



Door Jan Rozendaal

WIE KENT DAT LIEDJE NOG VAN DE LA SOUL? EÉN VAN DE EERSTE HIPHOP-HITS, TEKST GEWIJD AAN HET IK, HET EGO EN HET EIGENBELANG. HET IS EEN MELODIETJE DAT STEEDS BIJ ME OPKOMT ALS ER WEER IEMAND VERTELT DAT JE ÉCHT AAN SELFSERVICE MOET BEGINNEN. WE HOREN ZO VEEL SUPERENTHOUSIASTE VERHALEN OVER DIT ONDERWERP DAT HET VOLGENS MIJ TIJD WORDT VOOR DE NUANCE. IS SELFSERVICE NU ECHT ZO GEWELDIG? KUNNEN WE DAT ZO MAAR LOSLATEN OP ONZE KLANTEN OF ZIJN ER OOK NADELEN OF ZELFS RISICO'S AAN VERBONDEN? ZETTEN WE SELFSERVICE IN UIT EIGENBELANG OF VOOR ONZE KLANT? IN DIT STUK PROBEER IK DEZE VRAAG TE BEANTWOORDEN.

ME,

Er zijn bedrijven die niet rusten voor ze de klantcontacten die nu in het contactcenter door de agents worden afgehandeld hebben geautomatiseerd door middel van selfservice-concepten. Dat kan zijn een Interactieve Voice Respons (IVR) toepassing zoals die veel door de mobiele operators wordt toegepast bij het wijzigen van instellingen op de GSM. Een andere mogelijkheid is het stellen van je vraag via de website van een leverancier, of het wijzigen van je gegevens via de site. In het nabije verleden kon je alleen via een brief je adres of bankrekeningnummer aanpassen. Nu bestaat veelal de mogelijkheid om dit – doorgaans na inloggen met gebruikersnaam en wachtwoord – helemaal zelf te doen op een zelf gekozen tijdstip. Denk ook aan de mogelijkheden om aan de computer te vertellen dat je je dagblad niet hebt gekregen, nabezorging volgt. Recht daar tegenover staan de bedrijven die er voor kiezen altijd met de klant te willen praten. Je kunt bij die bedrijven vrijwel voor alles terecht via het contactcenter: gewoon lekker even bellen. Die laatste categorie bedrijven doet dat ook bewust: ze zijn van mening dat de klant niet alleen een klantwaarde heeft, maar dat de contacten met die klant ook belangrijk zijn, ze ervaren een contactwaarde. Maar is dat mens-menscontact dan niet vreselijk duur?

LEKKER GOEDKOOP

Het eerste wat je hoort van de selfservice-adepten (let op, vaak zijn dat de partijen die een selfservice-concept in de verkoop hebben) is dat het een heel prettige en goedkope manier is om klantcontacten af te handelen. De kosten per contact zijn lager dan wanneer dat contact op de traditionele manier wordt afgehandeld. In de praktijk blijkt dat vooral op te gaan voor eenvormige klantcontacten die met hoge volumes moeten worden verwerkt. De investering in de hard- en software die no-

MYSELF AND I...

dig is om selfservice goed neer te zetten, is doorgaans behoorlijk. Dergelijke bedragen zijn alleen terug te verdienen als er veel contacten door de 'machine' heen gaan. Dus als u vaak gebeld wordt door uw klanten en die klanten hebben maar een beperkt aantal onderwerpen waar ze met u over willen praten, dan zou het wegautomatiseren van die contacten prijstechnisch nog wel eens aantrekkelijk kunnen zijn. Denk aan al die telefoontjes over openingstijden: hoe laat is uw vestiging te Namen open op maandag? Een handige methode is om via een IVR deze vraag te laten routeren naar een informatiebandje, waarbij ook nog naar de website verwezen kan worden voor meer details. Maar wat gebeurt er als we wat meer complexe materie proberen te vangen in een selfservice-concept?

Hoe weet de machine wat de klant bedoelt? En nog lastiger: hoe weten we of de klant het gewenste antwoord heeft gekregen? Het is dan een stuk moeilijker om vast te stellen of het geautomatiseerde klantcontact echt goedkoper is, behalve als we direct een tevredenheidsonderzoekje doen met behulp van... juist ja. Ik kan me zelfs situaties voorstellen waarbij uiteindelijk meer kosten worden gemaakt: de klant moet meerdere malen contact opnemen voor zijn vraag beantwoord is. Ik ken mensen die precies weten welke cijfers ze moeten intoetsen in het keuzemenu om rechtstreeks bij een echte mens uit te komen! Niet goed werkende selfservice heeft een negatieve werking: de klant ergert zich en probeert geïrriteerd alsnog iemand aan de telefoon te krijgen, of hij vertrekt natuurlijk gewoon.

WEL OF NIET TOEPASSEN?

De vraag of er kostenvoordeel te behalen is door het toepassen van selfservice is dus niet zomaar te beantwoorden. De leveranciers zeggen allemaal van wel, maar in de praktijk moet je toch erg goed oppassen

om niet aan de verkeerde kant van de streep te belanden. Er zijn mijns inziens een paar belangrijke vragen te beantwoorden voor je een gefundeerde beslissing kunt nemen.

Vraag 1: Wat heeft mijn klant er aan? Deze eerste vraag is ook direct de meest belangrijke. Als je klant er niets aan heeft zal zijn ervaring in ieder geval niet positiever worden, wellicht zelfs negatiever. Zoals uit ieder onderzoek weer blijkt, vinden klanten het belangrijk herkend, erkend en gerespecteerd te worden én willen ze graag snel en in één keer het juiste antwoord op de vraag. Oh ja, ze willen ook nog via meerdere media met u kunnen communiceren op tijdstippen die ze het beste uitkomen. Kijk dus eerst eens goed of het toepassen van zo'n modern selfservice-concept aan al deze voorwaarden voldoet.

Vraag 2: Hoe zie ik de waarde van klantcontacten? Hecht u weinig waarde aan het contact met uw klanten of wilt u van uw klanten graag horen hoe u uw producten en diensten kunt verbeteren?

Vraag 3: Wat zijn de missie en visie van onze onderneming? De bedrijven die streven naar customer intimacy en werken aan het verbeteren van de loyaliteit van hun klanten moeten zich natuurlijk afvragen of de inzet van geautomatiseerde systemen niet contraproductief zal werken.

WAAROM WEL

Als de toepassing van selfservice voor de klant een extra keuzemogelijkheid biedt is het slim om tot toepassing over te gaan. Wel vooraf de business case goed doorrekenen: gaat dit rendabel worden? Door het gebruik te stimuleren (of te belonen?) kunnen klanten migreren van bijvoorbeeld de telefoon naar het gebruik van de website als in-

... de klant ergert zich en probeert geïrriteerd alsnog iemand aan de telefoon te krijgen...

teractiemedium. We zien dan ook het meeste rendement bij situaties waarin de klant kan kiezen en er een voordeel is voor die klant. Zo biedt mijn energieleverancier bijvoorbeeld de mogelijkheid om meterstanden door te bellen, via een ingevulde kaart per post te sturen of om via de website door te geven. Aardig extraatje vond ik de mededeling dat mijn energieverbruik over de afgelopen periode hoger was dan gebruikelijk; ik werd netjes door de site gewaarschuwd voor een extra afrekening. In situaties waarbij er echt veel contacten zijn met een lage contactwaarde biedt selfservice een mooie mogelijkheid de klant te helpen zonder dat dat leidt tot onaanvaardbare kosten.

Denk ook aan piekperiodes, waarbij ondersteuning kan worden gevonden in de toepassing van een handig stuk automatisering in de klantcontactomgeving. Zelf er voor ik het als prettig en ook voor mij is het efficiënt als er een combinatie is van mensmenscontact en selfservice. Recent moest ik contact



opnemen met de helpdesk van Nokia over mijn telefoon: ik had wat problemen met het ophalen van e-mail met mijn E 61, iets dat tot voor kort probleemloos verliep. Snel kreeg ik een medewerker van Nokia aan de lijn die mij een aantal vragen stelde om

len is van de baan als we geen communicatie meer hebben met de klant. De dialoog tussen klant en agent komt te vervallen als deze wordt vervangen door de toepassing van de geautomatiseerde systemen. Het is dan niet langer mogelijk om

wegen. Vakbladen, vakbeurzen, lezingen en seminars: iedereen is even enthousiast. Spraakherkenning, automatische e-mailbeantwoording et cetera, het een is nog mooier dan het andere. In de praktijk komen we de brede toepassing nog relatief



Vakbladen, vakbeurzen, lezingen en seminars: iedereen is even enthousiast.

tot een correcte diagnose te komen. Vervolgens kreeg ik de oplossing gepresenteerd: "Kunt u op internet? Zo ja, dan vindt u daar op pagina x de nieuwste versie van het besturingssysteem. Na het downloaden wordt deze automatisch op uw telefoon geïnstalleerd." Als het niet werkte mocht ik natuurlijk nog eens bellen, maar dat was niet meer nodig. Een prettige combinatie van 'live' en selfcare.

WAAROM NIET

In alle situaties waarbij de contactwaarde hoog wordt ingeschat of waarbij u de klant een aanbieding zou willen doen, werkt het wegautomatiseren van de mens-mens-contacten averechts. Het up- en cross-sel-

commercie te bedrijven. Ook mist u de kans om van de klant te vernemen waar het mis gaat tussen u en de klant: waardevolle input voor marketing en procesverbetering gaan verloren als de mogelijkheid tot dialoog wordt geblokkeerd. Zeker als de inzet van selfservice binnen uw bedrijf wordt overwogen omdat het zo prettig is voor de portemonnee, moet u op uw qui-vive zijn. Louter financiële overwegingen duiden op egoïsme: het eigenbelang overheerst.

DE PRAKTIJK

Dagelijks worden we bestookt met initiatieven die ons in de richting van de aanschaf van selfservice-systemen moeten be-

weinig tegen. Het blijkt namelijk toch lastiger te zijn dan gedacht om het echt goed in te zetten zonder dat het ten koste van de klant gaat. Bezint eer ge begint is een mooie, toepasselijke, oude spreuk. Jazeker, selfservice is een kansrijke methodiek om de klant te bedienen. Maar dan wel graag met de klant in beeld en vanuit de klant geredeneerd ontwerpen en invoeren.

HET EIGENBELANG

Overheerst helaas. Voila, daar is het antwoord: doorgaans wordt selfservice ingezet uit louter egoïstische motieven. Bijvoorbeeld: "Omdat wij er een hekel aan hebben om ieder jaar weer 100.000 klantvragen te krijgen over de factuur zetten we

die online en kan de klant alleen nog via de FAQ-pagina van de site zijn vragen stellen. Dat telefoonnummer en dat e-mailadres hebben we verstoppt! Zo hebben we ons heel veel geld bespaard." Niet zo handig, vind ik. Voor die klant is die ene vraag over die factuur namelijk zeer relevant, ook al vinden wij het saai en duur om al die klanten te woord te staan. Het getuigt in ieder geval niet van respect voor de klant om het zo te doen.

En was het niet beter geweest het factuurproces en de inhoud en vorm van de factuur zodanig aan te passen dat de klant niet meer hoeft te bellen? De vragen van de klant analyseren en deze voorkomen is dan beter dan het toepassen van een mooi stuk selfcare.

TEN SLOTTE


De lezer heeft inmiddels begrepen dat ik niet direct sta te springen als het gaat om deze 'trend' in callcenterland. Ik heb u mijn argumenten gegeven, met voorbeelden. Toch blijft het onderwerp zeer 'hot' en keert het steeds op de agenda terug, er zijn zelfs

evenementen uitsluitend gewijd aan deze materie. In één van de tijdschriften die ik regelmatig lees kwam ik een aardige onderbouwing voor mijn scepsis tegen; bewijsmateriaal zelfs dat ik de plank niet misla. Onderstaand geef ik u wat cijfers uit de Genesys Global Consumer Survey 2007 (zie ook www.genesyslab.com). Het onderzoek werd gehouden onder 4.200 consumenten met een recente callcenter-ervaring; de respondenten kwamen uit de Verenigde Staten, Japan, Europa en de regio Asia Pacific.

- Gemiddeld 76% van de consumenten geeft aan dat ze zich in de richting van selfservice geduwd voelen; in Europa is dat 72%, in Amerika 91%.
- Van de consumenten geeft 38% aan dat klantenservice de belangrijkste reden is om loyaal te zijn aan de leverancier; prijs wordt door slechts 15% genoemd. Voor 43% is de productkwaliteit het meest belangrijk.
- Een verbijsterende 84% geeft aan belangstelling te hebben voor een cross-sell of upsell aanbieding.

- 95% Gebruikt de website van het bedrijf om contactgegevens op te zoeken.
- Van de respondenten wil 74% per telefoon en 86% per e-mail kunnen communiceren met een bedrijf; 19% wil kunnen chatten en 17% wil per SMS kunnen communiceren. Er restte nog 1% die een andere methode wilde kunnen hanteren.

Zo, dan hoort u het eens van een ander: de klanten! Ze hebben haarfijn door dat ze naar de goedkopere doe-het-zelf kanalen worden geduwd. Ze vinden uw service zo belangrijk dat ze daarom bij u blijven. Ze zitten te springen om aantrekkelijke aanbiedingen als ze u aan de lijn hebben. En uw website? Die is er om uw telefoonnummer op te zoeken!

Van service naar sales, dat lijkt me een onderwerp om eens nader aandacht aan te besteden! 

Jan Rozendaal is algemeen directeur van BRW Groep