

Is jouw contactcenter klaar voor 2016? 6 belangrijke trends



In 2015 is ten aanzien van contactcenters onder meer veel gesproken over cloud-technologie, sociale klantenservice, omnichannel-communicatie, spraakanalyse, Big Data en de Customer Effort Score (CES). Maar wat heeft de toekomst in petto?

Michael van de Brink, Country Manager Content Guru Nederland, beschrijft zes onderwerpen die in 2016 actueel zijn.

- 1. Digitale hubs voor klantenrelaties:** Nu klanten altijd en overal service verwachten, op wat voor manier dan ook, is het optimaliseren van de afhandeling en verwerking van gesprekken en e-mails niet langer de belangrijkste uitdaging voor beheerders van contactcenters: dat is het effectief – proactief en reactief – beheren van klantenrelaties via verschillende (self)service-kanalen (webchat, e-mail, telefoon, video, sociale media, etc.) gedurende de gehele klantencyclus. Daarvoor moet uitgebreid worden samengewerkt tussen verschillende afdelingen, en moet een nieuwe mentaliteit worden ontwikkeld die radicaal breekt met traditionele manieren van denken over contactcenters.
- 2. Intelligent doorschakelen van klantcontacten:** Iedere keer dat we online gaan, laten we een spoor van informatie achter: niet alleen over wie we zijn en wat we bezitten, maar ook over onze voorkeuren en interesses – wat we leuk vinden en wat niet. Steeds vaker zullen organisaties deze informatie gaan gebruiken om de klantervaring te verbeteren al voordat de klant met een medewerker in contact komt!

Zo worden bijvoorbeeld online vragen geïnterpreteerd en klanten geïdentificeerd zodat die met het juiste kanaal kunnen worden verbonden (dat wil zeggen een gekwalificeerde medewerker of een selfservice-toepassing). Organisaties hebben zelfs de mogelijkheid om de beschikbaarheid van medewerkers online te publiceren, zodat klanten de meest geschikte medewerker kunnen opzoeken en daar direct contact mee kunnen opnemen. Is uw organisatie al in staat om klantcontacten intelligent(er) door te verbinden?

3. **'Gamification' – de nieuwste manier om de betrokkenheid van**

medewerkers te vergroten: Tegenwoordig gebruiken de meeste contactcenters diverse manieren om medewerkers te motiveren, trainen en belonen. Bijvoorbeeld in de vorm van verkleeddagen, rollenspellen (in het kader van groepstrainingen) en wedstrijden tussen teams (waarbij bijvoorbeeld cadeaubonnen te winnen zijn). 'Gamification', zoals dat wordt genoemd, tilt het gebruik van dergelijke technieken naar een hoger plan door spelmechanismen te gebruiken om het gedrag en handelen van medewerkers te beïnvloeden. Dit krijgt vaak fysiek vorm via een desktop-omgeving waar medewerkers hun eigen prestaties en die van hun team in de gaten kunnen houden, waar ze beloond worden voor goede resultaten en positieve gedragingen, en waar eenvoudige online-games kunnen worden gespeeld.

Gamification kan ook bijdragen aan een hogere betrokkenheid doordat het gericht is op de belangrijkste manieren waarop medewerkers zich tot hun werkomgeving verhouden, te weten competitie, samenwerking en inzet.

4. **Machine-to-Machine (M2M):** Volgens Juniper Research genereert de M2M-sector in 2019 wereldwijd USD 42 miljard aan service-inkomsten, het dubbele van wat de markt nu waard is. Dat betekent in feite dat met het internet verbonden apparaten veel service-interacties gaan overnemen, waarbij pc's direct met andere pc's communiceren, auto's met computers praten, medische apparaten hun status aan zorgorganisaties doorgeven, en huishoudelijke apparaten service-informatie direct aan de fabrikant versturen. Dat is de droom van veel consumenten – proactieve klantenservice die voorkomt dat problemen storingen worden, en die het gedoe met tijdrovende zaken als updaten en probleemoplossing wegnemen.

De vraag voor veel organisaties is wanneer en hoe ze M2M-technologieën moeten gaan gebruiken. Hoe ziet een afdoende M2M-serviceniveau eruit? Hoe definieer je een succesvolle uitkomst? En hoe zorg je ervoor dat je het persoonlijk contact met je klanten niet verliest?

5. **Klantanalyse:** De afgelopen jaren heeft een revolutie plaatsgevonden op het gebied van informatiebeheer en analysetechnieken. Slimme organisaties hebben zich gerealiseerd dat de waarde van analyseren niet in de technologie zelf ligt, maar in hoe gegevens worden gebruikt om inzicht in klanten te genereren. En hoe deze inzichten vervolgens worden gebruikt om de klantervaring te personaliseren en te verbeteren, kosten te besparen en de Customer Effort Score (CES) te verbeteren. Spraakanalyse, gegevensanalyse, webanalyse, CRM-gegevens, gedrag van websitebezoekers en kwaliteits- en prestatiebeheer dragen allemaal bij aan een volledig beeld van de klant.

In de toekomst steken nieuwe technologieën de kop op, zoals WebRTC, een opensource-project dat van het internet in feite een open communicatieplatform maakt. Met behulp van WebRTC kan klanteninformatie (zoals accountprofiel, koopgedrag en browse-gegevens) automatisch aan service-medewerkers worden doorgegeven wanneer oproepen vanaf een webbrowser worden doorverbonden. Hierdoor kunnen problemen sneller en efficiënter worden afgehandeld. De vraag die iedere organisatie zich nu zou moeten stellen, is: "Hoe zijn analysetechnieken te gebruiken om een meer persoonlijke klantervaring te bieden?"

6. **In apps geïntegreerde klantenservice:** Volgens een toonaangevende aanbieder van technologische oplossingen wordt tegenwoordig ongeveer 40% van alle klantcontacten gemaakt vanaf een smart device. Een duidelijk teken van de enorme groei in digitale klantenbinding. Technologieën als WebRTC versnellen deze trend nog verder, door het faciliteren van mogelijkheden voor terugbellen, webchat, click-to-call en click-to-video in apps die op pc's, smartphones en tablets draaien. De 'Mayday'-functie die ondersteuning op afstand biedt en de mogelijkheid van live productdemonstraties op Amazon Kindle-apparaten zijn daar goede voorbeelden van. Naarmate online-service in apps met een enkele klik beschikbaar komt – en naarmate apps automatisch worden verbonden met online super-databases en IVA's (Intelligent Virtual Assistants) – wordt de klantenservice steeds sneller, naadlozer en effectiever. Het kan de moeite waard zijn om na te denken of u met deze ideeën het concurrentievermogen van uw organisatie kunt versterken.

www.contentguru.nl
[@ContentGuruNL](https://twitter.com/ContentGuruNL)

