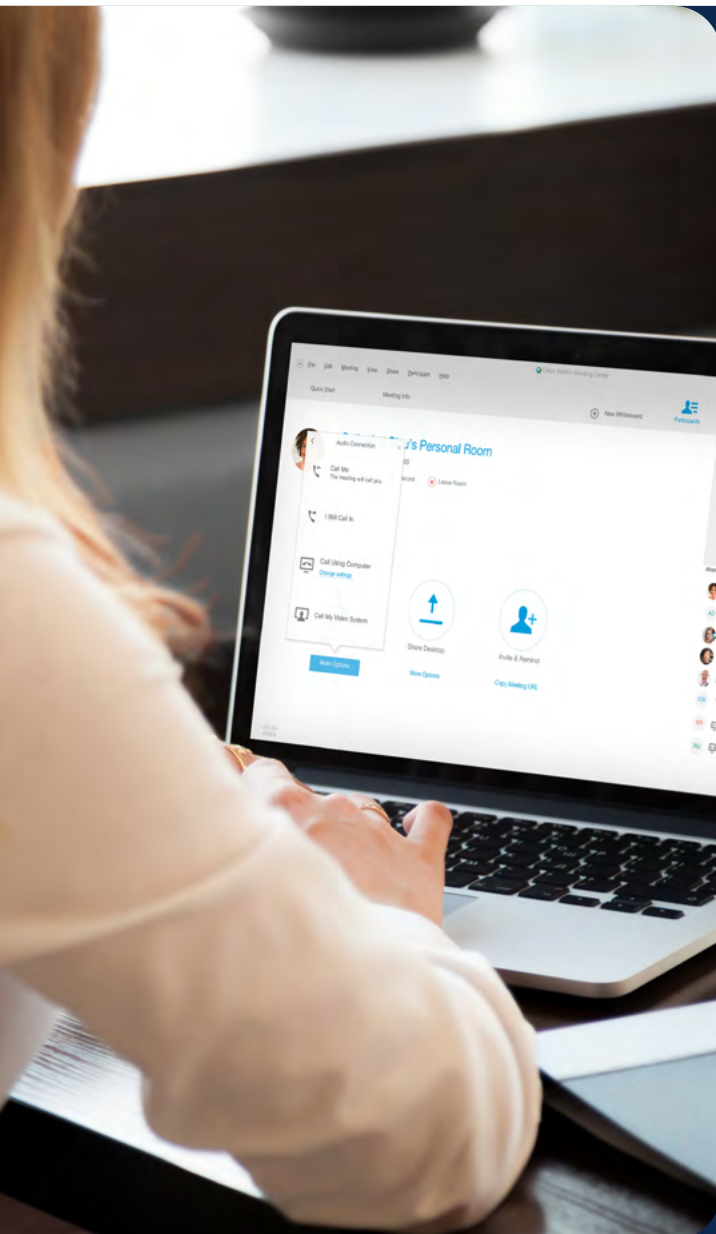


Hoe een optimale klantervaring wordt verzorgd door een slim contactcenter

Werk slimmer. De toekomst is vandaag.





Een optimale klantervaring is dé manier om de concurrentie voor te blijven en onderscheidend te zijn. Nu telefoon en e-mail terrein verliezen en klanten willen chatten, facetimen en instagrammen, staan veel bedrijven voor een grote uitdaging. Hoe los je met al die beschikbare kanalen vragen van je klanten toch in één keer op? Want first time fix, dat wil iedere klant.

In dit e-book lees je hoe een slim of cognitief contactcenter je helpt om klantervaringen te verbeteren en bedrijfsresultaten te optimaliseren. Het kan echt.

‘Enkelvoudig’ klantcontact verdwijnt, multichannel is de boodschap

First time fix is dus het ideaal, maar de werkelijkheid is meestal dat mensen maar via een beperkt aantal kanalen contact kunnen opnemen en dat het medium van hun keuze er niet altijd bij zit. Bovendien is het lastig voor medewerkers, als klanten gebruikmaken van kanalen die via aparte silo's bij het klantcontactcenter binnenkomen. Het gebruik van verschillende toepassingen en systemen bemoeilijkt de zoektocht naar informatie (of de juiste persoon) die helpt om vragen te beantwoorden.

Voor bellers is het frustrerend om lang in de wacht te staan, verschillende keren te worden doorverbonden en daarna nog te moeten terugbellen. Ook antwoord op een mailtje laat vaak lang op zich wachten. Negatieve ervaringen, die niet zorgen voor positieve mond-tot-mondreclame. Sterker nog, 59 procent van de consumenten in de Verenigde Staten komt niet meer terug na meerdere slechte ervaringen. 17 procent haakt zelfs al na één slechte ervaring af¹.

¹ <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>

Slim contactcenter zet uitdagingen om in kansen

Met een slim contactcenter zet je dit soort uitdagingen om in kansen. Op één platform komen verschillende kanalen en systemen samen. Je breekt communicatiebarrières af en breidt je contactcenter naar de hele organisatie. Eigenlijk wordt het hele bedrijf een soort contactcenter.

Een platform zoals Cisco Webex biedt een aantal belangrijke mogelijkheden om te innoveren en ervaringen van klanten en medewerkers te verbeteren:

- Je hebt snel meer informatie over je klant binnen handbereik.
- Je kunt Artificial Intelligence (AI) inzetten. Die technologie helpt om steeds terugkerende processen te automatiseren. Ook opent AI deuren naar voorspellende analyses, bijvoorbeeld over behoeften van klanten. De machine doet op basis daarvan aankoopsgesties.
- Je hebt meer mogelijkheden om samen te werken, omdat je naadloos kunt schakelen tussen toepassingen. Daardoor bereik je ook makkelijker een expert om een probleem op te lossen.

“Get closer than ever to your customers. So close that you tell them what they need well before they realize it themselves.”

– Steve Jobs



Een bot is voor veel bedrijven topprioriteit

Een concrete manier om met AI aan de slag te gaan en klantinteractie te verbeteren is de inzet van een chatbot. Volgens een rapport van Frost & Sullivan² is zo'n bot voor veel bedrijven topprioriteit. De onderzoekers voorspellen dat in 2022 95 procent van alle contactcenters erover beschikt. Ook andere technologieën winnen aan belang. Denk aan analytics, Internet of Things, videocontact en virtual assistants.

De voordelen van automatisering door robotisering:

- Bots worden nooit moe en zijn daarom altijd beschikbaar.
- Bots nemen je medewerkers eenvoudige taken uit handen (zoals het overzetten van naam en adres van het ene naar het andere systeem). Medewerkers kunnen zich focussen op de complexere vragen.
- Bots doorzoeken en analyseren klantdata sneller en nauwkeuriger.

IBM³ stelt dat van een zes minuten durend klanten-service-gesprek vierenvolfe minuut opgaat aan handmatig zoeken naar klantinformatie. Een bot doet dit in een oogwenk en haalt bovendien snel in data verborgen patronen bloot. Als je bijvoorbeeld ontdekt wat een klant wel of niet prettig vindt, kun je daarop inspelen en de omgang met klanten verbeteren. Webwinkels doen dat al door de laatst bestelde artikelen van een klant of de eerstvolgende bestellingen die andere klanten deden te laten zien.

Een bot is snel terugverdiend

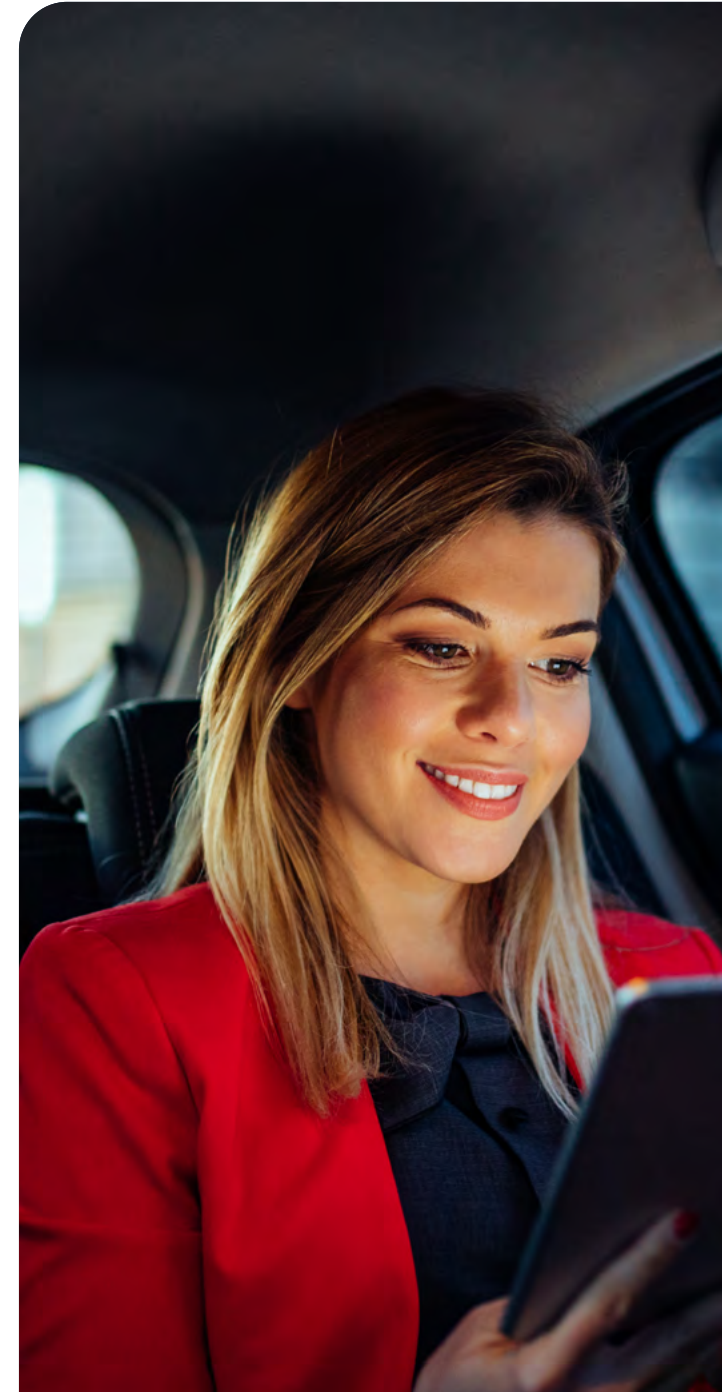
Volgens Deloitte⁴ is de terugverdientijd van een robot minder dan een jaar en bespaar je er 20 procent FTE-capaciteit mee.

AI in combinatie met klantgegevens, vormt dus een krachtige tool om klantervaringen beter en winstgevender te maken.

² <http://www.smartcustomerservice.com/Articles/News-Features/Chatbots-a-Top-Priority-for-Customer-Engagement-Frost-and-Sullivan-Finds-136335.aspx>

³ <https://www.ibm.com/blogs/watson/2017/10/10-reasons-ai-powered-automated-customer-service-future/>

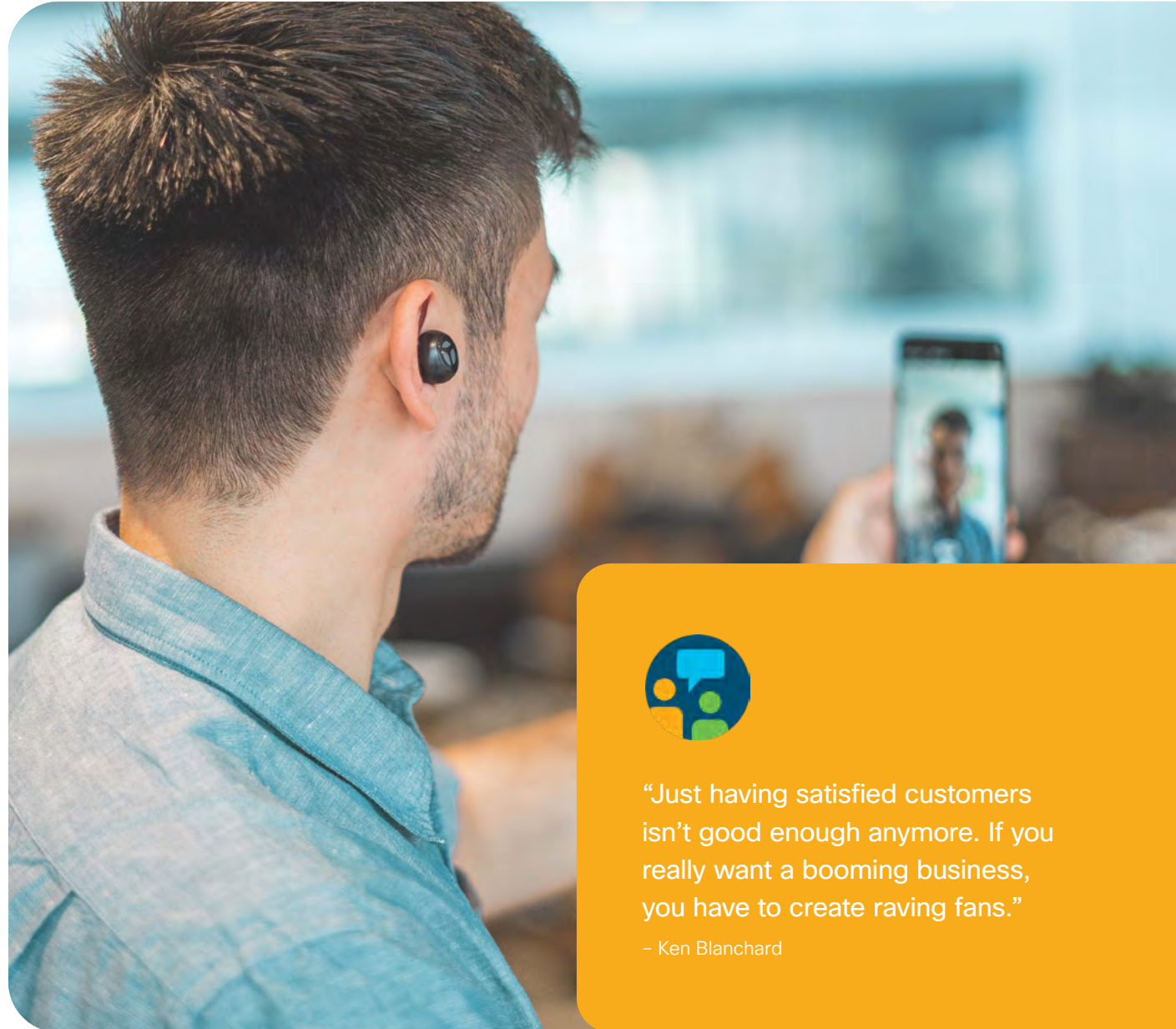
⁴ <https://www2.deloitte.com/bg/en/pages/technology/articles/deloitte-global-rpa-survey-2018.html>



Bots kunnen mensen niet vervangen

Hoewel machines steeds slimmer worden, kunnen ze klantenservicemedewerkers zeker niet vervangen. De belangrijkste reden daarvoor is dat bots niet beschikken over inlevend vermogen. “Een robot kan geen excuses aanbieden en dat oprecht menen,” stelt Deloitte. “Hij snapt niet dat de trein vertraging had (..) En bij grote aankopen, zoals een auto, of bij persoonlijke aangelegenheden, willen we toch contact met een mens en niet met een machine.”

Een robot is dus meer een helpende hand die taken van mensen overneemt en voor gemak zorgt. Door data samen te voegen, hoef je bijvoorbeeld niet telkens te switchen tussen verschillende tabbladen en geef je een klant sneller antwoord.



“Just having satisfied customers isn’t good enough anymore. If you really want a booming business, you have to create raving fans.”

– Ken Blanchard



De belangrijkste voordelen voor klanten van een slim contactcenter:

- Ze krijgen snellere, betere en pro-actievere service.
- Ze hebben minder ergernis over lange wachttijden en veel doorverbinden.
- Ze komen eerder terecht bij de meest geschikte medewerker, doordat AI hun behoeften voorspelt.
- Hun problemen worden vaker bij het eerste contact opgelost, ze hoeven minder vaak terug te bellen.

De voordelen voor jouw organisatie:

- Medewerkers beschikken sneller over klantgeschiedenissen en kunnen daardoor beter hun werk doen, wat hun productiviteit en werkplezier vergroot.
- Je kunt door AI in te bouwen calls snel op de juiste wijze routeren en analytics loslaten op je contacten.

- Je hebt meer automatisch en snel inzicht in je processen. Je kunt een robot bijvoorbeeld laten intikken wanneer een bestelling precies komt.
- Je krijgt een compleet klantbeeld, kunt toekomstig gedrag voorspellen en een passende aanbieding doen.

Slimme tools van Cisco

Met het Cisco Webex Contact Center beschik je over verschillende slimme AI-gedreven tools, zoals de Customer Journey Analyzer. Die brengt gegevens uit meerdere bronnen samen en geeft je zo een totaalbeeld van de klant. Je weet daardoor eerder met wie je van doen hebt en wat de reden is van het contact. De tool kan ook voorspellingen doen over behoeften van de klant en leidt hem op basis daarvan door naar de meest geschikte medewerker.

Een andere (door AI aangestuurde) tool is Cisco Answers. Deze robot luistert mee tijdens een chat en stelt ondertussen relevante artikelen en oplossingen voor aan de klant.

Waarom Cisco?

Cisco combineert met Webex oplossingen voor onder meer bellen, vergaderen en teamsamenwerking met desktoprapportage en beheertools. Daardoor optimaliseer je bedrijfsprocessen en krijg je een betere gebruikerservaring. Informatie komt niet langer gefragmenteerd bij gebruikers.

Cisco combineert met Webex-oplossingen voor onder meer bellen, vergaderen en teamsamenwerking met desktoprapportage en beheertools. Daardoor optimaliseer je bedrijfsprocessen en krijg je een betere gebruikerservaring. Informatie komt niet langer gefragmenteerd bij gebruikers.

Webex is bovendien een veilig platform. In het licht van de strenge privacywetgeving (AVG/GDPR) is dat steeds belangrijker.

Cisco is marktleider in contactcenters en sterke speler op cloudgebied. De benadering van Cisco luidt: 'de cloud eerst, maar niet alleen de cloud'. Je kunt er dus ook voor kiezen om een deel van je resources nog in huis te houden en tegelijk de voordelen van de cloud te benutten. Denk aan flexibel opschalen in capaciteit en betalen naar gebruik.

Met een slim contactcenter werk je dus aan uitzonderlijke klantervaringen, die een belangrijke rol spelen bij aankoopbeslissingen. Ook neemt de productiviteit van je medewerkers toe, ze doen hun werk met meer plezier.

Wat nu nog toekomstmuziek lijkt, brengt Cisco dichterbij. Sterker nog, Cisco brengt het naar vandaag. Met het cognitieve contactcenter van Cisco kun je vandaag al samenwerken zoals in de toekomst.

Aan de slag met Cisco Webex?

Vraag nu de Webex trial aan



Werk slimmer met Cisco
De toekomst is vandaag