

Antal de Waij
Chief Engagement Officer
Engagement Media BV



Zo na de zomer, midden in de tijd van het budgetteren, is het belangrijk even terug te kijken naar de eerste maanden van het jaar. Wat is er allemaal gebeurd? Wat kan er beter? Als het gaat om customer management is me een aantal zaken opgevallen.

BOOST JE SOCIAL SERVICE

OMNICHANNEL LEIDT TOT VOLUMETOENAME

Onlangs sprak ik een aantal mensen uit de verzekeringsbranche die allemaal aangaven dat het call volume toeneemt. Wat blijkt? De klant die meerdere channels gebruikt grijpt steeds vaker naar de (mobiele) telefoon om zijn acties te verifiëren of bevestigen. En dat is best opmerkelijk. We bieden steeds meer mogelijkheden via chat- en webservice maar het bellen neemt toe. Ik zou hiermee rekening houden in de budgetten voor volgend jaar.

PROACTIEF COMMUNITY MANAGEMENT BIJDT KANSEN

Klanten verwachten vaker een proactieve houding van bedrijven. Bijvoorbeeld in de vorm van serviceberichten. Op dit moment experimenteert een aantal bedrijven met het via sociale media proactief benaderen van mensen die 'koopsignalen' afgeven. Een voorbeeld: iemand gaat verhuizen en plaatst dit op Twitter. Een verzekeringsmaatschappij speelt hierop in door in gesprek te gaan over risico's. Ook een elektronica keten experimenteert met berichten van mensen wier elektronica het begeeft. Of met mensen die bij de concurrent een negatieve (#fail) ervaring hebben. De eerste resultaten zien er goed uit. Interessant is dat de serviceorganisatie hiermee steeds meer op de voorgrond treedt. Zo wordt het een verlengstuk van sales en marketing.

KLANT-HELPT-KLANT

Kostenbesparingen blijven belangrijk. Klanten die zichzelf of elkaar helpen dragen bij aan het verlagen van

kosten. De investeringen in communities nemen toe. Organisaties faciliteren klant-helpt-klantcommunities door middel van bijvoorbeeld een forum. Dit komt in alle sectoren voor. We kennen inmiddels allemaal de giff gaff-casus: klanten van een telecombedrijf die elkaar helpen in ruil voor beltegoed. Ook in de bank- en verzekeringsbranche, bij energieleveranciers en niet te vergeten in business to business, zijn communities zijn vaker een belangrijk middel.

MULTICHANNEL-BENADERING UITBREIDEN MET BLOGS

In veel customer-serviceorganisaties is omgaan met sociale media gemeengoed geworden. Agents zijn steeds meer multichannel inzetbaar. In de Verenigde Staten zijn blogs die klanten informeren onderdeel van de service. Het zijn vaak casussen die laten zien hoe klanten geholpen worden. Maar ook hoe het bedrijf functioneert als team. Klanten vinden het leuk om achtergrondverhalen over de organisatie te lezen. Ook ervaren zij graag de passie die een bedrijf aan de dag legt voor een betere klantervaring. Dat draagt bij aan een hogere klanttevredenheid.

Het zijn boeiende tijden aan het customer-managementfront. Nieuwe methoden bieden kansen om klanten nog eerder en beter te helpen. En dat heeft consequenties voor de wijze waarop je je budget inricht. En dus is het belangrijk om daar nu over na te denken. Happy budgettering!