Aan de slag met Sunshine

Je CX-pijnpunten aanpakken

zendesk

Inleiding

We verzamelen tegenwoordig meer gegevens dan ooit tevoren. Of het nu gaat om klantgegevens zoals loyaliteitsstatus of bedrijfsgegevens zoals productvoorraad, elk stukje informatie is essentieel om te beheren. Hoewel we over al deze gegevens beschikken, slaan de meeste bedrijven deze niet in één systeem op en komen deze gegevens dus in silo's terecht. En wanneer je gegevens in silo's terechtkomen, is het praktisch onmogelijk om deze te activeren. En dat kan tot slechte klantervaringen leiden. Daarom hebben we Sunshine ontwikkeld.

Sunshine 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. Door informatie in één systeem te integreren, kunnen klantenservicemedewerkers zien wie je klanten zijn en hoe ze contact hebben met jouw merk. En dit stelt je klantenservicemedewerkers in staat deze inzichten te benutten en problemen efficiënter op te lossen.

Waaruit bestaat Sunshine?

Sunshine bestaat uit vier belangrijke componenten. Dit is wat ze doen en waarom:

Universele profielen

bieden je de mogelijkheid om kenmerken van klantprofielen met elkaar te verbinden, zodat je gegevens als loyaliteitslidmaatschapsstatus of recente bestedingen op één plek kunt zien.

Aangepaste objecten

zorgen ervoor dat je alle gegevens die je maar wilt over de klant kunt opslaan en bekijken. Bijvoorbeeld hun ordergeschiedenis, leden van hun huishouden of hun licenties.

Aangepaste gebeurtenissen

bieden je de mogelijkheid om interacties van klanten in real time vanuit elk systeem te koppelen en die gegevens op te vragen voor je klantenservicemedewerkers. Dit kan elke actie zijn die belangrijk voor je is om te traceren, zoals activiteit van het winkelmandje of het opstarten van een retour.

Sunshine Conversations

biedt je de mogelijkheid berichten van elk kanaal in één gesprek samen te voegen en op elke locatie interactieve berichtervaringen op te zetten. Ga verder dan support met AI, bots en geïntegreerde apps voor zakendoen door gesprekken te voeren op grote schaal.

3 veel voorkomende CX-pijnpunten die je met Sunshine kunt oplossen

Bekijk hier hoe je de kenmerken van Sunshine in de echte wereld in de praktijk kunt brengen.

01 Als je een gefragmenteerd beeld van je klant hebt, betekent dit dat de klant niet de benodigde support krijgt.

We weten hoe moderne support in de praktijk werkt. Klantenservicemedewerkers moeten tussen toepassingen en spreadsheets heen en weer bewegen, wat stress veroorzaakt en saai en tijdrovend is. Ze missen belangrijke zakelijke inzichten die essentieel zijn voor het oplossen van problemen van je klanten. Het is ook nog eens een duur probleem, niet alleen omdat klantenservicemedewerkers meer tijd nodig hebben per ticket, maar vaak aan meerdere systemen werken met dure licenties per locatie.

Hoe Sunshine helpt:

Sunshine brengt je klantgegevens samen, zodat je klantenservicemedewerkers inzichten in actie kunnen omzetten zonder het gesprek met de klant ooit te hoeven verlaten. En omdat Sunshine open en ontwikkelaarsvriendelijk is, kun je apps ontwikkelen of installeren om van repetitieve processen een ervaring met één klik te maken die naadloos overgaat in de manier waarop je klantenservicemedewerkers al werken.

Door klantgegevens samen te brengen en deze in de werkruimte van de klantenservicemedewerker te leveren, maken we het gemakkelijker voor je klantenservicemedewerkers om zich op de klantervaring te concentreren. Neem bijvoorbeeld een van onze klanten, een bekende horlogeverkoper met drie wereldmerken die een sterke aanwezigheid hebben in de winkel en in e-commerce. Omdat de merken over drie verschillende ERP-systemen waren verspreid, worstelden klantenservicemedewerkers met het opvragen van garantie- en aankoopgegevens van klanten. Ze moesten schakelen tussen verschillende systemen en kruisverwijzingen maken tussen gegevens, waardoor ze tickets minder snel konden oplossen. Het bedrijf ontwikkelde een zijbalk-app met Sunshine Custom Objects die direct alle product- en garantiegegevens biedt wanneer een klantenservice een ticket opent.

1 op de 5

bedrijven is klanten kwijtgeraakt als gevolg van onvolledige of onnauwkeurige gegevens

Bron

02 Je klantervaring is voor alle klanten gelijk, maar je klanten zijn niet gelijk.

Er zijn nog nooit zo veel manieren voor klanten geweest om contact te zoeken met je merk en elke interactie is een nieuwe kans om een ervaring op maat te bieden. Maar te vaak is de klantervaring complex, zodat de klant het werk moet doen om contact met je te leggen. Klanten zouden geen modelnummers, loyaliteitsnummers, ordernummers, serienummers of garantiegegevens op hoeven te geven om hulp te krijgen. Als je meerdere kanalen moet beheren en bergen gegevens moet ordenen, weet je waarschijnlijk niet waar je moet beginnen.

Hoe Sunshine helpt:

Sunshine slaat de gegevens niet alleen op voor weergave in een CRM. Het is een platform dat andere toepassingen kan aansturen. Door dezelfde complete klantweergave te integreren in websites, e-commercesites, marketingtouches en mobiele apps, kan Sunshine je klantenservicemedewerkers helpen de één-op-éénservice te bieden waar je klanten om vragen. Kijk bijvoorbeeld eens naar onze Fortune 500-klant in de sector consumentenelektronica. Bij het beheer van meer dan 780 SKU's worstelden ze met hoge gegevensopslagkosten met een gefragmenteerde klantervaring voor al hun merken. Met Sunshine Custom Objects integreerde het bedrijf product- en klantgegevens uit diverse systemen en creëerde duizenden relaties om meer inzicht te krijgen in elke klant wereldwijd. Wanneer een van hun klanten nu inlogt bij het helpcenter, hoeven klanten het modelnummer van hun toetsenbord of muis niet op te zoeken, want ze zien automatisch de juiste inhoud voor hun geregistreerde producten (zoals supportdocumenten, garantie en verzendstatus) zonder ook maar een vinger te hoeven uitsteken.

80%

van de klanten koopt eerder een product van een merk dat persoonlijke ervaringen biedt

Bron

03 Klantervaringen zijn reactief in plaats van proactief

Wanneer zaken niet gaan zoals gepland, kunnen je klanten je dat laten weten. Eén probleem wordt twee problemen: je moet het probleem oplossen en ook zorgen dat je ontevreden klant weer tevreden wordt.

Intussen maken en delen je klanten meer gegevens met je dan ooit tevoren. Elke dag worden 2,5 triljoen bytes gegevens gegenereerd. Om dat getal in perspectief te plaatsen: het kost ongeveer 210.000 jaar voordat 4,5 triljoen liter water door de Niagarawatervallen is gestroomd. Dat zijn dus behoorlijk wat gegevens. Die zouden we moeten gebruiken om problemen op te lossen voordat klanten zelfs maar beseffen dat die er zijn. De meeste bedrijven kunnen echter niet op al hun klantgegevens reageren.

Hoe Sunshine helpt:

Sunshine helpt door die inzichten in de handen te leggen van je klantenservicemedewerkers of geautomatiseerde systemen zodat ze proactieve support kunnen bieden. Met realtime klantgegevens kunnen klantenservicemedewerkers inspelen op behoeften, problemen sneller oplossen en overstappen naar een servicekanaal met lagere kosten. Wachten op een telefoongesprek van een boze klant is duur, maar het versturen van een proactief e-mailbericht met de stappen voor een oplossing niet.

Voor één van onze klanten, een autoverhuurbedrijf met meer dan 700.000 leden in de Verenigde Staten en Europa betekende het gebruik van gegevens om problemen af te wentelen tevredenere en veiliger klanten. Ze moesten proactief essentiële voertuiggegevens bewaken en mechanische problemen aanpakken voordat hun klanten in de auto stapten. Met Sunshine konden ze hun wagenpark van meer dan 10.000 voertuigen controleren en actie ondernemen. Als zich nu een probleem voordoet, worden er automatisch supporttickets gemaakt om wagenparkcoördinatoren te waarschuwen voor onderhoud of reparaties. Hun klanten huren nooit een auto waarvan de olie moet worden ververst of de accu leeg is, omdat het bedrijf dit eerder weet dan zij.

97%

van de bedrijven kan niet op al hun klantgegevens reageren.

Bron

Aan de slag

Sunshine is zo ontworpen dat het open is en aangepast aan je bedrijf, zodat je er praktisch alles mee kunt doen. Maar als je weet welke problemen je wilt oplossen, vind je sneller een oplossing. Begin met het stellen van de volgende vragen om vast te stellen welke functies essentieel zijn voor het succes van je team.

01 Je uitdagingen definiëren

Welke onderdelen kunnen worden verbeterd?

We weten dat aan CX-teams wordt gevraagd meer te doen met minder, en daartoe behoort klantenservicemedewerkers de mogelijkheid bieden om productiever te zijn. Praat met je medewerkers en bekijk waar ze vastlopen of gefrustreerd raken. Hier volgen enkele vragen die je kunt stellen om de pijnpunten vast te stellen:

- Zijn er gegevens waartoe je medewerkers geen rechtstreekse toegang hebben en die je klantervaring zouden kunnen verbeteren?
- Moeten je klantenservicemedewerkers steeds overschakelen tussen verschillende toepassingen, zoals je CRM- of orderbeheersysteem, om klantgegevens op te halen?
- Zijn er repetitieve taken die veel tijd kosten voor je klantenservicemedewerkers? Kunnen deze geautomatiseerd worden?
- Let erop welke soorten tickets langer duren om op te lossen dan andere. Welke gegevens kun je integreren om de tijd tot oplossing te verkorten?
- Neemt de klanttevredenheid af? Zo ja, waaraan denken je klantenservicemedewerkers dat dit ligt?
- Hoe is het moreel en de tevredenheid met het werk van je medewerkers?
- Moet je ieder jaar weer om softwarelicenties vragen zodat je medewerkers hun werk kunnen doen?

Hoe is de ervaring als klant?

Test de klantervaring door zelf de rol van de klant aan te nemen en een vriend te vragen hetzelfde te doen. Bestel online een product of probeer een dienst te boeken. Wees eerlijk. Waar in het proces zouden klanten gefrustreerd kunnen raken? Neem de volgende punten in overweging:

- Wanneer je een probleem zelfstandig wilt oplossen, is het dan gemakkelijk om de informatie die je nodig hebt, te vinden in een bronnenbibliotheek of via een zoekprogramma?
- Wanneer je contact legt met een chatbot, welke informatie heeft die dan? Voelt dit als een gepersonaliseerde ervaring?
- Wanneer je de klantenservice belt, weet de klantenservicemedewerker dan wie je bent wanneer hij of zij het gesprek beantwoordt? Als je wordt doorverbonden, moet je je verhaal dan herhalen tegen de volgende medewerker?
- Wanneer je je order bekijkt, moet je dan steeds je ordernummer of andere details opnieuw invoeren?
- Bevindt alle informatie zich op één plaats of moet je terugbladeren door e-mailberichten voor orderhistorie en garantie?

De rol van CX heroverwegen

Je klantenservicemedewerkers vormen de eerste communicatielijn met je klanten. Niemand heeft van dag tot dag meer contact met de klanten en elke interactie is een kans om meer te doen dan alleen problemen op te lossen. Kijk eens grondiger om te zien of je CX een kans kan worden om omzet te genereren:

- Hebben je klantenservicemedewerkers de kans om een stapje verder te gaan en iets extra's te doen met hun huidige instellingen?
- Kunnen je klantenservicemedewerkers de productvoorraad controleren van andere winkels in de omgeving?
- Hebben je klantenservicemedewerkers de mogelijkheid om producten te bestellen of aanbevelingen voor ruilen aan te bieden zonder Support te verlaten?
- Kunnen klantenservicemedewerkers in één klik up-sellingskansen bieden voor de klant?
- Zijn er kansen voor klantenservicemedewerkers om een service-ervaring in een verkoopervaring te veranderen?

Hoe is de ervaring voor een klantenservicemedewerker die moet omgaan met een woedende klant?

Bekijk de huidige workflow van je klantenservicemedewerkers om punten te vinden waar gegevens hen kunnen helpen proactief te zijn:

- Heb je in real time toegang tot gegevens over de apparaten van je klanten?
- Kun je problemen met een order of service identificeren voordat je klant dat doet?
- Hoeveel efficiëntie verliest je klantenservicemedewerker door tijd te besteden aan een telefoongesprek van een uur?
- Wat is kosteneffectiever voor je bedrijf: klantenservicemedewerkers die telefoongesprekken aannemen of die proactieve e-mailberichten of sms-berichten verzenden of andere goedkope contactpunten gebruiken?

Hoe dit eruitziet

Eén van onze klanten is een groot merk herenkleding dat “perfect passende kleding voor iedereen” belooft. Het bedrijf is begonnen als e-commercebedrijf en heeft sindsdien 715 winkels in de Verenigde Staten en Canada. Het bedrijf heeft haar aanpak op service gebaseerd en wilde haar klantenservicemedewerkers ondersteunen bij het geven van persoonlijke productsuggesties om uiteindelijk de omzet te verhogen. Door CRM-marketinggegevens in Sunshine te integreren via aangepaste gebeurtenissen en universele profielen, kregen hun klantenservicemedewerkers een volledig beeld van hun klanten. Het bedrijf ontwikkelde ook een aangepaste app waarmee klantenservicemedewerkers productaanbevelingen konden doen. Wanneer een klant nu een vraag heeft, doen klantenservicemedewerkers gepersonaliseerde productaanbevelingen met één klik en transformeren de service in een winstcentrum dat de tevredenheid verhoogt.

02 Je doelen definiëren

Nu je je probleemgebieden hebt vastgesteld, definieer je de doelen voor het gebruik van Sunshine.

Wil je:

- De ervaring van je klantenservicemedewerkers verbeteren door hen de gegevens die ze nodig hebben, op het juiste moment te geven?
- Weten wat problemen met producten zijn, zodat je die proactief kunt oplossen?
- Gegevens direct beschikbaar hebben voor je klantenservicemedewerkers zodat ze tickets snel kunnen afhandelen?
- Klantenservicemedewerkers productaanbevelingen laten doen en omzet laten genereren?

Wanneer je doelen hebt vastgesteld, kijk je wat je belangrijkste doel is: begin je aan een groot project of wil je snel een minimaal levensvatbaar product (MLP) ontwikkelen en vanaf dat punt zien hoe het loopt? Probeer je een groot probleem met je systemen op te lossen dat een groot effect zou kunnen hebben, maar waarvan de implementatietijd langer is? Of wil je sneller kleine resultaten boeken om het vertrouwen op te vijzelen? Wat je ook beslist, neem de tijd om zeker te weten dat je doel specifiek en meetbaar is, zodat je op de lange termijn tijd bespaart.

03 Onderliggende oorzaken identificeren

Op dit punt weet je wat je wilt bereiken om de ervaring van je klanten of klantenservicemedewerkers te verbeteren. Bedenk voordat je aan de slag gaat wat de kern is van het probleem dat je tegenhoudt. Vaak zijn slechte klantervaringen het gevolg van gecompliceerde factoren waarvan mensen denken dat ze er geen controle over hebben, maar de onderliggende oorzaken zouden eenvoudiger kunnen zijn.

Hier volgende enkele ideeën om je aan het denken te zetten:

- Welke soorten informatie moeten je klantenservicemedewerkers op verschillende platforms zoeken?
- Heb je gegevens over dezelfde klant in verschillende systemen opgeslagen? Veroorzaakt dit ooit problemen?
- Zijn je processen opgezet rond je klant of rond de verplichte velden en regels van je systemen?
- Kunnen je verkoop-, service- en marketingteams samenwerken en kennis uitwisselen?
- Zijn er rapporten die je niet kunt genereren, maar wel zou willen genereren?

04 Je Sunshine-bronnen vinden

Je weet waarmee je team worstelt, je weet waarom het worstelt en je weet wat je doelen zijn. Nu is het moment aangebroken om een ontwikkelaar te vinden die je daarbij kan helpen.

Hier volgen drie manieren om aan de slag te gaan:

Bronnen voor interne ontwikkelaar

Mogelijk heb je een specialistische ontwikkelaar die je kan helpen. Zo ja, wees dan trots op je ontwikkelaar, want die gaat nu indrukwekkende resultaten boeken! We hebben een lijst van nuttige bronnen voor ontwikkelaars samengesteld:

- Zendesk voor ontwikkelaars
- Aan de slag met Sunshine voor ontwikkelaars
- Sunshine Conversations handleiding voor ontwikkelaars
- Registreren voor een Zendesk-ontwikkelaarsaccount

Zendesk professionele services

Als je geen ontwikkelaar in dienst hebt, wil ons professionele serviceteam je graag helpen met het opzetten van dit project. We hebben aangepaste pakketten die je kunt aanschaffen op basis van je specifieke behoeften. Neem contact op met je accountmedewerker om aan de slag te gaan.

Externe ontwikkelaarspartner

We hebben een groot aantal partners die waarde kunnen bieden met hun verticale ervaring, unieke oplossingen en sterke samenwerking. Raadpleeg de Zendesk-partnerlijst om door de community gecontroleerde partners te zoeken met wie je kunt samenwerken.

05 Omvang van het project plannen met je Sunshine-bron

Ongeacht of je dit project intern verwerkt met Zendesk of met een externe partner, het is belangrijk dat je de omvang van het project correct vaststelt om te zorgen dat iedereen over hetzelfde praat. Dit deel kan wat technisch worden, dus je kunt deze stappen het beste direct met je technisch medewerker bespreken:

Briefing

Begin met een briefing van wat je precies hoopt op te lossen. Het is op dit punt belangrijker dat je uitdagingen en doelen worden begrepen dan het is om over technologie te praten.

Gegevensbronnen identificeren

Identificeer vervolgens de diverse gegevensbronnen (gegevensopslagsystemen op locatie zoals Oracle DB, MySQL, cloudgegevensopslagsystemen als Snowflake of Redshift of andere toepassingen voor contacten met klanten als Salesforce of Shopify) die je met Sunshine wilt integreren

Werken met je ontwikkelaar en IT

Werk met je ontwikkelaar en het gecentraliseerde IT om te begrijpen hoe je toegang krijgt tot de API's voor die gegevensbronnen. Hiertoe kan het genereren van een API-token behoren of de inrichting van een databasegebruiker om het bronsysteem te doorzoeken.

Een projectplan maken

Maak ten slotte een projectplan voor integratie voor de volgende stappen:

- Genereer verbindingen tussen brondatabases en doel-API's van Sunshine
- Haal gegevens op (en filter of transformeer ze eventueel) vanuit het bronsysteem om deze in je Sunshine-schema te normaliseren
- Maak een script of taak om programmatisch gegevens tussen je bronsysteem en Sunshine te synchroniseren
- Werk met je ontwikkelaar en klantenservicemedewerkers om een ontwerp voor een aangepaste Zendesk Support-toepassing te herhalen die de supportworkflows zal optimaliseren.
- Bouw en test de toepassing met het Zendesk-framework en Zendesk-tools voor apps.
- Implementeer je toepassing in je Zendesk Support-werkruimte en installeer deze met de systeembeheerdersinstellingen.

06 Aan de slag

Dit moet je ontwikkelaar weten om aan de slag te gaan met Sunshine:

Net als de rest van de Zendesk-producten is Sunshine gebouwd op AWS.

- Sunshine heeft een reeks REST-API's die je kunt gebruiken om gegevens naar Sunshine te pushen of van Sunshine op te vragen.

Sunshine is gebaseerd op open standaarden en ondersteunt het gebruik van tools en programmeertalen naar keuze.

- Ervaring met het werken met REST API's helpt evenals ervaring met op gebeurtenissen gebaseerde architecturen.
- Ervaring met het bouwen en implementeren van webtoepassingen op servers kan ook helpen, afhankelijk van je specifieke gebruikssituatie.

Veel Sunshine-toepassingen maken gebruik van:

- Een integratieplatform (iPaaS), zoals Workato of Tray.io.
- Zendesk Application Framework (ZAF): Met ZAF kun je de functionaliteit van Zendesk uitbreiden buiten de kant-en-klare functionaliteit. Ervaring met ontwikkeling met standaardwebtechnologieën op clients (HTML/CSS/JavaScript) biedt een goed uitgangspunt voor het werken met ZAF.
  - Toepassingen die uitsluitend gebruikmaken van clienttechnologieën kunnen worden gehost door Zendesk. ZAF ondersteunt ook servertoepassingen gebouwd met technologieën naar keuze.

Het aantal benodigde ontwikkelaarsbronnen is grotendeels afhankelijk van de specifieke details van je project. Veel Sunshine-klanten zijn live gegaan met slechts één ontwikkelaarsbron.

Klaar om Sunshine uit te proberen?

We hopen dat je dit nuttig hebt gevonden en zijn geïnspireerd om zelfs je lastigste CX-problemen aan te pakken. Maar je staat er niet alleen voor. We hebben nog meer bronnen, van een klantwebinar tot ideeën- en architectuurhandleidingen, allemaal op zendesk.nl/platform. Je kunt ook contact opnemen met je accountteam en de Zendesk-community voor hulp.

Probeer Sunshine Lite gratis uit en kom meer te weten over Sunshine.

zendesk