

PushCall Business Case

Door online klantcontact naar omzetgroei



Over TNT Post

TNT Post B.V. bestaat sinds 1799. Dagelijks worden 18 miljoen poststukken verwerkt voor meer dan 7 miljoen afgiftepunten in Nederland. TNT Post biedt haar zakelijke klanten de mogelijkheid om – naast het kantorennet – productinformatie te bekijken en producten te bestellen via haar zakelijke website.

Uitdaging

TNT Post wil haar online zakelijke klanten online beter bedienen door het aanbieden van extra contact kanalen. Productpagina's moeten de juiste call-to-actions bevatten om uit bezoekers meer leads te genereren.

Oplossing

PushCall biedt een compleet en geïntegreerd aanbod van contact kanalen: Web-to-Phone, Call-me-Now en Chat.

Resultaten

Heel snel na de start werd duidelijk dat de inzet van PushCall direct leidt tot hogere omzet, waarbij de ROI lager is dan 1 maand.

“De belkosten lagen de eerste maand op 200 euro. Hier stond een potentiële omzet tegenover van 24.000 euro...!”

TNT Post biedt haar zakelijke diensten aan via een kantorennet en via haar online portal. Groot voordeel van het kantorennet is de geboden service; een zakelijke klant kan voor elke denkbare vraag terecht bij één van de aanwezige medewerkers. Om van haar online portal een volwaardig kanaal te maken, bestond de wens om online zakelijke klanten diverse contact kanalen aan te bieden, zodat ook in dit kanaal snel en eenvoudig een vraag gesteld kan worden aan een TNT Post medewerker.

Tijdens de pilot werden de PushCall Web-to-Phone en Call-me-Now opties geïntegreerd in het contactblok van enkele productpagina's. Zakelijke klanten kregen zo de mogelijkheid om snel en direct telefonisch in contact te treden met één van de TNT Post medewerkers.

In het contact center van TNT Post werden direct vanaf de start de PushCall gesprekken onderscheiden van de andere gesprekken. Door het aanmaken van een klantnummer werd het vervolgens mogelijk om te meten welke resultaten werden geboekt via de PushCall kanalen.

Na een maand waren de eerste resultaten bekend: tegenover de variabele belkosten van 200 euro stond een potentiële omzet van 24.000 euro.

Er is vanuit TNT Post al tijdens de pilot periode besloten om de samenwerking met PushCall verder te intensiveren. Naast een bredere inzet van de Web-to-Phone en Call-me-Now oplossing zal ook gestart worden met de PushCall chat oplossing. Door deze geïntegreerde aanpak wordt het mogelijk voor zakelijke online klanten om zelf een voorkeurskanaal te kiezen om contact op te nemen.

