

## Gevolg

- **Mogelijk mis je data** omdat nummers actief zijn bij verschillende leveranciers (providers/carriers) en niet overal dezelfde gegevens beschikbaar zijn of bijgehouden worden
- **De call data is niet allemaal in hetzelfde format** dus het kost tijd om dat uniform te krijgen
- **Lastig om met duidelijke dashboards en reports te werken** die het gewenste inzicht bieden door de grote hoeveelheid nummers
- **Slecht of geen inzicht** in hoeveel bellers je misloopt buiten openingstijden of wanneer de wachttijd te hoog is



## Check je compliancy

Ook bij de klantenservice ontkom je niet aan compliancy. De regelgeving rondom het gebruik en de registratie van servicenummers is regelmatig aan verandering onderhevig. Zo moeten servicenummers in veel landen gratis of maximaal voor een lokaal tarief te bellen zijn. En moet in steeds meer landen bewijs worden aangeleverd over de aanwezigheid in het desbetreffende land, bijvoorbeeld van kantooradres en ID van de leidinggevende. Lever je dit niet aan, dan kan het gebeuren dat je nummers op non-actief worden gezet en ben je (tijdelijk) niet telefonisch bereikbaar.

Hoe meer nummers je hebt, hoe lastiger het is om in de gaten te houden of al die nummers voldoen aan de lokale wetgeving. Hopelijk heb je dus een leverancier die zoiets hoog op de agenda heeft staan. Want vaak zijn de nummers wel compliant bij aanschaf, maar hoe zit het als de regelgeving verandert?

## Gevolg

- Je weet niet zeker of al **je nummers nog compliant** zijn
- **Je loopt het risico dat je nummers (tijdelijk) worden afgesloten** en kunnen klanten je niet telefonisch bereiken, als niet alle vereiste informatie wordt aangeleverd
- **Je hebt geen idee waar je met je vragen terecht kunt.** Zeker als je nummers hebt via goedkope online aanbieders. Bij dergelijke partijen is compliancy vaak een ondergeschoven kindje





## Kan het slimmer?

Er zijn leveranciers die nummers in veel verschillende landen kunnen leveren, niet alleen de makkelijke landen maar ook de meer exotische. En die op de hoogte zijn van de lokale wet- en regelgeving in al die landen en dat continu monitoren. Als onderdeel van de service.

Wanneer al je internationale nummers door één gespecialiseerde leverancier beheerd worden, krijg je:

- **Meer inzicht in en overzicht** van al je call data, nummers, routeringen en verbruik
- **Alle call data beschikbaar** in 1 tool en in hetzelfde format
- **1 point of contact** voor alle vragen, wijzigingen, nieuwe nummers, facturen, etc.
- **Betere tarieven** door het gecombineerde volume
- **De zekerheid dat nummers en tarieven compliant zijn** omdat de leverancier op de hoogte is van internationale wet- en regelgeving
- **Inzicht in andere mogelijkheden en alternatieven** in de verschillende landen voor nummers, routeringen en tarieven indien gewenst



## Hoe doen wij dit?

- **Behoeftte aan een frisse blik als het gaat om je nummers?**

Vraag vrijblijvend een Voice Channel Health Check aan. Hierin checken we je nummers op compliancy, kijken we of je niet te veel betaalt voor je nummers en belkosten en of er mogelijkheden zijn om meer inzicht te krijgen

- **Meer inzicht in onze online selfservice portal Gearbox**

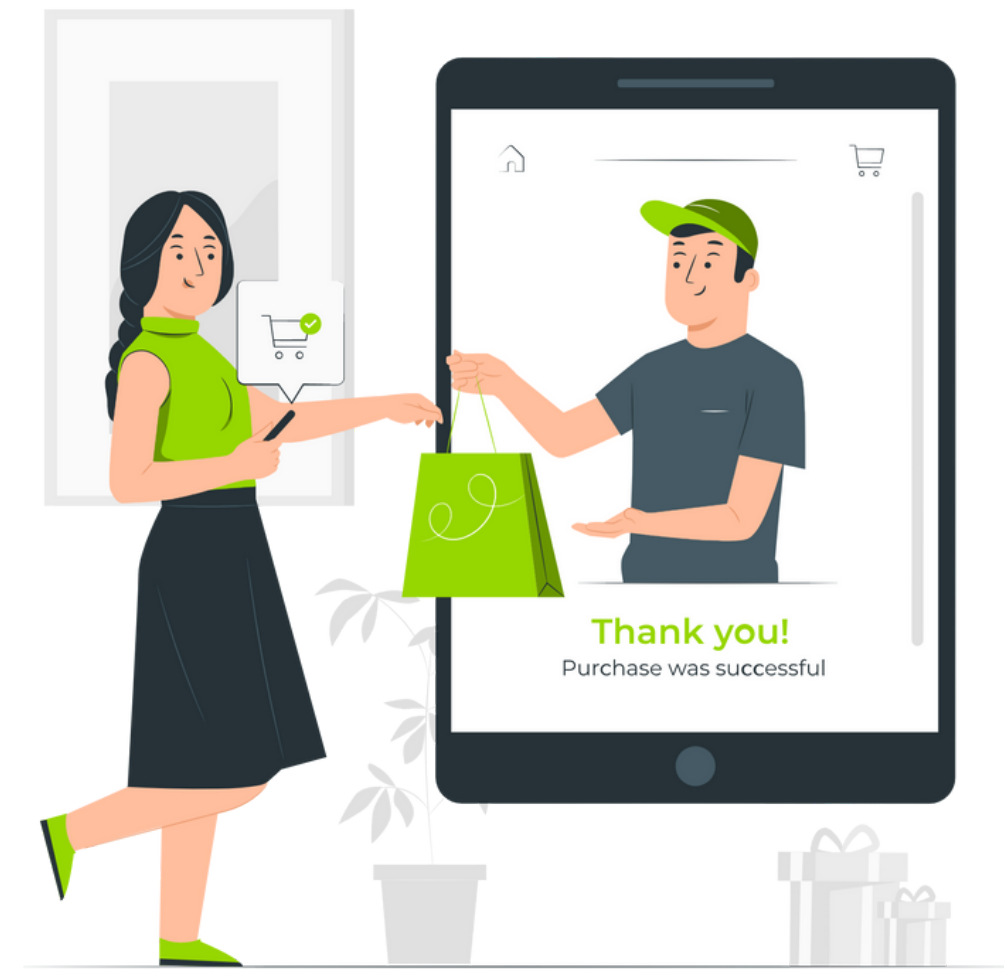
Deze portal is zowel op desktop als mobiel beschikbaar en geeft je:

- **Toegang tot alle call data** van al je internationale servicenummers plus het bijbehorende verbruik & kosten
- **Interactieve dashboards** op maat
- **Mogelijkheid tot wijzigen** van routeringen, eindbestemmingsnummers en meer
- **24/7 inzicht** in je actieve nummers en doorschakelingen



*"Yeet! bouwt super snelle laadpalen op strategische locaties door heel Europa. Zowel onze locatiepartners als de feitelijke gebruikers van de laadpalen kunnen dankzij de samenwerking met Sound of Data makkelijk contact opnemen met onze customer service."*

Wout van Hoogenhuizen, Manager Customer Service & Officemanagement, Yeet!



*"Sound of Data heeft de omzetting van de zakelijke nummers van onze Belgische winkels in één keer geregeld. We kregen snelle service, er was nazorg en controle. Het scheelt ons ontzettend in de kosten, dus eigenlijk een win-win situatie, zonder dat we moeite hebben hoeven doen."*

Michel van Gent, ICT Manager, vanHaren



# Nieuwste ontwikkelingen



Ook in het telefoniekanaal staan de ontwikkelingen niet stil. Wat denk je van bellen met de klantenservice via een druk op de knop op website, nieuwsbrief, app of zelfs via het scannen van een QR-code? En bellen is soms nog makkelijker met beeld erbij, oftewel videobellen.

# Check de nieuwste ontwikkelingen binnen het telefoniekanaal

Telefonie draait al jaren mee als klantcontactkanaal. Logisch want het is direct, snel en persoonlijk. Iets wat lang niet altijd opgaat voor alle nieuwe kanalen. Bij live chat en social mediakanalen voeren agents vaak meerdere gesprekken tegelijk waardoor klanten langer moeten wachten op een antwoord. Daarom blijft telefonie een favoriet kanaal. Vooral bij urgente of ingewikkelde zaken. Dan wil je klant niet wachten in een chat tot een medewerker tijd heeft om zijn verhaal via het toetsenbord uit te leggen. Telefonie is het meest praktische en snelste kanaal.

## Telefonie is offline

Maar telefonie is offline. En dus verdwijnen online klanten uit zicht als ze de telefoon pakken. En weet je niet of ze na een gesprek weer verder gaan op je website en bijvoorbeeld een aankoop doen. Ook moet je de survey via een ander kanaal sturen (SMS of e-mail) waardoor de kans klein is dat je klant dit daadwerkelijk invult. Het volgt tenslotte niet naadloos in de journey.

## Toeslagen en gebrek aan flexibiliteit

Daarbij geldt in steeds meer landen een internationale toeslag om inkomende gesprekken in andere landen te kunnen afleveren. En is het lastig om servicenummers op verpakkingen of brochures te printen want wat als je je nummers veranderen?







## Kan het slimmer?

Click-to-call ken je wel. **Bellen met een druk op de knop** vanuit zoekresultaten of via je mobiel wanneer je een telefoonnummer op een website kan aanklikken om te bellen.

Maar wist je al dat je dit met onze nieuwe oplossing **Talk** ook vanaf tablet en desktop kan doen?

Deze **Talk button om een gesprek te starten kun je naadloos integreren in je website, app, nieuwsbrief en andere kanalen.**

Je klanten kunnen je zelfs bellen door een QR-code op brochures en productverpakkingen te scannen.

Talk maakt gebruik van WebRTC. **Het gesprek vindt dus niet plaats via het telefonienetwerk maar via het internet.** Om een gesprek te starten heeft de beller alleen een apparaat nodig met een microfoon dat toegang heeft tot het internet en een moderne browser. Oftewel een mobiel, tablet of desktop/laptop.

Het telefoongesprek is een VoIP-gesprek en komt op dezelfde manier in het contact center binnen als reguliere gesprekken. Het telefoongesprek is onderdeel van de online customer journey waardoor die geheel in je statistieken te volgen is. En je bent niet meer afhankelijk van eisen die gelden voor lokale servicenummers.



## Wat zijn de voordelen van Talk?

- **Het gesprek wordt onderdeel van de online journey** waardoor deze geheel te volgen is
- De beller hoeft geen telefoonnummer meer op te zoeken maar **belt met 1 druk op de knop** of **door het scannen van een QR-code**
- Tijdens de wachttijd kun je **speciale aanbiedingen laten zien** en na het gesprek kun je in hetzelfde scherm een korte survey tonen. Daarna kun je **de beller redirecten naar een andere pagina** met bijvoorbeeld een speciale aanbieding
- Met Talk betaal je **geen mobiele toeslag** meer. Ook kunnen calls **zonder extra kosten internationaal gerouteerd** worden want je bent niet meer afhankelijk van eisen die gelden voor lokale servicenummers. Dit kan je een flinke kostenbesparing opleveren
- Talk is makkelijk en **binnen een dag te activeren** zodat je het snel kunt inzetten



## Op die manier

- **Verhoog** je de **conversie** van de calls
- **Verhoog** je het aantal **beantwoorde surveys**
- **Verbeter** je de customer experience
- En kun je echt **meten wat je klantenservice bijdraagt** aan de omzet

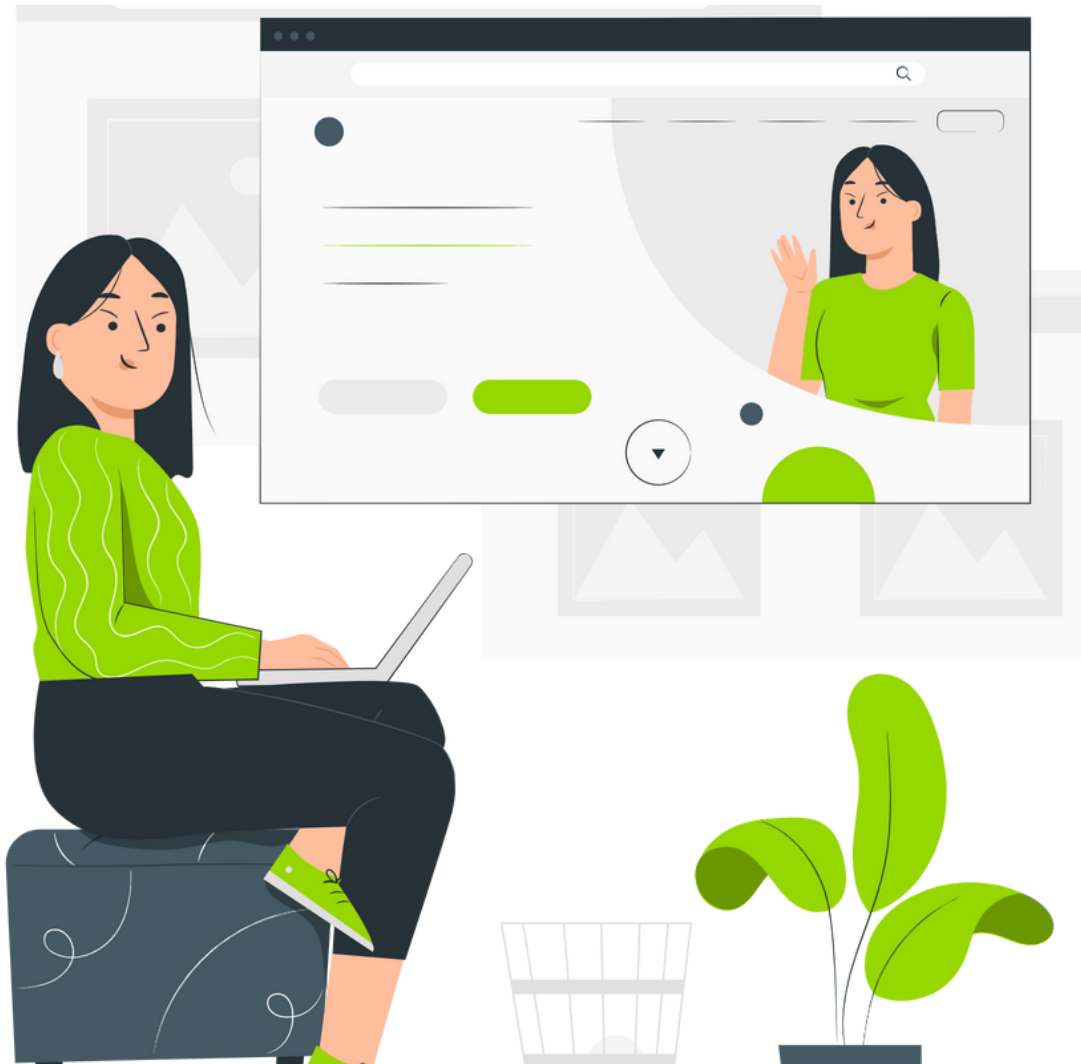
*"Ik ben ervan overtuigd dat we door het gebruik van een tool als Talk van de klantenservice een money-maker kunnen maken omdat we kunnen meten hoe telefonie bijdraagt aan online conversie. Ik kan geen betere mix bedenken van klantcontact, sales en marketing."*

Tim de Groot, Kaspersky

## Check de nieuwste ontwikkelingen

### Videobellen

Soms is telefonie niet voldoende en is een gesprek effectiever als je meer mogelijkheden hebt. Bijvoorbeeld om mee te kijken op iemands scherm, om de situatie op locatie te zien, om documenten te delen of omdat face-to-face contact gewenst is.



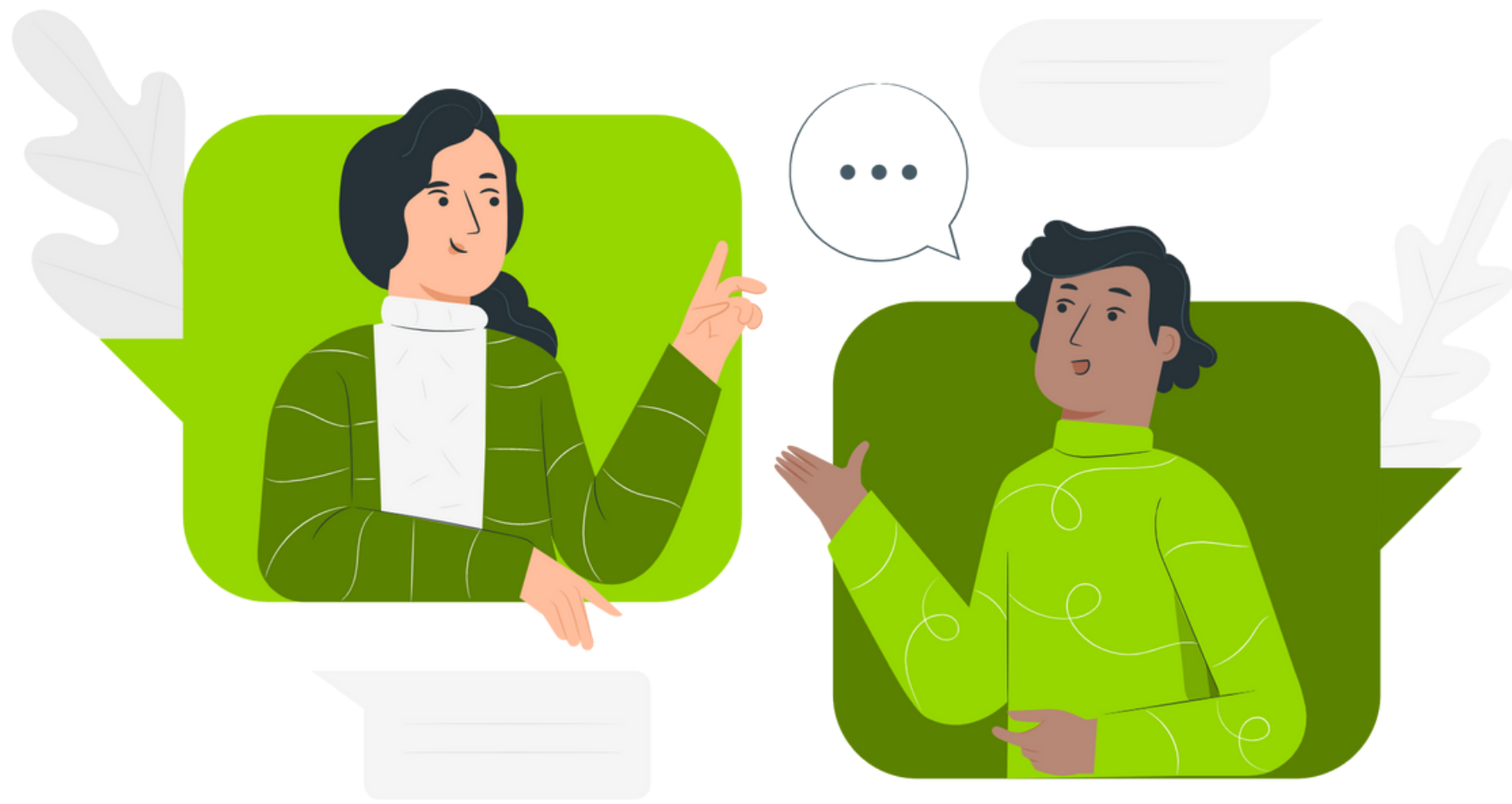
## Kan het slimmer?

Dit is allemaal mogelijk met videobellen. Door middel van video met elkaar communiceren. In de bank- en verzekeringswereld gebeurt dit al langer. Denk maar aan de hypotheek- en verzekeringsgesprekken die niet meer aan de keukentafel plaatsvinden maar via video.

In Amerika wordt deze tool al langere tijd ingezet in ziekenhuizen. En ook in Nederland zijn er huisartsenposten die ermee werken. Op die manier kunnen patiënten met artsen spreken zonder dat ze zelf fysiek naar het ziekenhuis of de huisartsenpost hoeven.

In geval van bijvoorbeeld technische problemen kan een monteur op afstand meekijken naar de situatie en het probleem op die manier oplossen waardoor een huisbezoek niet meer nodig is. Dat scheelt veel reisbewegingen, tijd en dus ook geld.

Door de langdurige lockdown zijn veel mensen gewend om te bellen via Teams, Google Meet, etc. waardoor de stap naar videobellen kleiner is geworden.



## Wat zijn de voordelen van videobellen?

Videobellen (ook wel beeldbellen) maakt het oplossen van complexe vragen makkelijker:

- **Het is persoonlijker dan telefonie:** je hoort niet alleen iemands stem en de emotie daarin je ziet diegene ook
- **Het heeft een positief effect op conversie:** doordat je ook de non-verbale communicatie ziet, kun je beter inspelen en anticiperen op wat de beller nodig heeft
- Scherm delen **maakt het uitleggen van technische en financiële zaken makkelijker**, het maakt klant onboarding makkelijker, je kunt samen documenten door te nemen, etc.
- Het heeft een **positief effect op first call resolution, call handling time en klanttevredenheid**. Door de videomogelijkheden en die meer persoonlijke verbinding zijn problemen sneller opgelost.

Videochat is een tool die **makkelijk te implementeren is** en het kanaal is in veel omnichannel platforms standaard beschikbaar. Als je medewerkers laptops gebruiken hebben ze al een camera en zo niet, dan zijn losse camera's makkelijk aan te schaffen.

Het is een kanaal dat je makkelijk als pilot kan opstarten met een paar medewerkers die het leuk vinden. Op die manier ontdek je of het kanaal aanslaat bij jouw klanten en of het een positief effect heeft op je KPI's. Zo ja, dan kun je vanaf daar makkelijk opschalen.

# Optimale bereikbaarheid

Al het verkeer dat op je nummers binnenkomt, moet bij het juiste contact center en de juiste agent belanden. Niet alleen op rustige momenten, maar ook als het druk is. Daar kun je allerlei soorten (interne) routeringen, IVR's en piekoplossingen gebruiken. Zo zorg dat je dat de inkomende gesprekken zo efficiënt mogelijk gedistribueerd worden en kan waar nodig makkelijk 2e lijns support of een andere collega ingeschakeld worden.

## Check je IVR's

IVR's (Interactive Voice Response - keuzemenu) stel je vaak eenmalig in en daarna kijk je er niet meer naar om. Maar de techniek staat niet stil en vaak is er inmiddels meer mogelijk dan je denkt.

Dingen die een paar jaar geleden nog toekomstmuziek waren zijn inmiddels up and running. Zoals spraakmenu's of het zelf visueel bouwen en aanpassen van IVR's.

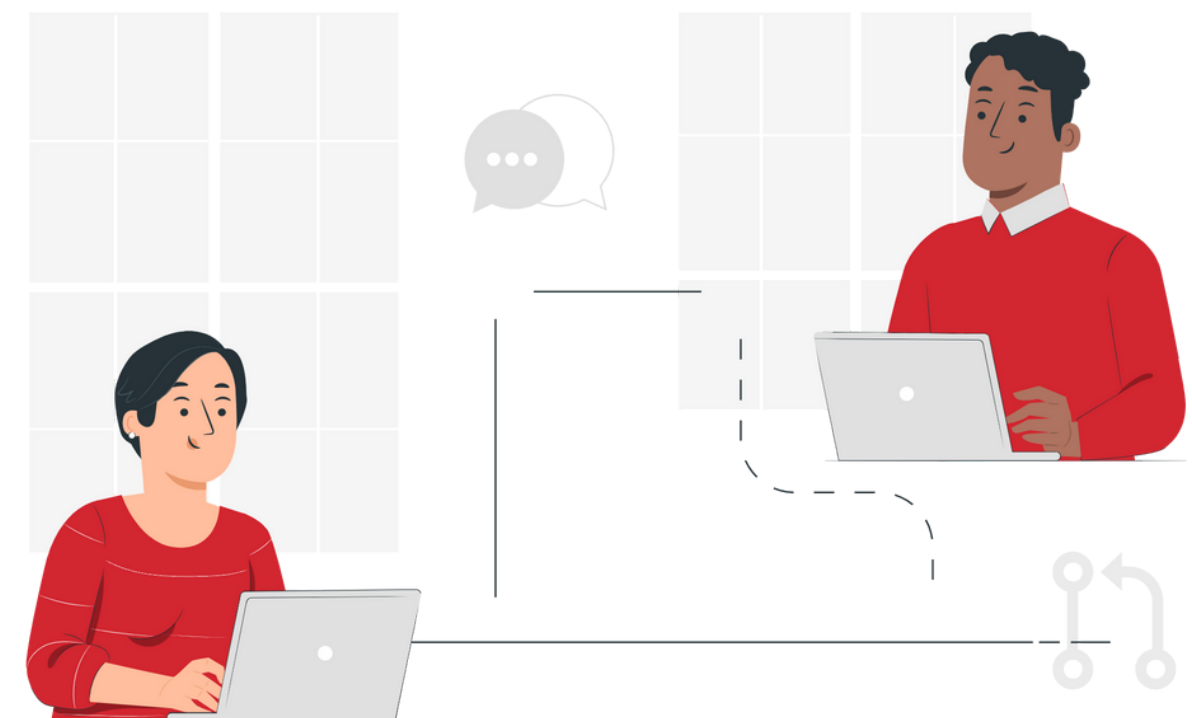
Geen ingewikkelde toestanden meer die alleen door een leverancier met technische kennis gedaan kunnen worden. Dat geeft je meer flexibiliteit waardoor je sneller kan inspelen op veranderingen. En dat bevordert de klanttevredenheid.

Maar het kan ook zijn dat je IVR al zo vaak is aangepast, dat het inmiddels een draak van een script is waar je klanten hoorndol van worden. En dan is maar de vraag of jij dit horen krijgt. Want weet je eigenlijk zelf hoe ze werken?

Wanneer heb jij voor het laatst de verschillende klantenservicenummers gebeld en de menu's doorlopen? Niet alleen wanneer het rustig is maar ook bij drukte. Dan krijg je vaak andere meldingen dan wanneer het rustig is. En ook dan wil je klantvriendelijk blijven en je klanten op de juiste manier en met de juiste toon te woord staan.

## Gevolg

- **Bellers worden** gedurende de wachttijd slecht of **niet geïnformeerd** over wachttijd en aantal bellers voor hen
- **IVR's zijn niet efficiënt ingericht**
- Daardoor **onhandig en frustrerend voor bellers**
- Dit leidt tot **dalende klanttevredenheid**





## Kan het slimmer?

- **Zorg ervoor dat je weet welke IVR's actief zijn** en hoe de verwachtingen in de wachtrij worden gemanaged
- **Zorg ervoor dat je bellers geïnformeerd worden** over de wachttijd en het aantal wachtenden voor hen
- **Zorg voor wachtmuziek**
- **Zorg ervoor dat je audio's kan aanpassen** zodat ze passen bij de situatie
- **Zorg ervoor dat je IVR's effectief zijn ingericht.** Te veel opties bieden leidt eerder tot verwarring dan dat het helderheid biedt



## Hoe doen wij dit?

- **Behoeftte aan een frisse blik als het gaat om je IVR's?**  
Vraag een Voice Channel Health Check aan. Hierin analyseren we alle IVR's, routeringen, etc., kijken we of deze nog steeds efficiënt en slim zijn ingericht en of er nieuwe innovaties zijn die betere resultaten leveren
- In onze online portal Gearbox kun je **zelf bepalen welke audio er wordt afgespeeld** en kun je dit aanpassen wanneer nodig (of wij doen het voor je)
- In de betere **omnichannel contact center platforms kun je visueel IVR-scripts bouwen en makkelijker zelf managen.** Zoals bijvoorbeeld XCALLY en 3CX.

## Check je (interne) routeringen

Wat kun je zelf managen als het aankomt op routeringen en wijzigen van bestemmingsnummers? Moet je voor iedere wijziging bij je leverancier zijn of kun je dit ook zelf? Aan je leverancier overlaten lijkt makkelijk maar dat betekent wel dat je afhankelijk bent. Je moet wachten tot je leverancier tijd heeft. Vooral in geval van storingen of onverwachte pieken is dit niet handig. Dan wil je zelf met een druk op de knop een routing kunnen wijzigen of een piekoplossing aanzetten.

Hoe uitgebreid zijn je routeringsmogelijkheden? Pas jij je routeringen naar verschillende actieve contact centers handmatig aan of gaat dit dynamisch op basis van het inkomende verkeer en de performance van die contact centers? Meestal gebeurt het handmatig omdat je niet weet dat er ook andere opties zijn.

En heb je de mogelijkheid om intern door te verbinden naar 2e lijns support of andere collega's wanneer dat nodig is? Of werk je nog omslachtig via tickets en moet de klant het verder afwachten?

## Gevolg

- **Je bent afhankelijk van je leveranciers** voor het aanpassen van routeringen en eindbestemmingsnummers
- **Je bent afhankelijk van de KPI's van je contact centers** waardoor aanpassingen in verdeling van calls te laat worden doorgevoerd
- **Jouw Channel Managers zijn teveel tijd kwijt** aan het monitoren van de KPI's
- **2e lijns support is** vanuit het contact center **niet bereikbaar**
- **Je kunt weinig zelf sturen**



## Hoe doen wij dit?

- In onze selfservice portal Gearbox **pas je 24/7 je routeringen en eindbestemmingsnummers aan en bepaal je zelf welke melding op je nummers wordt afgespeeld bij drukte**. Ook zie je op elk moment welke routing actief is, hoeveel bellers in de wachtrij staan en naar welk eindbestemmingsnummer inkomende telefoontjes worden doorgeschakeld
- Door je klantenservice telefonie te integreren met je kantoortelefonie, kan er **makkelijk geschakeld worden met 2e lijn support en andere collega's** waardoor vragen van klanten sneller opgelost worden. Dit heeft een positieve invloed op de first call resolution en dus ook de klanttevredenheid

- **Werk je met meerdere contact centers voor je inkomende telefonie?** Dan kun je je call distributie naar een nieuw level tillen met Cruise Control. **Deze API routeert je inkomende belverkeer over de verschillende actieve contact centers dynamisch en real-time zonder dat er een mens aan te pas komt**. Op basis van vooraf ingestelde KPI's worden de calls verdeeld **met als resultaat:**
  - Kortere wachttijden
  - Efficiëntere call verdeling
  - Verbeterde klanttevredenheid
  - Hogere conversie rates
  - Het best presterende contact center krijgt automatisch de meeste calls



*“Zonder enige moeite van onze kant, hebben we tijdens de Cruise Control pilot een flinke conversieverbetering gerealiseerd. En het scheelt ons ook een hoop tijd als het gaat om monitoring.”*

Tibout Hemmes, Goede Doelen Loterijen

## Check je piek oplossingen

Wat gebeurt er als er ineens meer mensen naar je klantenservice bellen dan verwacht en je lijnen vollopen? Hoe goed je ook plant, sommige zaken kun je niet voorzien. Een actie die veel meer vragen oplevert dan verwacht of een virus als COVID-19 dat je hele planning omver gooit.

Als dat gebeurt, wil je niet dat bellers een ingesprektoon horen of lang in de wachtrij hangen zonder geïnformeerd te worden. Want dat vermindert de klanttevredenheid en klantbeleving. Nog los van de omzet die je mogelijk misloopt.

Op zulke momenten heb je een plan nodig dat ingeschakeld kan worden. Of beter nog, software die zelf aan de hand van parameters ziet dat er actief nodig is. En bijvoorbeeld automatisch calls anders verdeelt over de actieve contact centers en een melding inschakelt om bellers te informeren over de langere wachttijd.



## Kan het slimmer?

- **Zorg ervoor dat je verwachtingen goed managet:**
  - Geef in de wachtrij altijd een inschatting van de wachttijd
  - En geef ook aan hoeveel mensen er nog voor de beller in de wachtrij staan, aftellen geeft het gevoel dat je steeds dichterbij komt
- **Zorg voor wachtmuziek**, klinkt simpel maar als het stil blijft lijkt het net alsof de verbinding is verbroken
- **Geef via je website en social media al aan dat het druk is** via de telefoon en verwijst naar andere kanalen voor simpele vragen
- Worden veel dezelfde vragen gesteld? **Geef in je welkomstboodschap al antwoord op die vragen of verwijst naar een plek met antwoorden op vragen die veel gesteld worden.** Bijvoorbeeld door de beller te vragen zijn of haar mobiele nummer achter te laten zodat je per sms een shortlink kan sturen naar die speciale pagina
- **Routeer calls naar contact centers waar het rustiger is**, misschien kunnen sommige bellers ook in een andere taal geholpen worden?





## Hoe doen wij dit?

- **Onze piekopvang bestaat uit een veelvoud van opties die of automatisch inschakelen bij drukte** of handmatig aangezet kunnen worden via Gearbox. Denk hierbij aan
  - Een automatische mededeling bij drukte
  - Herrouteren van calls naar rustige contact centers
  - VIP-routing voor je beste klanten
  - Mogelijkheid om nummer achter te laten
    - En teruggebeld te worden op rustiger tijdstip
    - En sms met link naar meer info te ontvangen
    - En sms te ontvangen wanneer het rustiger is
    - Verbinding te verbreken en plek in de wachtrij vast te houden
- **Werk je met meerdere contact centers voor je inkomende telefonie?** Dan kun je je call distributie naar een nieuw level tillen met Cruise Control. **Deze API routeert je inkomende belverkeer over de verschillende actieve contact centers dynamisch en real-time** zonder dat er een mens aan te pas komt. Op basis van vooraf ingestelde KPI's worden de calls verdeeld **met als resultaat:**
  - Kortere wachttijden
  - Efficiëntere call verdeling
  - Verbeterde klanttevredenheid
  - Hogere conversie rates
  - Het best presterende contact center krijgt automatisch de meeste calls

*“Dankzij de piekoplossing kunnen we het aantal actieve lijnen onder controle houden en worden onze klanten geïnformeerd. En met de online portal kunnen we deze oplossing makkelijk zelf managen.”*

Desiree Hoogdoorn, Sunweb

*“Bij Ticketmaster hebben we regelmatig pieken wanneer populaire concerten in de verkoop gaan. Dankzij de piekoplossing kunnen we dit zelf managen. Zelfs als 3.000 klanten ons tegelijkertijd willen bellen.”*

Reinout Al, Ticketmaster

# Klantcontactpakket

Waar klantenservice ooit begon met persoonlijke service in een winkel en telefonie, is het landschap aan kanalen inmiddels flink uitgebreid. Telefonie, e-mail, messaging (WhatsApp, Facebook, sms), social media (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, etc.), live chat, chatbots, videochat. De lijst is bijna oneindig.

## Check je klantcontactpakket

Wat je vaak ziet is dat alle verschillende kanalen los van elkaar gemanaged worden. Er is dan geen sprake van omnichannel, maar van multichannel. Agents hebben verschillende pakketten nodig om interacties te beheren.

Op die manier kunnen de conversaties en acties niet centraal worden vastgelegd in één systeem. Ook heeft de klantenservice niet altijd toegang tot de CRM-software waarin alle klantinformatie en bestelhistorie aanwezig is.



## Gevolg

- Er is **geen centraal klantbeeld**
- De **kanalen zijn niet met elkaar gekoppeld**
  - Hierdoor kunnen agents niet van kanaal wisselen wanneer het gesprek daarom vraagt
  - Klanten niet switchen van een gesprek met een chatbot naar een live chat met een agent
- **Klantinteracties worden niet centraal opgeslagen**
  - Hierdoor moeten bellers hun verhaal vaker herhalen bij doorverbinden of later terugbellen
  - Is het moeilijker om een probleem in een keer op te lossen omdat niet alle informatie beschikbaar is
- Dit heeft **negatieve invloed** op onder meer first call resolution, klanttevredenheid en wachttijd



## Kan het slimmer?

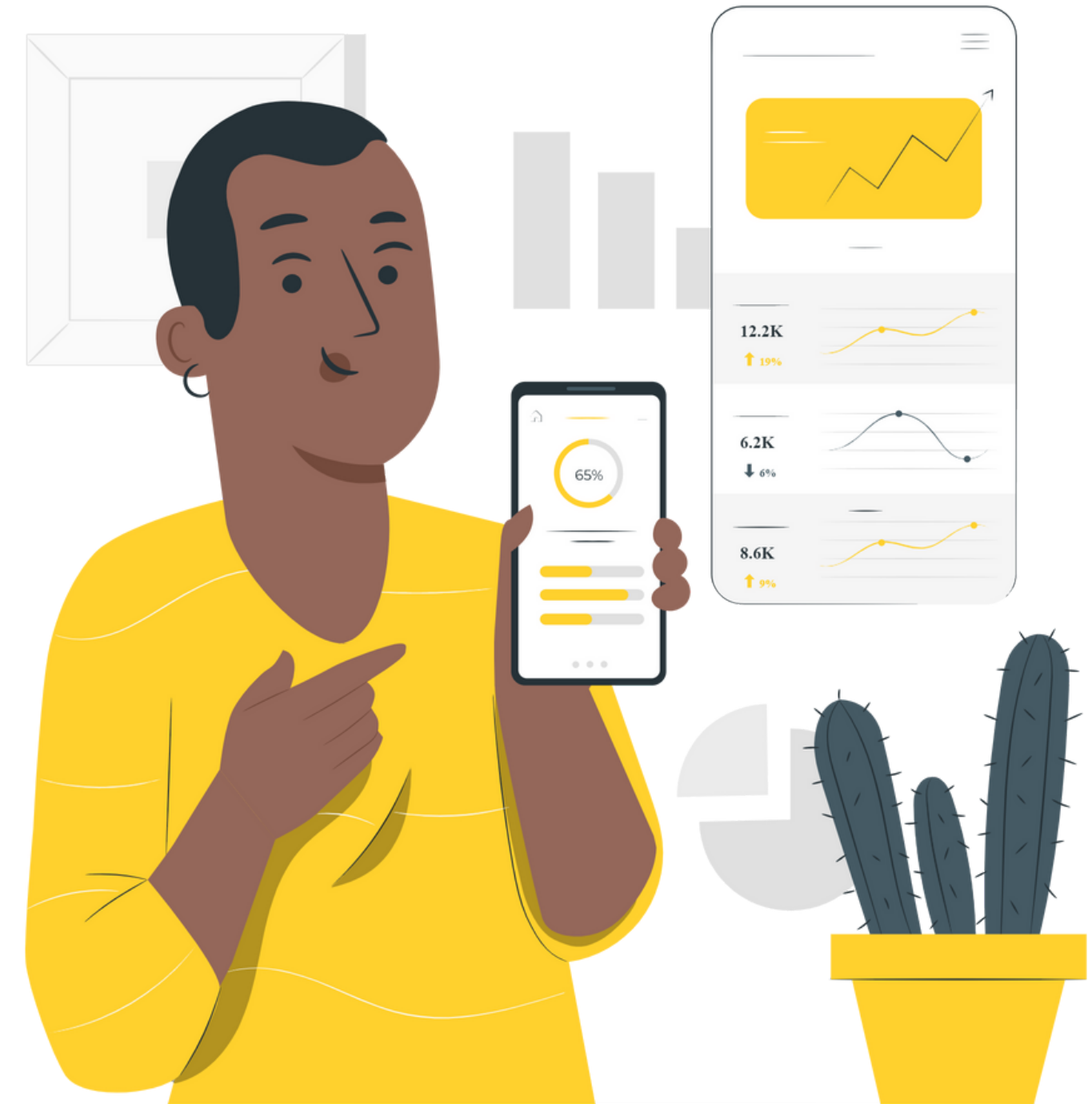
Stop met het managen van kanalen in verschillende al dan niet aan elkaar geknoopte tools en **stap over naar een compleet omnichannel contact center platform.**

Dat lijkt vooraf vaak een hoofdpijndossier want omschakelen en een nieuw platform introduceren en activeren klinkt als een flinke investering van zowel tijd als geld. Maar de voordelen wegen sterk op tegen de nadelen:

- **Eenvoudig alle interacties managen** vanuit een centrale online portal
- **Agents kunnen klanten makkelijker en sneller helpen** doordat ze hebben alle informatie bij de hand hebben
- **Vermindert frustratie bij de beller**, want hij/zij hoeft het verhaal niet te herhalen
- **Verbeterd first call resolution**
- **Verbeterd klanttevredenheid**
- **Verlaagt wachttijd**
- **Geeft meer overzicht en inzicht** door geïntegreerde rapportagemogelijkheden en overzichten per kanaal en functionaliteit, custom reports en dashboards

## Hoe doen wij dit?

- Om de implementatie behapbaar te maken, hoef je niet in 1x volledig over te schakelen. **Je kunt er ook voor kiezen om stap-voor-stap te implementeren:** per kanaal, per productgroep, per locatie of per externe koppeling. Ervaring opdoen en dan verder opbouwen. Op die manier kan iedereen rustig aan het platform wennen en ervaren klanten een voortdurende verbetering. **Zonder stress.**
- **Veel omnichannel platforms zijn inclusief CRM-software.** Maar kunnen indien gewenst ook makkelijk integreren met bestaande CRM-software. Met onze begeleiding hoef je je niet druk te maken over de implementatie en integraties.
- De omnichannel platforms waar wij meewerken zijn **volledig cloud-based**. Dit betekent dat agents vanaf elke plek kunnen inloggen en werken met dezelfde tools.





## Tot slot

Als alles al optimaal is ingericht bij jouw klantenservice, heb je niks nieuws ontdekt in deze whitepaper. En dat is natuurlijk super! Maar de kans is groot dat dat niet zo is en je wel wat punten ter verbetering hebt ontdekt. Laat die niet liggen maar ga ermee aan de slag. Dat is niet alleen fijn voor jou maar ook voor je medewerkers en dus je bedrijf.

Het effectief en efficiënt inrichten van je klantenservice levert je namelijk het volgende op:

- **Meer overzicht en inzicht in je customer service KPI's**
- **Beter (internationaal) bereikbaar zijn**
- **Het verbetert de customer experience en klanttevredenheid**
- **Bespaart je geld**
- **Waardoor je omzet stijgt**

En dat willen we natuurlijk allemaal!



## Maak de juiste keuzes

Wil je de optimalisatie liever niet alleen oppakken maar sparren met iemand over jouw klantenservice en kantoortelefonie omgeving en jullie manier van werken? Wil je ontzorgt worden in het (operationeel) beheer en meer overzicht?

Dan ben je bij **Sound of Data** aan het juiste adres. We helpen je graag met het maken van de juiste keuzes **zodat bereikbaarheids- en operationele problemen tot het verleden behoren.**



**Jos van Loo**

CEO

[LinkedIn](#)

[E-mail](#)



**Emile Stappaerts**

Client Partner

[LinkedIn](#)

[E-mail](#)



**Menno Leenart**

Account Director

[LinkedIn](#)

[E-mail](#)

# Over Sound of Data

“Hallo, ik ben ‘t!’

Waarom zou iemand een whitepaper eindigen met zo’n vreemde uitspraak?

Wij, omdat het onze reden van bestaan omvat. “Hallo, ik ben ‘t!’ is de stem van de klanten van vandaag die het uitschreeuwen om service te krijgen. Ze hebben je product gekocht, hun persoonlijke gegevens verstrekt, maar zien deze informatie zelden gebruikt worden voor iets wat zij echt de moeite waard vinden. Ze vragen zichzelf af: “Waarom zien bedrijven die zoveel van mij afweten, mij uiteindelijk gewoon als een telefoontje dat doorverbonden moet worden?”

Wij accepteren niet dat klanten nog steeds behandeld worden alsof ze alleen maar ‘een telefoontje in de wachtrij’, ‘een KPI in een verkoop target’ of ‘een gemist servicelevel’ zijn. Wij willen de klant centraal stellen in onze communicatietechnologie: om betere klantervaringen te creëren, om klanten te laten weten dat we om ze geven, om ze voldoende te informeren en op menselijke wijze contact te hebben. Jij zorgt voor de menselijke stem en personal touch, wij zorgen voor de technologie om dat proces te faciliteren.

[www.soundofdata.com](http://www.soundofdata.com)

