



# Interacties optimaliseren om de klantervaring van morgen te leveren

Mogelijk gemaakt door: Zendesk

November 2018 • Geschreven door: Alan Webber, onderzoeksdirecteur digitale strategieën en klantervaring

## Overzicht

Klanten oefenen steeds meer controle uit over hun interacties met leveranciers, maar bedrijven passen zich maar langzaam aan. De ervaringen van vandaag komen niet overeen met de verwachtingen van de klant.

**92%** van bedrijven zegt dat hun klanten de ervaringen op het gebied van klantenservice als goed of uitstekend omschrijven.

IDC-barometeronderzoek naar klantervaring 2017

In alle sectoren heeft de detailhandel de hoogste Net Promotor Score (NPS), maar de gemiddelde NPS is 60 terwijl de maximumscore 100 is.

NPS-benchmarkonderzoek Satmetrix 2017

Bedrijven moeten als volgt hun post-transactiestrategieën, bedrijfsprocessen en technologieën optimaliseren om een transactie om te zetten in een relatie:

- **Wegnemen van interne supportbarrières**
- **Gedifferentieerde supportervaring aanbieden**
- **De juiste toolset voor klantinteracties aanbieden**

## Zendesk voor de klantenservice-ervaring

Zendesk is gespecialiseerd in het helpen van bedrijven bij het aanbieden van gedifferentieerde klantenservice. Sterke punten zijn onder andere:

- **Marktleider in innovatie**
- **Doelgericht, uitgebreid platform**
- **Snelle, eenvoudige implementatie**
- **Gebruiksgemak voor klantenservicemedewerkers**
- **Lagere verwachte eigendomskosten**
- **Netwerk met wereldwijde klantervaringspartners**
- **Eigen omnichannel oplossing**

De primaire oplossingen die Zendesk op de markt brengt, zijn onder andere:

### Support

Integreert klantinteractiegegevens in één platform.

### Guide

Een slimme kennisbank die toegankelijk is via een selfservicemechanisme.

### Chat

Een live chat- en messagingtoepassing.

### Talk

Een callcenteroplossing in de cloud die is geïntegreerd in Zendesk Support.

### Connect

Bedrijven kunnen hiermee het traject van de klant aanpassen.

### Explore

Een oplossing voor analyse en rapportage.

## Conclusie

Eindgebruikersbedrijven kunnen de kloof tussen de klant en de aangeboden support overbruggen met geavanceerde technologieën en geïntegreerde kennis over de klant.

*Over de analist: Alan Webber, onderzoeksdirecteur digitale strategieën en klantervaring, leidt het klantervaringsonderzoeksprogramma van IDC en draagt bij aan de onderzoeksinspanningen van de Chief Marketing Officer van IDC.*

Oorspronkelijk verslag: <https://www.zendesk.nl/resources/optimizing-interactions-provide-customer-experience-tomorrow/>