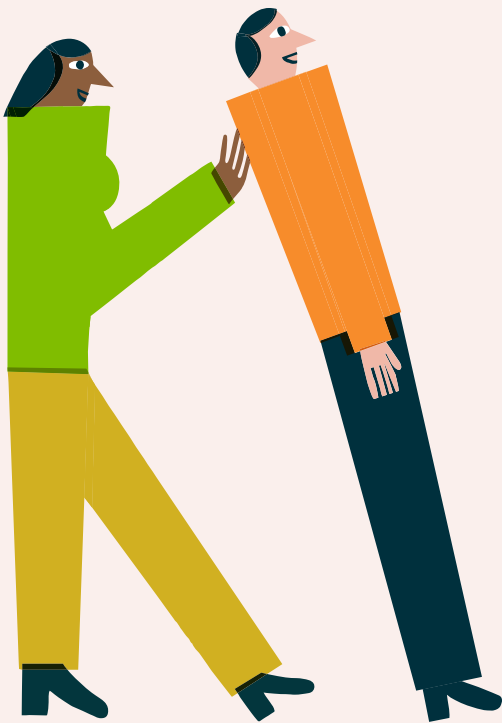




Geef je werk een goede *flow*:
5 stappen om je supportactiviteiten
schaalbaar te maken

Hoe eenvoudig de vraag ook is, klanten moeten een antwoord krijgen waardoor ze het gevoel hebben dat ze zijn gehoord. Toch wordt het voor groeiende bedrijven steeds lastiger om uit te zoeken hoe ze alle vragen aan de klantenservice effectief kunnen afhandelen.



Geef je teams de juiste workflowtools om ze te helpen met bepaalde bedrijfsprocessen, zoals veelgestelde vragen afhandelen via FAQ-pagina's, aanvragen routeren naar de juiste agent, klanten accurate en snelle antwoorden bieden en complexe aanvragen beheren op een overzichtelijke, eenvoudige manier.

Als je meer klanten krijgt, moet je team meegroeien met de toenemende vraag, maar dit mag niet ten koste gaan van de snelheid en kwaliteit die belangrijk zijn voor een goede klantenservice.

Het ontwikkelen van een effectieve klantenservice is dus essentieel.

Wat is een workflow?

Alle bedrijven hebben vaste procedures om taken uit te voeren. Deze procedures zijn het resultaat van ervaring met wat het beste werkt voor het bedrijf. Ze volgen dus de stappen die het handigst zijn om een taak op een bepaald moment af te ronden. Denk bijvoorbeeld aan een aanvraag voor terugbetaling.

In dit geval is er één persoon die de verschillende stappen van de procedure uitvoert. In andere gevallen moeten meerdere mensen of afdelingen actie ondernemen om het gewenste resultaat te bereiken. Dit betekent dat er veel meer stappen nodig zijn.



Waarom is dit belangrijk voor de klantenservice

Bedrijfs groei brengt vaak met zich mee dat eenvoudige workflows moeten worden vervangen door complexere processen om bepaalde taken te verrichten. Bedrijven die gewend zijn klantenservicetickets te laten afhandelen door een specifieke agent, omdat dit een zinnige aanpak was, merken op dat moment dat die aanpak niet schaalbaar is en dus ook niet meer optimaal is.

Bedrijven die op dat moment bewust proberen de bestaande processen optimaal schaalbaar te maken, profiteren van enkele belangrijke voordelen.

Snellere reacties en oplossingen

Reactiesnelheid is een belangrijk onderdeel van de klanttevredenheid. Volgens een [onderzoek van Zendesk](#) verwacht 65% van de klanten nu een snellere reactie van de klantenservice dan vijf jaar geleden. [Klanten willen een reactie](#) in minder dan een halve dag, ongeacht het kanaal.

Je hebt meer klanten en dus meer tickets. Als je nog altijd een medewerker van de klantenservice persoonlijk laat reageren op alle aanvragen, kan dit leiden tot backlogs en tragere reactietijden. Het is dan tijd om bepaalde taken te operationaliseren en standaarden, zoals SLA's, vast te stellen, zodat je kunt voldoen aan de

verwachtingen van je klanten. Het resultaat is een consistent positieve klantervaring.

Agenten focussen op de klant, niet op de administratie

Voor kleine bedrijven met een eenvoudig productaanbod is het een redelijk doel om agenten in staat te stellen veel voorkomende klantproblemen persoonlijk af te handelen. Maar wanneer je bedrijf complexer wordt, heb je waarschijnlijk agenten met meer diverse specialisaties. Ondertussen krijgen agenten te maken met complexere administratieve taken. De unieke vaardigheden en kennis van je medewerkers zijn niet veel waard als tickets niet snel en simpel naar de persoon gaan die ze het beste kan oplossen.

[Met de juiste tools](#) kun je deze taken identificeren en operationaliseren. Denk aan: tickets routeren naar vakspecialisten, complexe kwesties automatisch escaleren naar meer technische agenten en de beste reactie vinden en delen met klanten. Door je agenten niet te belasten met deze taken, kunnen zij zich blijven richten op het specifieke probleem van de klant. Automatisering en kunstmatige intelligentie zijn ook goede tools om administratieve taken te operationaliseren, zodat agenten zich kunnen richten op de klant.

Kostenbesparing

Wanneer de klantenservice van je bedrijf meer tickets begint te krijgen, kun je twee dingen doen om het serviceniveau te handhaven: meer mensen aannemen of procedures automatiseren zodat je team meer kan doen met minder. Meer mensen aannemen is een dure keuze, vooral als je snel groeit.

Geef je klantenserviceteam efficiëntere workflows en kies voor de tweede optie. Bespaar je bedrijf de kosten van een personeelsbestand dat niet bij je budget past.

Minder interne verwarring

Met een duidelijke workflow worden vragen duidelijk beantwoord. Je hebt geen teamleden meer die niet precies weten wat te doen terwijl een klant wacht. Iedereen weet precies welke procedure van toepassing is. En met een geautomatiseerde workflow zijn geen menselijke beslissingen meer nodig, dus hoeven je agenten hieraan ook geen tijd of energie te verspillen. Zij kunnen zich richten op de complexere delen van de workflow die hun expertise vereisen.

Rapport over klantenservice – Zendesk 2017

■ 2013 ■ 2016

REACTIE

E-mail: Binnen een halve dag



Telefoon: Onmiddellijke reactie



Sociale media: Binnen 2 uur



OPLOSSING

E-mail: Binnen een halve dag



Telefoon: Onmiddellijke reactie



Sociale media: Binnen 2 uur



5 stappen om je supportactiviteiten schaalbaar te maken

1. Analyseer je huidige procedures voor de klantenservice.

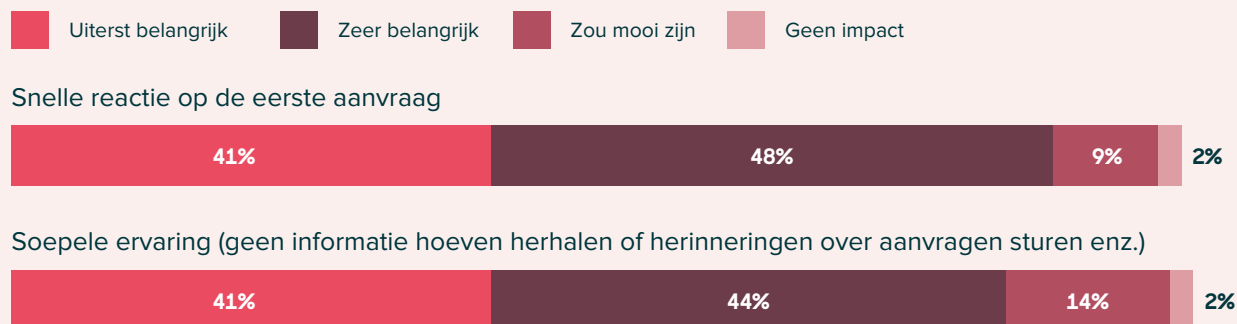
Als je procedures wilt verbeteren, moet je eerst weten hoe de huidige situatie is. Analyseer de [gegevens van je klantenservice](#). Wat zijn de meest voorkomende soorten problemen waarmee je agenten te maken hebben? Geef een strategisch antwoord op de vraag hoe je elk van deze problemen het beste kunt aanpakken. Hoe reageren agenten op de veelvoorkomende problemen? Analyseer wat overbodig is en wat je kunt automatiseren. Bekijk de statistieken om knelpunten te ontdekken die je team vertragen. Neemt de klanttevredenheid af? Ontdek waarom. Is de snelheid van de eerste reactie minder of duurt het langer om de tickets op te lossen? Welke workflows worden gevolgd voor die tickets? Met deze stap krijg je meer inzicht in de werkwijzen van je team. Vervolgens kun je de efficiënte processen codificeren en vaststellen waar specifieke verbeteringen mogelijk zijn.

2. Gebruik automatisering om alle vragen direct te beantwoorden.

Er zijn dagen waarop je agenten tijd hebben voor de tickets die binnenkomen, en andere dagen waarop ze druk zijn en niet direct kunnen reageren. Maar zelfs wanneer je agenten niet meteen een ticket kunnen beantwoorden, verwachten klanten een snelle reactie. Onderzoek van Zendesk heeft aangetoond dat 89% van de klanten niet alleen een snelle reactie op hun eerste aanvraag waardeert, maar ook beschouwt als een factor om mee te wegen bij de keuze van een leverancier.

Met automatisering kun je ervoor zorgen dat klanten onmiddellijk een reactie krijgen op hun ticket en tegelijkertijd proberen het ticket op te lossen voordat ze met een agent in contact komen. Gebruik [geautomatiseerde oplossingen, zoals Answer Bot van Zendesk](#), om bedrijfsregels te definiëren. Een klant die een aanvraag indient, krijgt dan bijvoorbeeld automatisch een antwoord met een lijst met

Welke invloed hebben de volgende factoren als je kiest bij welke bedrijven je iets gaat kopen?



kennisbronnen en een vooraf geschreven antwoord. Als de klant een oplossing vindt in de kennisbronnen, kan de klant het ticket zelf afsluiten.

Veel vragen aan de klantenservice zijn eenvoudige, repetitieve vragen waarvoor geen speciale vaardigheden nodig zijn. Agenten hebben het druk genoeg, dus het is niet handig als ze hun tijd verdoen met het kopiëren en plakken of opnieuw schrijven van steeds dezelfde antwoorden. Je kunt ook een lijst maken met veelgestelde vragen waarvoor geen menselijke expertise of specifieke accountinformatie nodig is. Overleg met je teamleden wat het beste antwoord is op basis van de antwoorden die ze al eerder hebben verzonden. Wanneer je een sterk antwoord hebt geschreven voor elke vraag, kunnen je agenten [macro's instellen](#) waarmee automatisch bepaalde acties worden getriggerd voor relevante tickets.

Je agenten winnen tijd omdat ze weten dat het probleem niet is opgelost met de eerste set antwoorden. Je klanten zijn tevreden, want ze voelen zich gehoord doordat je proactief oplossingen hebt voorgesteld die ze zelf kunnen proberen. Tegelijkertijd kun je ze een redelijke verwachting geven (bijvoorbeeld een SLA van 48 uur) over de tijd waarin de agent zal reageren.

3. Ontwikkel een procedure om de beste contactpersoon voor elk ticket toe te wijzen.

Elke agent in je team heeft unieke sterke punten. Jan kan goed omgaan met boze klanten, maar weet zich minder raad met technische problemen. Suzan krijgt stress van boze klanten, maar voor technische puzzels draait ze haar hand niet om. Door consequent de juiste agenten in te zetten voor de juiste soorten tickets, bereik je in één keer drie belangrijke dingen:

1. Je agenten krijgen de kans om te doen waar ze goed in zijn.
2. Je vermindert de stress van de agent en de tijd die nodig is om de tickets te verwerken.
3. Je klanten hebben een betere ervaring omdat ze bij de eerste poging meteen iemand met de juiste vaardigheden en kennis bereiken, en dus een betere en snellere oplossing krijgen.

Hier is nog een stap waar analytische gegevens kunnen helpen. Door de input van medewerkers te combineren met gegevens kun je de unieke sterke punten van elke agent ontdekken, en dus je agenten én je klanten een slechte ervaring besparen.

Zodra je de belangrijkste vaardigheden en kennisgebieden van elke agent hebt vastgesteld, kun je de agent labelen in het systeem en een automatische procedure maken om de juiste tickets naar de juiste agent te krijgen (dit wordt ook wel [skills-based routing \(SBR\)](#) genoemd). Dus het team hoeft niet meer alle inkomende aanvragen te bekijken om te beslissen wie wat handmatig gaat claimen. De klantenservicetechnologie bepaalt onmiddellijk welke agent het beste past bij de behoefte van de klant, zodat het ticket efficiënt bij de juiste persoon komt.

4. Stel je klanten op de hoogte van je procedures.

[Triggers](#) zijn een goed middel om processen en bewerkingen te beheren en de klanttevredenheid te verbeteren. Zodra een ticket wordt gemaakt of bijgewerkt, worden bij bepaalde voorwaarden automatisch bepaalde acties ondernomen.

Je kunt bijvoorbeeld triggers instellen om de status van een ticket automatisch bij te werken op basis van bepaalde criteria. Je kunt triggers ook gebruiken om klanten een melding te sturen als je afwezig bent, om follow-up te sturen over klanttevredenheidsscores, om prioritaire klanten door te sturen naar een gespecialiseerde supportgroep, of om agenten te melden dat een probleemticket een bepaald aantal incidenten heeft bereikt.



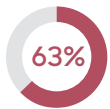
5. Zorg voor een workflow voor meerdere kanalen.

Elke goede klantenserviceagent weet dat je je gewoon niet kunt indenken hoe de ervaring van de klant is tijdens het hele proces. De klantervaring moet de topprioriteit zijn bij het ontwikkelen van een klantenservicestrategie.

Je moet dus ook rekening houden met het klanttraject. Denk je in hoe hun ervaring is telkens als ze contact opnemen met je bedrijf. Een belangrijk deel van het klanttraject is dat klanten tegenwoordig verschillende kanalen gebruiken om met jou in contact te komen, en in hoeverre deze kanalen op elkaar zijn afgestemd.

Wanneer een klant contact opneemt met je bedrijf via sociale media, geef je ze als reactie dan het beste telefoonnummer waar ze een agent kunnen bereiken? Zo ja, hoe zorg je er dan voor dat de agent achtergrondinformatie heeft over de klant en weet wat de klant jou al heeft verteld op sociale media?

De meesten van ons hebben het zelf al meegemaakt dat je je probleem moet herhalen bij verschillende klantenserviceagenten. Het is tijdverspilling die de ervaring met de klantenservice er niet bepaald beter op maakt.



[van de klanten wil tussen verschillende kanalen van de klantenservice schakelen](#) zonder zich te hoeven herhalen.

Als je een klanttraject biedt waarbij agenten en gegevens niet met elkaar zijn verbonden, moeten je klanten onnodig werk doen, waardoor de klantervaring slechter is. Je moet relevante informatie uit andere systemen, zoals de aankoopgeschiedenis, direct beschikbaar maken in de werkruimte van je agent, zodat deze een volledig beeld heeft van het klanttraject en kan reageren in de juiste context. [Sunshine van Zendesk](#) is een open en flexibel CRM-platform, gebouwd op AWS, waarmee je al je klantgegevens uit alle bronnen naadloos kunt koppelen en in hun samenhang kunt zien. Wanneer je je klantgegevens op één plek hebt, krijg je een driedimensionaal beeld van je klant waarop je verder kunt voortbouwen zoals jou het beste lijkt.

De procedures voor de klantenservice die je maakt, moeten dus altijd zijn afgestemd op alle verschillende kanalen die je klanten gebruiken om contact met je op te nemen. Zo zorg je voor een naadloze ervaring op verschillende kanalen:

- **Investeer in [omnichannel klantenservicetechnologie](#) waarmee je de interacties met je klanten op alle kanalen in realtime kunt volgen.**
- **Zorg ervoor dat al je agenten gemakkelijk toegang hebben tot alle informatie over de interacties met de klant, zodat ze altijd weten wat de status is van het probleem van de klant.**
- **Integreer het raadplegen van de klantinformatie in de workflow van de klantenservice, zodat elke agent bij elke interactie volledig inzicht heeft in het klanttraject.**

Een van de belangrijkste elementen van een goede klantenservice is vaak dat de klant zich gehoord voelt. Geef je agenten de middelen waarmee ze kunnen laten zien dat ze weten wat een klant al heeft gezegd, want zo kan jouw bedrijf bewijzen dat je luistert.

Een goede workflow geeft je team meer mogelijkheden

Een betere workflow levert over de hele linie voordelen op.

De procedures zijn helderder en minder verwarrend voor je agenten. Dus hebben ze minder boze klanten, minder stress en een betere dagelijkse werkervaring.

Je bedrijf kan een meer consistente klantervaring op schaal bieden, waardoor je agenten effectiever zijn en je geen extra medewerkers hoeft aan te nemen voor de klantenservice. Daarnaast bespaar je geld zonder de reputatie van je merk op het spel te zetten.

En het belangrijkste: je klanten krijgen sneller de antwoorden die ze nodig hebben, op elk kanaal dat ze kiezen. Het resultaat: een hogere klanttevredenheid bij de afhandeling van elk ticket en meer klantloyaliteit in de loop van de tijd.



Aan de slag

Een betere workflow begint met een analyse van je huidige procedures, het opsporen van knelpunten en het maken van een verbeterplan. Dat is het menselijke aspect van de zaak. Daarnaast moet je beschikken over de juiste tools.

Groeiende bedrijven hebben een softwareoplossing voor klantenservice nodig die de volgende aspecten dekt:

- De klantenservice afstemmen op de steeds complexere behoeften.
- De workflow automatiseren voor elementen die geen menselijke vaardigheden en kennis vereisen.
- De juiste tickets toewijzen aan de juiste agenten.
- Antwoorden op veelvoorkomende problemen van klanten gemakkelijk toegankelijk maken voor alle agenten.
- De kanalen van de klantenservice op de back-end naadloos met elkaar verbinden voor een optimale klantervaring.

Het [Zendesk Support Enterprise Plan](#) kan je dit alles bieden – en nog veel meer. Met dit plan hebben bedrijven de hun procedures voor de klantenservice 75% minder complex kunnen maken.

Als jouw groeiende bedrijf zo ver is dat je een geavanceerde procedure voor de klantenservice nodig hebt, plus de juiste tools om mee aan de slag te gaan, dan is het Support Enterprise Plan de ideale oplossing.

[Meer informatie](#)