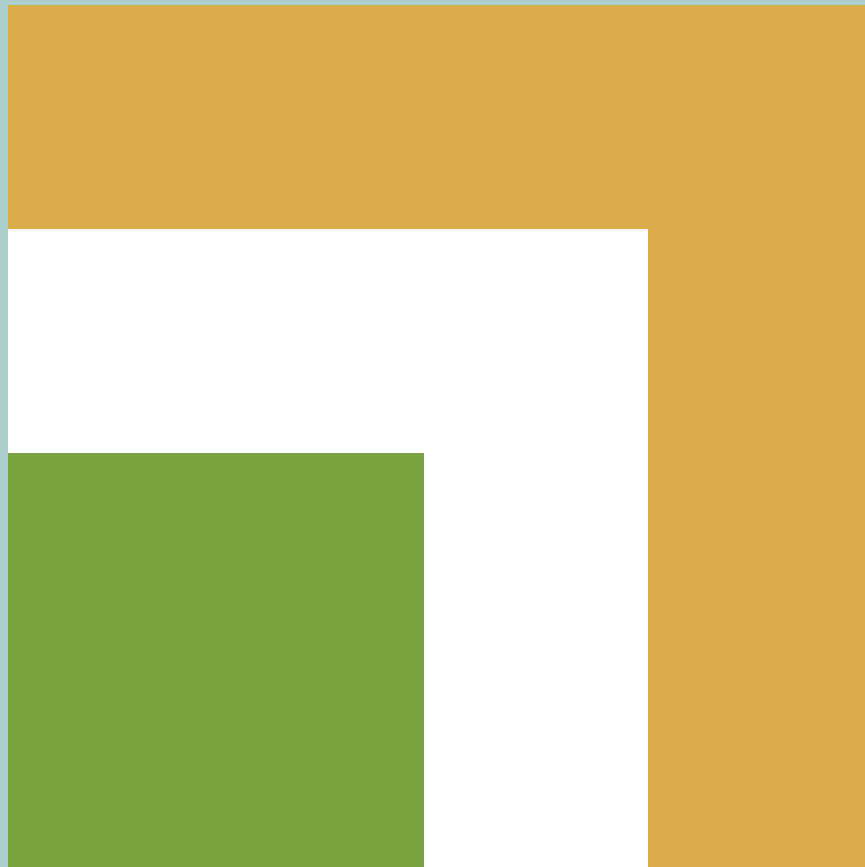


De Zendesk Benchmark-gids voor ondernemingen

Hoe de snel groeiende digitale generatie kan innoveren en opschalen



Inhoudsopgave

03

Samenvatting

04

Belangrijkste bevindingen

05

Hoe ondernemingen klantenservice benaderen

06

Behoort u tot de digitale generatie?

07

Benchmarks voor de digitale generatie

14

Een hoger niveau bereiken met nieuwe technologieën en benaderingswijzen

15

Waarom innoveren? Hoe leiders betere resultaten laten zien

17

Vervolgstappen om uw supportteam te vergelijken

Samen- vatting

Ondernemingen zijn niet allemaal hetzelfde. En ondernemingen die de digitale technologie al hebben aanvaard, krijgen met unieke kansen en uitdagingen te maken in vergelijking tot bedrijven die nog bezig zijn met moderniseren.

Deze bedrijven zijn vaak al digitaal van start gegaan en zijn snel gegroeid omdat ze op digitaal gebied zeer bedreven zijn. Zij zijn meer gewend aan het idee om hun supportsoftware als een platform te beschouwen dat kan worden uitgebreid met API's, apps en integraties.

Hun hoofddoel: Schaalbare support leveren en tegelijk de kwalitatief hoogwaardige ervaring aanbieden die klanten verwachten. Dit betekent dat zij extreem hoge ticketvolumes moeten verwerken omdat hun klanten veel vragen stellen en verwachten dat de klantenservice altijd bereikbaar is en naadloos werkt.

Wij hebben deze gids samengesteld om supportteams die het digitale landschap al beheersen (deze groep noemen wij de **digitale generatie**) te helpen inzien wat de beste vervolgstappen zijn op basis van hun unieke profiel en om ze te helpen bij het benchmarken van zichzelf ten opzichte van hun branchegenoten.

Met gegevens van [Zendesk Benchmark](#), onze index van klantenservice-interacties van meer dan 45.000 bedrijven wereldwijd die Zendesk gebruiken en die door middel van crowdsourcing tot stand is gekomen, hebben wij vastgesteld wat leiders onderscheidt van de rest. Zo hebben wij voor grote ondernemingen die hun volledig geïntegreerde digitale aanpak van de klantervaring willen optimaliseren en opschalen, beproefde werkwijzen kunnen opstellen.

Belangrijkste bevindingen

01

Koplopers zijn meesters in schaalgrootte

Onder de digitale generatie beheren de beste supportteams op grote schaal enorme ticketvolumes. Vanwege hun zeer veeleisende klanten, ligt hun klanttevredenheidsscore iets lager dan die van hun branchegenoten terwijl zij vijf keer het aantal tickets verwerken.

02

Kies een platformaanpak

Geweldige supportteams zijn al bezig met het uitbouwen en integreren van hun supportoplossing, en zorgen er daarbij voor dat gegevens worden gesynchroniseerd tussen systemen en dat agenten op één plek alle informatie kunnen vinden die ze nodig hebben. De digitale generatie die gebruikmaakt van API-integraties heeft een 61 procent lagere eerste reactietijd en een 55 procent lagere wachttijd van de aanvrager dan bedrijven die dat niet doen.

03

Richt uw aandacht op de betrouwbaarheid van uw klantervaring

Koplopers fixeren zich niet op één enkele meting, maar leveren hun klanten consequent een sterke ervaring. Zij reageren zes keer sneller op aanvragen van klanten en lossen tickets vier keer sneller op door gebruik te maken van geavanceerde functies en door de workflow van agenten te verbeteren.

04

Vertrouw op selfservice om tickets te voorkómen

De digitale generatie heeft helpcenters die uitgebreider zijn en meer relevante inhoud bevatten. Zij hebben twee keer zoveel artikelen en een gemiddelde selfservice-verhouding die twee keer hoger is dan de mediaan voor bedrijven die net aan hun digitale transformatie beginnen.

05

B2C-bedrijven zijn het innovatiefst

B2C-bedrijven die digitale technologie vooropstellen, gaan tot de grenzen van hun supportsoftware en maken voluit gebruik van de omnichannel benadering, automatiseringen en kunstmatige intelligentie om het hoge volume aan aanvragen te beheren. Maar blijven voldoen aan de verwachtingen van de klant, is niet eenvoudig en B2C-bedrijven hebben een klanttevredenheidsscore die bijna 10 procent lager ligt dan branchegenoten bij B2B-bedrijven en interne helpdesks.

06

Leeftijd is slechts een getal

Wij hebben ontdekt dat de leeftijd van een bedrijf niet de belangrijkste factor is in de manier waarop een bedrijf zijn support aanpakt. Dat een bedrijf digitaal van start is gegaan, betekent nog niet dat het supportteam automatisch een geweldige klantervaring biedt.

Hoe ondernemingen klantenservice benaderen

Op echte gegevens uit een steekproef van toonaangevende ondernemingen die gebruikmaken van Zendesk, hebben wij een zelflerend systeem toegepast om verschillende benaderingswijzen van de klant-ervaring te identificeren. Wij hebben bedrijven in groepen ingedeeld op basis van hoe zij omgaan met support bij hun specifieke kanalen, hoe zij omgaan met klanttevredenheid, reactiesnelheid, het gebruik van apps en integraties, en meer.

Wij hebben ontdekt dat grote ondernemingen een breed spectrum van toenemende efficiëntie en perfectie beslaan. Bedrijven die digitaal van start zijn gegaan, hebben doorgaans de meeste complexiteit rond het gebruik van hun supportsoftware-oplossing; meer agenten, klanten, kanalen en integraties.

Onze analyse laat twee primaire groepen bedrijven zien voor wat betreft de manier waarop zij hun klantenservice-activiteiten hebben opgezet:

Digital transformers: Tot deze groep behoren de meeste grote ondernemingen die zich in een vroeg stadium van hun digitale transformatie bevinden. Deze groep zet vrijwel geheel in op standaardkanalen, zoals e-mail en webformulieren. De meeste digital transformers hebben nog helemaal niets gedaan in de richting van live digitale kanalen of sociale media, en als zij al selfservice voor klanten beschikbaar hebben, is dat vaak kleinschalig van aard vergeleken met bedrijven in andere groepen. Zij krijgen met een kleiner volume aan aanvragen van klanten te maken en reageren trager dan supportteams met een gevarieerder aanbod van kanalen. En een relatief groot aandeel van deze groep, bijna 50 procent, maakt gebruik van helpdesksoftware om intern support te leveren.

Digitale generatie: Deze ondernemingen die een digitale aanpak voorop stellen, verwerken grote hoeveelheden tickets en werken met complexe en geoptimaliseerde workflows. Zij zetten selfservice in om inkomende tickets te voorkómen en hebben diverse geavanceerde mogelijkheden geïntegreerd, waaronder apps die de ervaring van de agent uitbreiden, integraties en targets die verbinding maken met andere systemen, klantenlijsten om gepersonaliseerde support mogelijk te maken, en macro's, triggers en automatiseringen om de efficiëntie van agenten te verbeteren. De digitale generatie kijkt naar flexibiliteit en schaalvoordeel in zijn supportoplossingen en is meer geneigd om zijn supportsoftware als een platform te beschouwen dat indien nodig kan worden uitgebouwd om snelle groei bij te benen.

Afgezien van deze twee hoofdgroepen hebben wij ook een derde groep geïdentificeerd tussen digital transformers en de digitale generatie in. Die groep bedrijven noemen wij **digitale start-ups**, organisaties die tot een tussengroep behoren en die anders zijn dan digitale transformers vanwege hun intensievere gebruik van live kanalen, zoals telefoon en chat. Deze bedrijven bevinden zich in een overgangsfase op weg naar een afwisselende mix van kanalen waarbij de kans groter is dat klanten gebruik kunnen maken van selfservice, apps en integraties die de functionaliteit van hun supportoplossing uitbreiden.

Behoort u tot de digitale generatie?

In dit rapport richten wij ons op beproefde werkwijzen voor de digitale generatie – organisaties die het digitale landschap al beheersen. Als u tot de digitale generatie behoort, bevindt u zich in goed gezelschap. Organisaties zoals [Slack](#) en [Squarespace](#) behoren ook tot deze groep.

Dan volgen nu enkele vragen aan de hand waarvan u kunt vaststellen of uw organisatie tot de digitale generatie behoort.

Hoeveel supportkanalen biedt u aan?

De digitale generatie leunt sterk op sociale media en live kanalen zoals de telefoon en chatgesprekken voor hun kanaalaanbod en om klanten te ontmoeten op de kanalen die klanten toch al gebruiken om met vrienden en familie te communiceren.

maken gebruik van de API van Zendesk om hun hoge ticketvolume in te dammen en gebruiken meer dan 10 apps en integraties om functionaliteit toe te voegen aan hun supportoplossing.

Hoeveel tickets verwerkt u per maand?

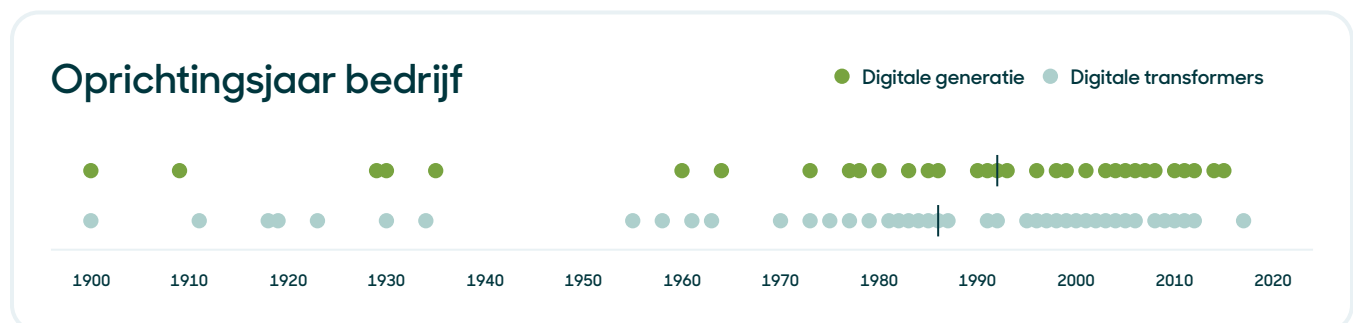
De digitale generatie ontvangt een veel groter aantal aanvragen van klanten dan andere typen bedrijven. De meeste bedrijven verwerken meer dan 20.000 tickets per maand.

Hoeveel jaar bestaat uw bedrijf al?

Bedrijven uit de digitale generatie zijn doorgaans recenter opgericht dan die uit de groep van digital transformers, maar het verschil is niet zo groot als u zou verwachten. Tal van bedrijven uit de digitale generatie zijn vóór 1990 opgericht en het oprichtingsjaar is niet de belangrijkste factor in de vooruitgang die een bedrijf boekt ten aanzien van de aanvaarding van digitale technologie.

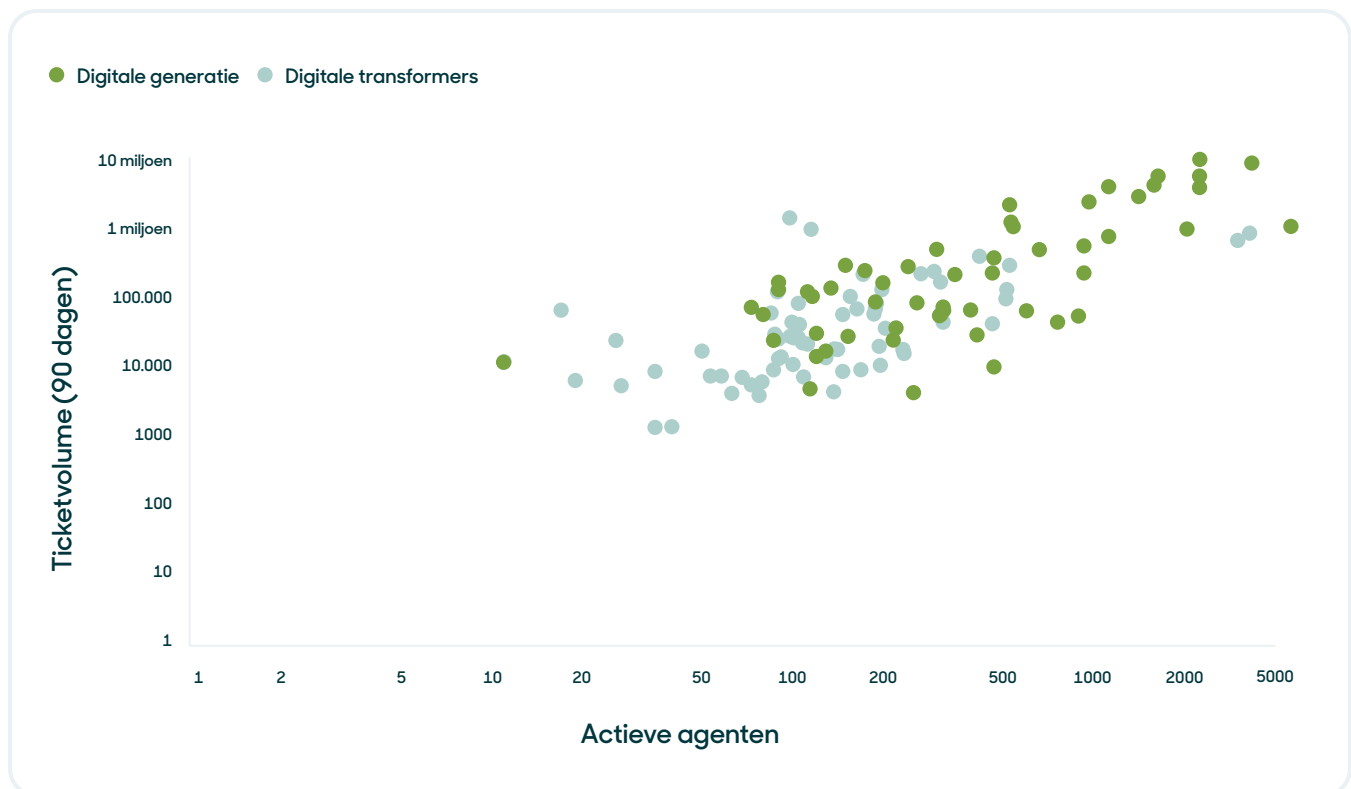
Hoe goed is uw supportoplossing geïntegreerd?

De digitale generatie is proactiever als het gaat om het uitbreiden van hun supportsoftware met apps, integraties en API's. De meeste bedrijven in deze groep



Benchmarks voor de digitale generatie

Wilt u zich benchmarken met andere grote ondernemingen die digitale technologie voorop hebben gesteld? Begin hier.



Wij hebben de digitale generatie van dichtbij bekeken – bedrijven die worden gekenmerkt door extreem hoge ticketvolumes, complexe workflows, API-integraties, apps, targets, een uitvoerig selfservice-aanbod en een gediversifieerde mix van kanalen, waaronder live kanalen en sociale media.

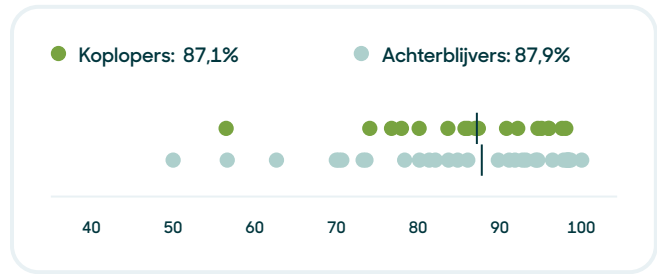
Binnen die groep hebben wij leiders geïdentificeerd door te kijken naar de prestaties van vijf belangrijke metingen voor een gezonde helpdesk: Klanttevredenheid, Eerste reactietijd, Wachtijd van aanvrager, Tijd tot oplossing en Ticketvolume.

Koplopers zijn bedrijven die zich bij minimaal vier van de vijf metingen boven de mediaan bevinden. Circa een derde van de digitale generatie is koploper en de rest zijn achterblijvers.

Ontdek hoe teams van de digitale generatie zich tot elkaar verhouden.

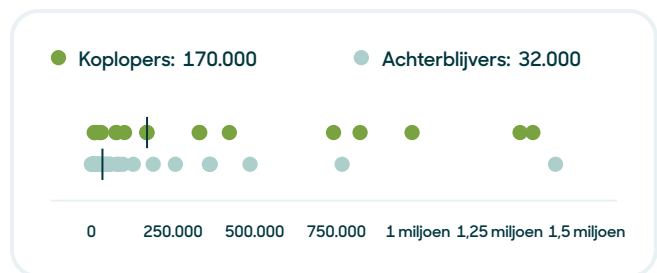
Klanttevredenheid

Klanttevredenheid zegt iets over hoe klanten de supportervaring van uw team beoordelen. Factoren die bijdragen aan de klanttevredenheidsscore zijn tijd tot een reactie, de kwaliteit en nauwkeurigheid van reacties en de algehele perceptie die de klant van uw merk heeft. De digitale generatie heeft doorgaans een lagere klanttevredenheidsscore dan bedrijven die minder ver zijn gevorderd met de aanvaarding van digitale technologie, omdat hun klanten over het algemeen veeleisender zijn als het om support gaat. Het is ook waarschijnlijker dat bedrijven van de digitale generatie B2C-bedrijven zijn – zij verwerken een veel hoger ticketvolume dan andere typen bedrijven.



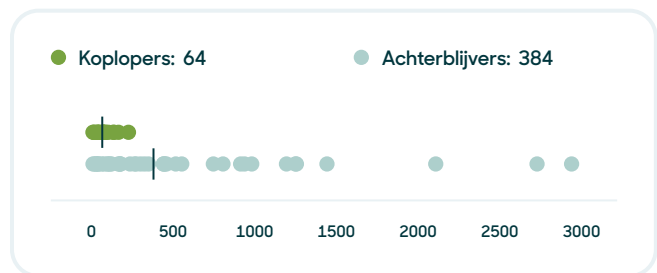
Tickets per maand

Supportteams moeten worden gebenchmarkt met andere teams die soortgelijke hoeveelheden tickets verwerken. De digitale generatie heeft een veel hoger ticketvolume dan andere bedrijven.



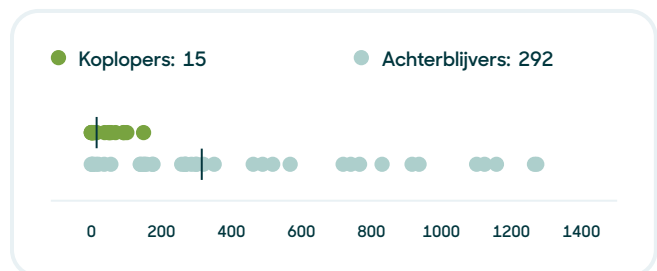
Eerste reactietijd (in minuten)

Eerste reactietijd is de tijd die het duurt tot een supportagent op een aanvraag reageert. Ons onderzoek toont aan dat een kortere Eerste reactietijd een hogere klanttevredenheid oplevert.



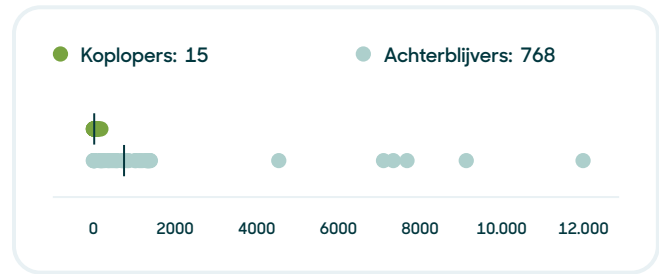
Wachttijd van aanvrager (in minuten)

Dit is de tijd dat een consument wacht tot een agent reageert. Het verkorten van de wachttijd kan leiden tot tevredenere klanten.



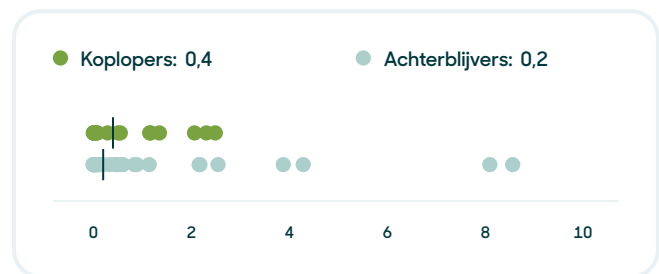
Tijd tot oplossing (in minuten)

De tijd die het kost tot een ticket is opgelost. Deze meting speelt een belangrijke rol in de mate waarin klanten tevreden zijn met een bepaalde interactie.



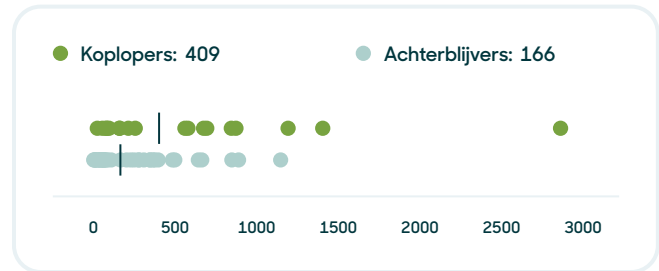
Selfserviceverhouding

Bij deze verhouding wordt het aantal keren dat inhoud van uw selfservice wordt bekeken, vergeleken met het totale ticketvolume van het team. Zo kan uw team zien hoe goed de inhoud van uw kennisbank is in het voorkómen van tickets. Bedrijven zouden een hoge selfserviceverhouding moeten nastreven.



Maandelijkse verhouding van het aantal tickets voor agenten

Dit is de maandelijkse verhouding van het aantal aanvragen van klanten aan agenten. Supportteams zouden moeten streven naar een hogere verhouding van het aantal tickets voor agenten als ze elke agent productiever willen inzetten.



Als u tot de digitale generatie behoort en klanten beter wilt bedienen, wordt nu uitgelegd hoe u tot de top kunt behoren.

Zorg ervoor dat uw supportoplossing kan worden aangepast wanneer uw team wordt uitgebreid.

- **Gebruik een softwareoplossing die flexibel genoeg is dat u snel kunt meebewegen.** De digitale generatie heeft doorgaans een diverser en veeleisender klantenbestand dan andere bedrijven en ondervindt enige druk om de bedrijfskosten van de klantenservice te beperken wanneer teams worden opgeschaald. Uw supportsoftware moet het mogelijk maken dat uw team snel meebeweegt wanneer u nieuwe communicatiekanalen toevoegt, selfservice implementeert, klantenservice personaliseert bij nieuwe touchpoints, nieuwe markten betreedt en nieuwe merken en producten toevoegt.

Breid uw supportoplossing uit en integreer deze.

- **Breid uw supportsoftware uit met behulp van API's.** Het is twee keer zo waarschijnlijk dat bedrijven die tot de digitale generatie behoren en koplopers zijn, API's gebruiken om tickets te beheren. Met API's kan uw team op grote schaal functionaliteit toevoegen. Werk snel records van klanten bij, maak tickets, migreer ticketgegevens naar uw supportsoftware, bewerk gebruikers in bulk en laat agenten in uw records zoeken naar de informatie die ze nodig hebben. De digitale generatie die gebruikmaakt van API-integraties heeft een 61 procent lagere eerste reactietijd en een 55 procent lagere wachttijd van de aanvrager dan bedrijven die dat niet doen.
- **Voeg kanalen toe en integreer deze voor een betere klantervaring.** Het toevoegen van live kanalen is een geweldige manier om uw kanaalaanbod aan te vullen, aangezien deze kanalen niet alleen snel groeien bij bedrijven die Zendesk gebruiken; ze presteren ook beter. Tickets die worden verwerkt via de telefoon en chat-gesprekken, leveren een hogere klanttevredenheid op, lopen minder risico opnieuw te worden geopend en hebben een kortere tijd tot een oplossing. En bedrijven hanteren een echt geïntegreerde omnichannel benadering door e-mail, webformulieren, telefoon, chat, en selfservice te combineren, zodat klanten minder tijd besteden aan het wachten op een reactie, hun problemen sneller worden opgelost en follow-ups minder waarschijnlijk zijn.

Gebruik automatiseringen en geavanceerde functies om hoge ticketvolumes efficiënter te verwerken.

- **Dam uw ticketvolume in met geautomatiseerde acties.** Koplopers onder de digitale generatie hebben meer agenten en aanzienlijk meer tickets. Toch is de verhouding van het aantal tickets voor agenten bij hen meer dan twee keer hoger dan bij achterblijvers. Dit betekent dat hun agenten efficiënter zijn. Koplopers gebruiken 50 procent meer triggers om agenten te herinneren aan belangrijke workflowstappen en bijna 70 procent meer gedeelde automatiseringen om hun workflows te optimaliseren en agenten te waarschuwen voor tickets waarvoor urgent actie nodig is.
- **Neem maatregelen om klantgegevens beter te verzamelen en organiseren.** Koplopers in de groep Digitale generatie gebruiken ruim 40 procent meer ticketformulieren om klantgegevens te verzamelen en organiseren, waarbij klanten vooraf informatie delen en agenten gemakkelijk klantgegevens aan een ticket kunnen toevoegen. In vergelijking tot achterblijvers gebruiken ze ook twee keer zo veel klantenlijsten, waardoor ze via enquêtes die NPS en de voorkeuren van de klant meten, meer te weten komen over belangrijke segmenten van hun klantenbestand. De beste vervolgstap met betrekking tot deze informatie? Met wat u hebt geleerd, kunt u proactief contact opnemen met klanten om hun problemen op te lossen nog voordat er een ticket wordt gemaakt.
- **Verbeter de efficiëntie door belangrijke gegevens aan externe toepassingen door te geven.** Koplopers in de digitale generatie zijn twee keer meer geneigd om de webhooks (targets in Zendesk-jargon) te gebruiken dan achterblijvers. Webhooks pushen gegevens naar externe toepassingen, waardoor agenten minder van context hoeven te wisselen en uw team dingen kan doen zoals een sms-bericht verzenden wanneer een ticket na meer dan 48 uur nog niet is opgelost of een melding over een urgent ticket aan een Twitter-stream kan toevoegen.

De juiste apps en integraties toevoegen voor de digitale generatie

Wij hebben gekeken welke apps de digitale generatie gebruikt en noemen de populairste apps uit de populairste categorieën.

Context van de klant



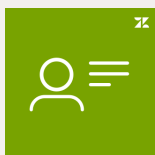
Voorwaardelijke velden

Velden in tickets aanpassen om agenten en klanten een betere ervaring te geven.



Vijf meest recente

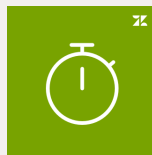
Ontvang meer contextinfo over supportaanvragen uit het verleden van een klant.



Gebruikersgegevens

Geef agenten een volledig beeld van de klant, rechtstreeks vanuit het ticket.

Productiviteit en tijdregistratie



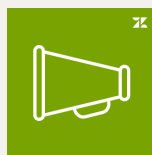
Tijdregistratie

Krijg een beter begrip van de aanvragen van een klant en de tijd die het kost om die te beantwoorden.



Pathfinder

Laat agenten zien welke artikelen en communityberichten klanten hebben bekeken.



De app Meldingen

Verzend eenvoudig berichten naar enkele of al uw agenten.

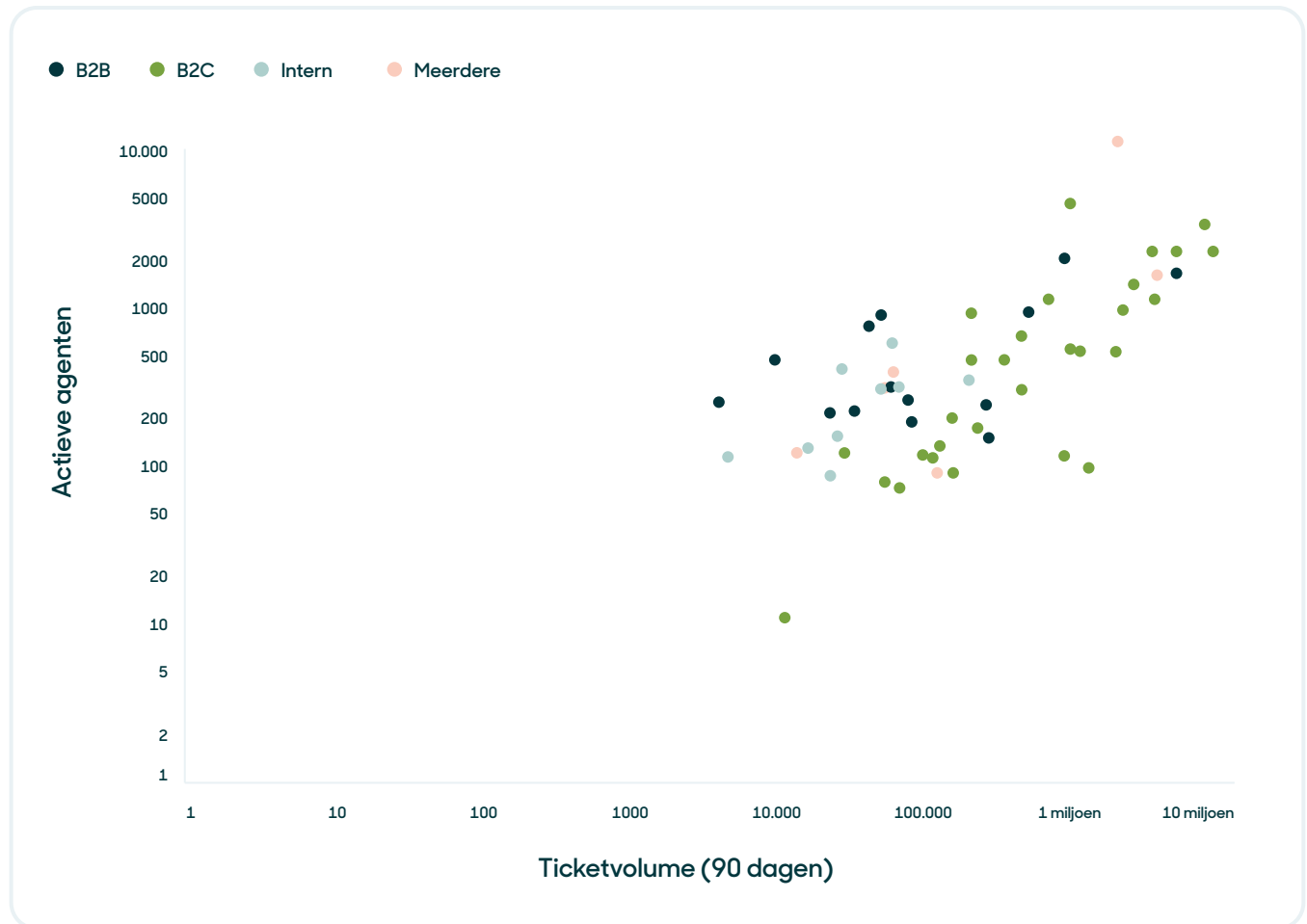
Kennis en inhoud



Antwoordsuggesties

Stel automatisch relevante artikelen voor, zodat agenten die aan het ticket kunnen toevoegen.

Op zoek naar kant-en-klaar advies voor de doelgroep die door uw team wordt geholpen?



Wij hebben speciaal voor de digitale generatie gekeken naar aanbevolen werkwijzen voor drie doelgroepen: B2C, B2B en interne helpdesks.

Doelgroep	Het probleem	De oplossing	De benchmark
B2C	Voor de digitale B2C-generatie betekent snelle groei vaak een extreem hoog ticketvolume dat moet worden verwerkt en de noodzaak te voldoen aan de klantverwachting ten aanzien van snelle reactietijden.	Gebruik macro's, automatiseringen en selfservice om tickets te voorkómen. Vertrouw op proactieve support en gebruik hiervoor klantgegevens, waaronder tickets, tags en tevredenheidsscores, om reacties te personaliseren.	De digitale B2C-generatie verwerkt zo'n 5000 tickets per dag. Ter vergelijking: B2B-bedrijven verwerken slechts 834 tickets per dag en interne helpdesks slechts 337 tickets per dag.
B2B	B2B-bedrijven hebben met langere wachttijden te maken. Agenten reageren trager op aanvragen van klanten.	Gebruik automatiseringen om te verhinderen dat tickets tussen wal en schip vallen. Kijk nog een keer kritisch naar uw ticketformulieren om ervoor te zorgen dat klantgegevens aan het begin van een interactie worden opgegeven.	De mediaan van de wachttijd van een aanvrager bij de digitale B2B-generatie bedraagt 380 minuten. Dat is circa 2½ keer de wachttijd bij B2C-bedrijven en interne helpdesks.
Interne helpdesks	Interne helpdesks hebben vaak te lijden van de afwezigheid van selfservice-inhoud die tickets zou kunnen voorkómen en vragen sneller zou kunnen beantwoorden.	Met tools zoals de Knowledge Capture-app en de functie Aanwijzingen over benodigde inhoud kan uw team gemakkelijk inhoud toevoegen en gaten opvullen in uw kennisbank.	Interne helpdesks die tot de digitale generatie behoren zien een 8-voudige verbetering voor wat betreft hun self-serviceverhouding als ze de Knowledge Capture-app gebruiken.

Een hoger niveau bereiken met nieuwe technologieën en benaderingswijzen

Wij hebben Greg Dreyfus gesproken, die al meer dan zes jaar in het Zendesk Solutions Team werkt om bedrijven zoals Groupon te helpen bij het plannen van zijn platformstrategieën voor hun klantenservice.

Hij heeft ons zijn belangrijkste aanbevelingen gegeven voor bedrijven van de digitale generatie die de manier willen verbeteren waarop zij contact met klanten hebben.

1. **Zoek een balans tussen support die wordt geleverd door mensen en door kunstmatige intelligentie.** Gartner schat dat in 2022 bij 72 procent van de klantinteracties sprake zal zijn van een opkomende technologie zoals een zelflerende app, een chatbot of messaging via mobiele apparaten. Zelfs naarmate kunstmatige intelligentie gemeengoed wordt, zullen er nog steeds agenten van vlees en bloed nodig zijn om complexe problemen op te lossen en scripts te maken die door kunstmatige intelligentie worden gebruikt. Probeer kunstmatige intelligentie zelf uit met [Answer Bot](#). Dit is een zelflerend systeem dat vragen van klanten beantwoordt. Of gebruik de [Chat Conversations API](#), waarmee u bots aan uw chatervaring kunt toevoegen.
2. **Bouw support bij elk touchpoint van de klant in.** Of het nu op uw website is, in uw mobiele app of op een ander platform, wij raden onze Web Widget en de Mobile SDK's aan waarmee uw ontwikkelaars klantenservice in elke omgeving kunnen inbouwen. Het resultaat: Uw klanten hebben toegang tot live chat, selfservice en kunnen een ticket indienen wanneer ze maar willen en op elk apparaat dat ze gebruiken.
3. **Voeg nieuwe kanaalintegraties toe.** Gebruik integraties – tweerichtingsservices voor het maken van tickets – om klantcommunicatie van andere kanalen in uw supportsoftware te integreren. Maak

tickets van beoordelingen en reviews in Yelp, app-stores, Amazon, eBay of opmerkingen in community's zoals Reddit of Quora. U kunt zelfs nog dieper in de sociale media en messaging duiken door tickets te laten maken van berichten op Facebook Messenger, Instagram, Pinterest en WhatsApp.

4. **Breid uw platform uit met behulp van API's.** De digitale generatie is eerder geneigd de beste software te kiezen, zodat zij hun supportoplossing via bestaande apps en API's aan andere systemen kunnen koppelen. Met API's kunnen gegevens op meerdere systemen worden gesynchroniseerd, waardoor er één waarheid is voor zaken zoals klantgegevens.
5. **Gebruik gedeelde rapportagesystemen die de samenwerking tussen teams verbeteren.** Door de toegang tot metingen, scores, conversiepercentages en klachtenpercentages te delen, kan uw supportafdeling gemakkelijker samenwerken met andere teams en klantsuccesstrategieën nastreven die zijn gericht op klantenbehoud op lange termijn. Bijna iedereen van de digitale generatie vertrouwt op analyses om zijn support te verbeteren.
6. **Bescherm uw klantgegevens.** Wij raden een op rollen gebaseerd toegangsmechanisme aan om de toegang tot gegevens te beheren. Baseer het toegangsmechanisme voor teamleden op factoren zoals functie, rol, afdeling. Bedrijven moeten medewerkers ook trainen in procedures met betrekking tot persoonlijk identificeerbare informatie en in hoe om te gaan met hacking en malware. En ze hebben beveiligingsmechanismen nodig zoals versleuteling van opgeslagen en te verzenden gegevens, moeten gegevensverlies voorkómen en waakzaam zijn met het gebruik van verwisselbare opslagapparaten.

Waarom innoveren?

Hoe leiders betere resultaten laten zien

Toonaangevende supportteams hebben een grotere kans dat zij een robuuste strategie hebben met een uiteenlopende combinatie van kanalen en geavanceerde functies waarmee zij hun supportoplossing naar eigen inzicht kunnen customizen.

Koplopers in onze steekproef zien verbeteringen bij het gebruik van Zendesk-functies.

Ingesloten support bij kanalen voor een consistente en verbonden klantervaring

Zendesk-functie	Wat het doet	Verbeteringen
Integraties voor sociale media	Ontvang vragen van klanten via de sociale media, terwijl u tickets via Zendesk beheert.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% lagere wachttijden voor aanvragers • Gemiddelde Alexa-positie is 15.000, in vergelijking tot 69.000 voor bedrijven zonder geïntegreerde sociale-mediakanalen
Universele Web Widget	Breng support rechtstreeks bij de klant, waar die zich ook bevindt – sluit de widget in op uw website, in uw mobiele app of als onderdeel van uw service.	<ul style="list-style-type: none"> • 35% snellere responstijden • 45% snellere wachttijden voor aanvragers • En dat allemaal bij een ticketvolume dat 2x zo hoog ligt

Intelligente selfservice die klanten helpt zichzelf te helpen

Zendesk-functie	Wat het doet	Verbeteringen
Answer Bot	Gebruik een zelflerend systeem om artikelen aan te bevelen met oplossingen voor problemen van klanten.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% afname van de tijd tot een oplossing voor tickets
Knowledge Capture-app	Laat agenten nieuwe inhoud maken, links naar artikelen in tickets opnemen en inhoud markeren met een vlag als de inhoud verbeterd kan worden.	<ul style="list-style-type: none"> • 2x betere selfserviceverhouding • 4x betere bijdrage van agenten aan inhoud voor de kennisbank

Een agentworkflow die gemakkelijker is in te stellen, customizen en onderhouden

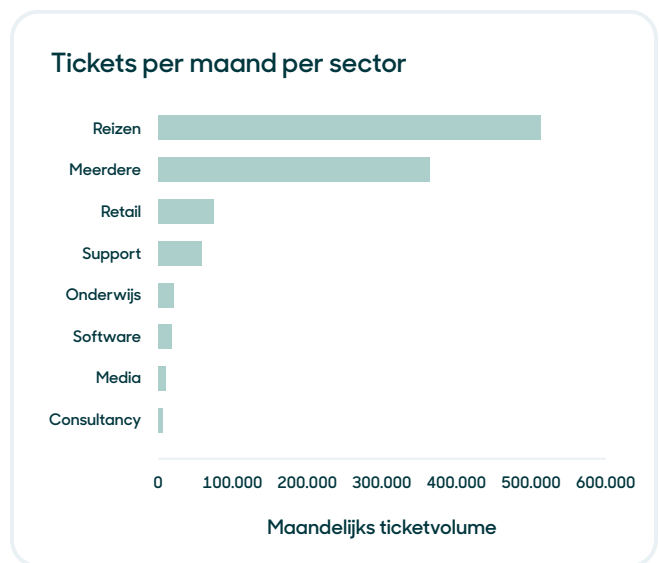
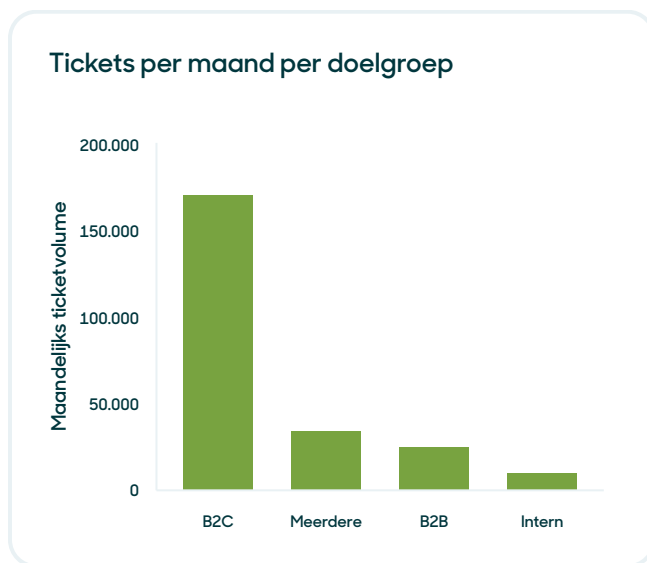
Zendesk-functie	Wat het doet	Verbeteringen
Begeleidingsmodus	Zorgt dat tickets in de juiste volgorde worden afgehandeld door de workflow van agenten te verbeteren.	<ul style="list-style-type: none"> • 5x betere verhouding van het aantal tickets voor agenten
Zijgesprekken, een functie van de add-on Samenwerking	Laat agenten informatie delen, om een reactie vragen of processen met andere teams in gang zetten.	<ul style="list-style-type: none"> • 75% van teams is het ermee eens dat zij hun communicatie hebben kunnen vereenvoudigen, zodat agenten tickets sneller kunnen oplossen*
Op vaardigheden gebaseerde routing	Stuur het juiste ticket naar de juiste agent, zodat die efficiënt door zijn workflow kan navigeren.	<ul style="list-style-type: none"> • 68% van supportteams zei dat zij dankzij 'Op vaardigheden gebaseerde routing' hun workflows hebben kunnen verbeteren en hun productiviteit een impuls hebben kunnen geven*

*Verwijst naar de resultaten van een TechValidate-enquête uit 2018.

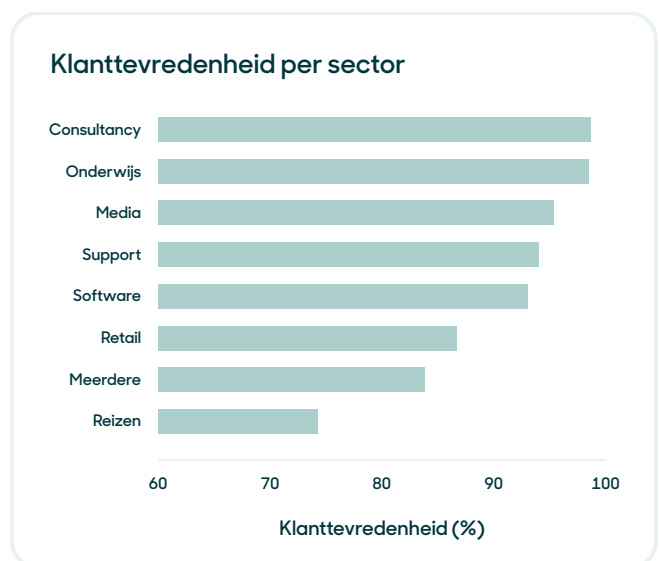
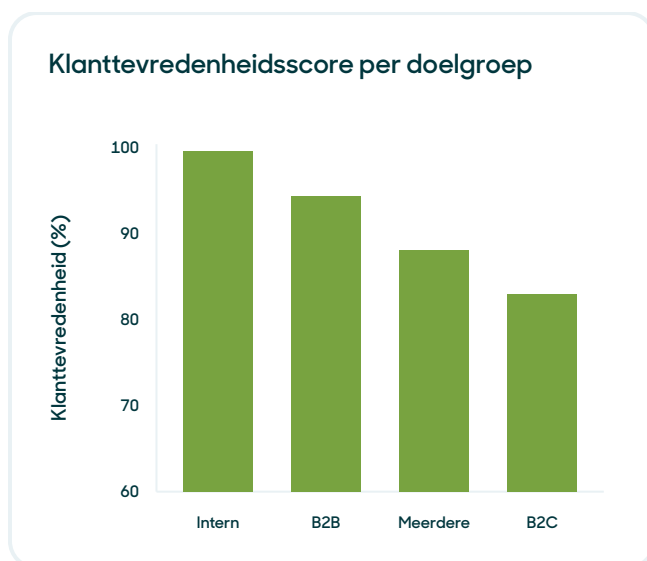
Vervolgstappen om uw supportteam te vergelijken

Wilt u in detail zien hoe u ervoor staat? Zie onze benchmarkmetingen voor de digitale generatie, ingedeeld per sector en doelgroep.

Tickets per maand

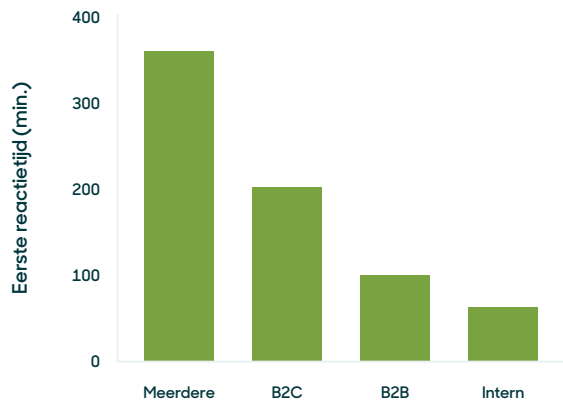


Klanttevredenheid

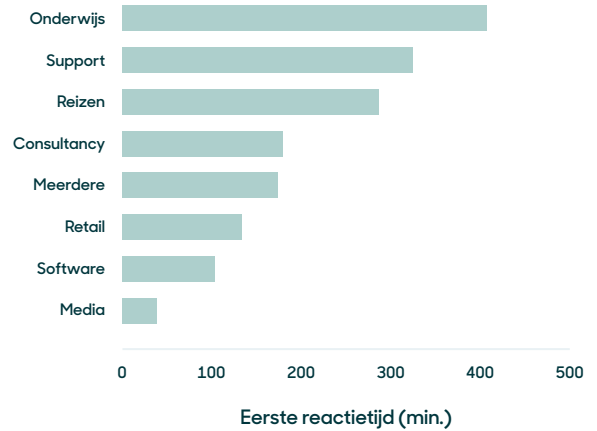


Eerste reactietijd

Eerste reactietijd per doelgroep

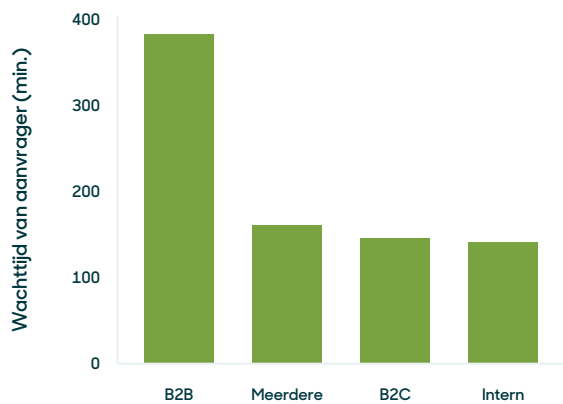


Eerste reactietijd per sector

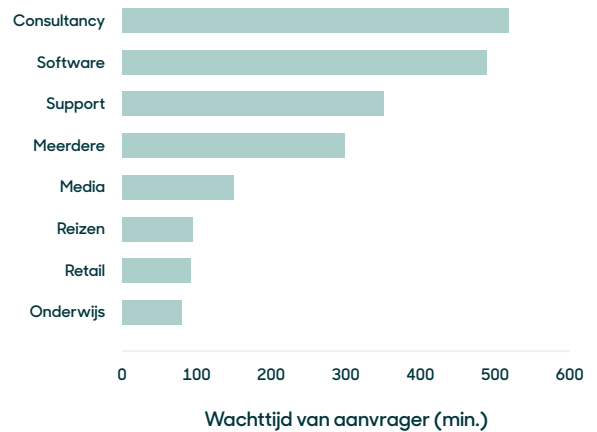


Wachttijd van aanvrager

Wachttijd van aanvrager per doelgroep



Wachttijd van aanvrager per sector



Methodologie

Voor het doel van dit rapport hebben wij ondernemingen gedefinieerd als organisaties met meer dan 1000 werknemers en meer dan 100 agenten. Kijkend naar een steekproef van 170 ondernemingen die ervoor hebben gekozen deel te nemen aan [Zendesk Benchmark](#), ziet u dat wij een dimensionaliteits-reductietechniek hebben gebruikt genaamd t-Distributed Stochastic Neighbor Embedding (t-SNE). t-SNE zorgt ervoor dat accounts die zich dicht bij elkaar bevinden in de oorspronkelijke multidimensionale ruimte van onze gegevensset bij elkaar blijven wanneer die in twee dimensies worden geprojecteerd. Visuele inspectie van de resulterende gegevens liet negen goed gedefinieerde clusters zien. Met DBSCAN (Density-Based Spatial Clustering of Applications with Noise) hebben wij de clustergrenzen geformaliseerd en onze gegevens getagd. Elk cluster werd vervolgens geanalyseerd op zijn definiërende kenmerken.

Zendesk voor grote ondernemingen

[Meer informatie over hoe Zendesk kan worden aangepast voor grote ondernemingen.](#)