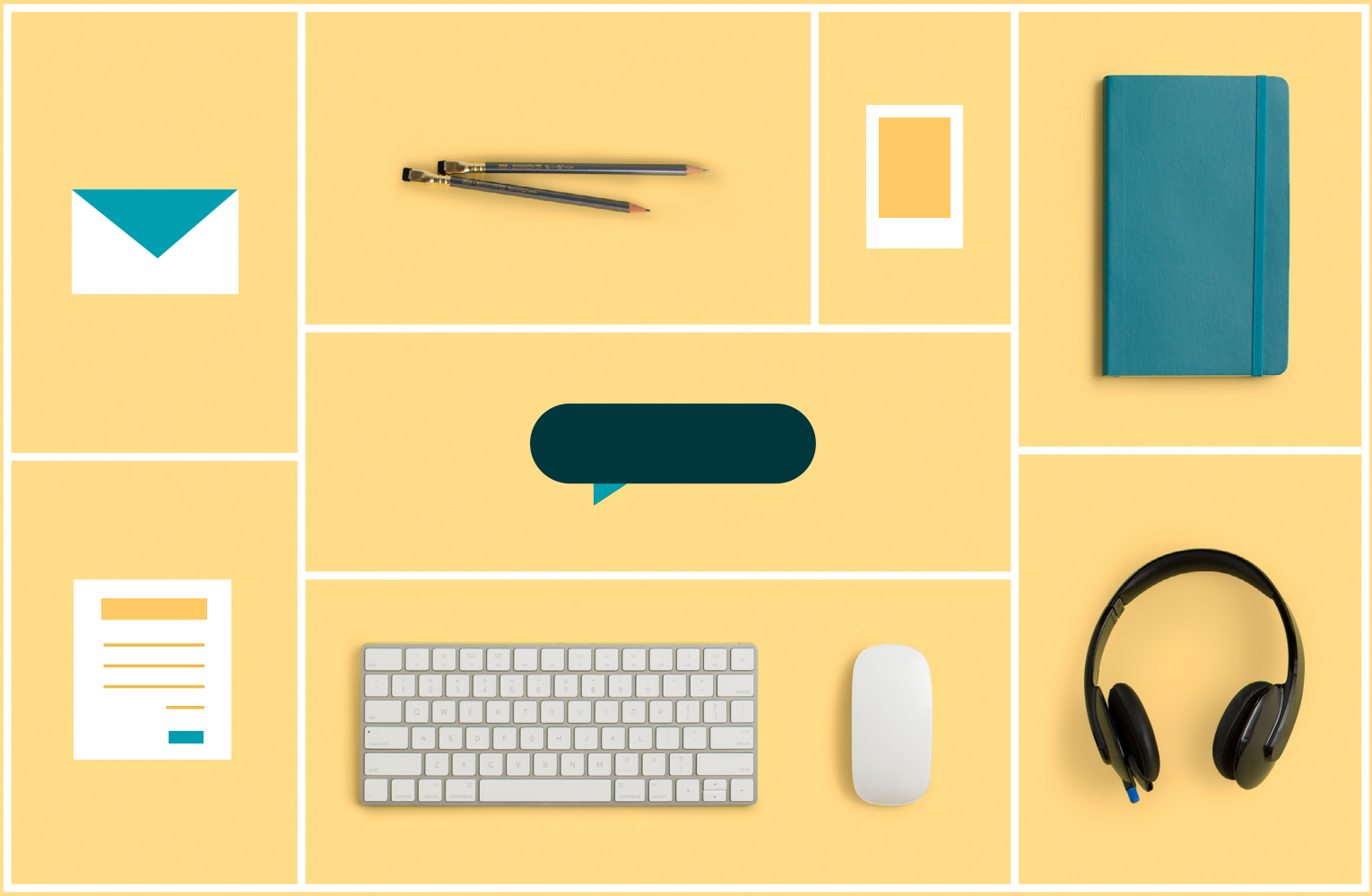
zendesk

Omnichannel support wordt gemakkelijk met Zendesk



Inhoud

01 **Inleiding**

- Meer kanalen hoeven niet meer problemen op te leveren

02 **Kies de juiste supportkanalen voor uw klanten**

- Gemak
- Context
- Complexiteit
- Kosten

03 **Oplossingen voor de beste resultaten**

- Klanttevredenheid verbeteren
- Meer inkomsten genereren
- Efficiëntie verhogen
- Tevredenheid van agenten verbeteren

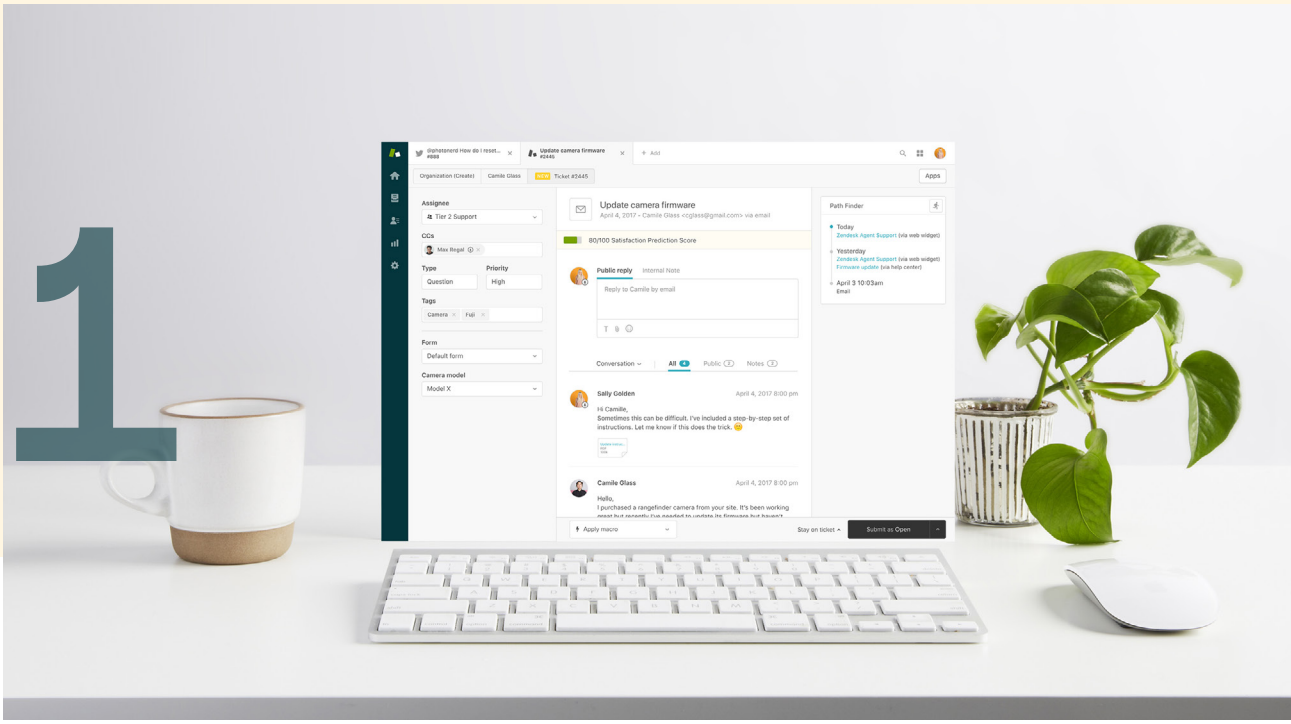
04 **De omnichannel oplossing van Zendesk**

- E-mail
- Telefoon
- Live chat
- Zelfservice
- Sociale media
- Eenvoudige toegang tot support

05 **Meer kanalen, meer oplossingen: behaal successen met behulp van een checklist**

Inleiding

01



Voor veel bedrijven is het lastig om bij te houden welke verwachtingen klanten hebben ten aanzien van waar en hoe zij support kunnen krijgen en hoe snel u zult reageren. Afhankelijk van hoe uitgebreid uw supportactiviteiten zijn, lijkt het misschien veiliger en gemakkelijker om te kiezen voor één communicatiekanaal en u daar te richten op werkelijk goede support.

Dat is allemaal mooi, alleen blijkt uit een onderzoek van Loudhouse, waarvan de resultaten zijn gepubliceerd in het Rapport over klantenservice via meerdere kanalen, dat 57 procent van klanten verwacht dat zij uit diverse contactkanalen kunnen kiezen. En we hebben het dan niet alleen over e-mail en de telefoon, ook al blijven die kanalen onmisbaar voor klantensupport. Soms willen klanten zelf het antwoord opzoeken. En soms willen ze een sms of een bericht via Facebook sturen. Daarnaast blijkt uit het onderzoek van Loudhouse dat klanten minder geduld hebben dan drie jaar geleden en meer verwachten van hun contact met de klantenservice.

Meer kanalen hoeven niet meer problemen op te leveren

Bij Zendesk weten we dat het een uitdaging kan zijn om goede, consistente omnichannel support te leveren. We zijn er echter wel van overtuigd dat het niet ingewikkeld of duur hoeft te zijn om klanten support via verschillende kanalen te bieden. Goede support begint bij de klant: hoe past u uw aanbod aan hun behoeften aan?

Dat kan op een aantal manieren. Klanten gebruiken vaak hun favoriete kanalen, of de kanalen waarmee ze het bekendst zijn, om contact op te nemen. Maar soms sluit wat we willen niet helemaal aan op wat we nodig hebben. Het gebruik van kanalen kan evenzeer te maken hebben met context en gemak als met voorkeur.

We hebben onze telefoons met toegang tot internet vrijwel altijd binnen handbereik, dus is elk moment een geschikt moment om vragen te stellen. Welk kanaal de beste keuze is, wordt vaak vanzelf duidelijk op basis van de complexiteit van de vraag, hoe gemakkelijk het is om hulp te vinden en de context (wie is de klant, waar is die mee bezig en hoe snel moet er een antwoord komen). Daarom is het niet alleen belangrijk dat we uitstekende support bieden, maar ook dat we dat doen via de juiste kanalen.

In deze gids helpen we u te bepalen welke kanalen het beste zijn voor uw klanten en bieden we meer informatie over hoe u elk kanaal kunt gebruiken als onderdeel van een omnichannel oplossing van Zendesk.

Kies de juiste supportkanalen voor uw klanten

02

Het doel van Zendesk is om het bedrijven gemakkelijk te maken via alle kanalen klantenservice aan te bieden. We hebben ook enkele richtlijnen opgesteld om u te helpen uw klanten bij uw besluitvorming te betrekken.

De juiste oplossing vindt u met behulp van de volgende vier factoren: gemak, context, complexiteit en kosten.

Gemak

Een klantervaring wordt pas geweldig als deze ook eenvoudig is. Klanten willen er niet te veel moeite voor hoeven te doen om contact met u te krijgen. Gelijk hebben ze. Bij gemak draait het om de gebruikerservaring: hoe eenvoudig is het voor uw klanten om hulp te krijgen? Moeten klanten ergens in een voettekst naar een link zoeken of is support rechtstreeks toegankelijk vanaf de webpagina of vanuit de app?

Afhankelijk van de aard van uw activiteiten, zijn bepaalde kanalen een logische keuze. Als uw bedrijf online actief is, wilt u ook online support bieden, bijvoorbeeld via e-mail of live chat. Gaan we nog een stap verder, dan kunt u zich het volgende afvragen: Biedt u onlinesupport die eenvoudig is te vinden. Is er een snelle manier om live hulp te krijgen? Uw antwoord is afhankelijk van of u bijvoorbeeld support via e-mail en telefonische support biedt, support via e-mail en live chat, of live chat en een andere optie biedt. We hebben het allemaal wel eens meegemaakt dat de technologie ons in de steek liet. Het is dan fijn om ook de beschikking te hebben over een kanaal waarvoor geen laptop of webbrowser nodig is, mocht er een dringend probleem zijn. U kunt er zelfs voor kiezen om klanten simpelweg een sms te laten sturen als er haast bij is. Alles waarbij ze real-time contact met een medewerker hebben, is al voldoende.

Context

Achter elke klant en elke interactie schuilt een verhaal. Welk kanaal klanten kiezen, hangt af van hun leeftijd en demografische gegevens, en is daarnaast ook deels afhankelijk van het type probleem dat is opgetreden. E-mail en zelfservice kunnen een geschikte manier zijn om een vraag beantwoord te krijgen die niet dringend is, maar als een jurk of pak nog op tijd voor een bruiloft moet worden geruild, is het een ander verhaal. Hiervoor zal hoogstwaarschijnlijk telefonisch of via live chat contact moeten worden opgenomen. Voor een technisch B2B-bedrijf dat technische problemen, foutrapporten of systeemfouten behandelt, is het belangrijk om te kunnen inspringen op bekende problemen en actie te ondernemen. Een klant die al kwaad is op hulp laten wachten, is olie op het vuur gooien.

Het kan verhelderend zijn om de tijd te nemen om in kaart te brengen welke typen vragen u het vaakst tegenkomt, en de leeftijd en locatie van uw klanten te bekijken. Mogelijk richt u zich op een bepaald kanaal vanwege aanbevolen procedures in uw branche, maar als u bijvoorbeeld een groot bestand met klanten hebt die de voorkeur geven aan contact via de mobiele telefoon, moet uw support daarop zijn ingericht.

Complexiteit

Een volgende factor is de complexiteit van het probleem. Technische problemen kunnen misschien het best worden opgelost via een real-time kanaal, bijvoorbeeld telefonisch of via live chat. Vragen over hoe men uw software gebruikt, kunnen mogelijk via een zelfservicekanaal of via e-mail worden afgehandeld, zodat gebruikers in hun eigen tempo stapsgewijze instructies kunnen volgen. De eerste stap is om het aantal contactmomenten en de typen problemen die u het vaakst tegenkomt te analyseren. Bedenk of er (betere) manieren zijn om tijd te besparen bij het beantwoorden van veelvoorkomende vragen of vragen die doorgaans weinig werk kosten. Zo kunt u bijvoorbeeld vooraf opgestelde e-mailreacties gebruiken, een IVR instellen of gebruikmaken van een Helpcenter of zelfs een op kunstmatige intelligentie gebaseerde bot.

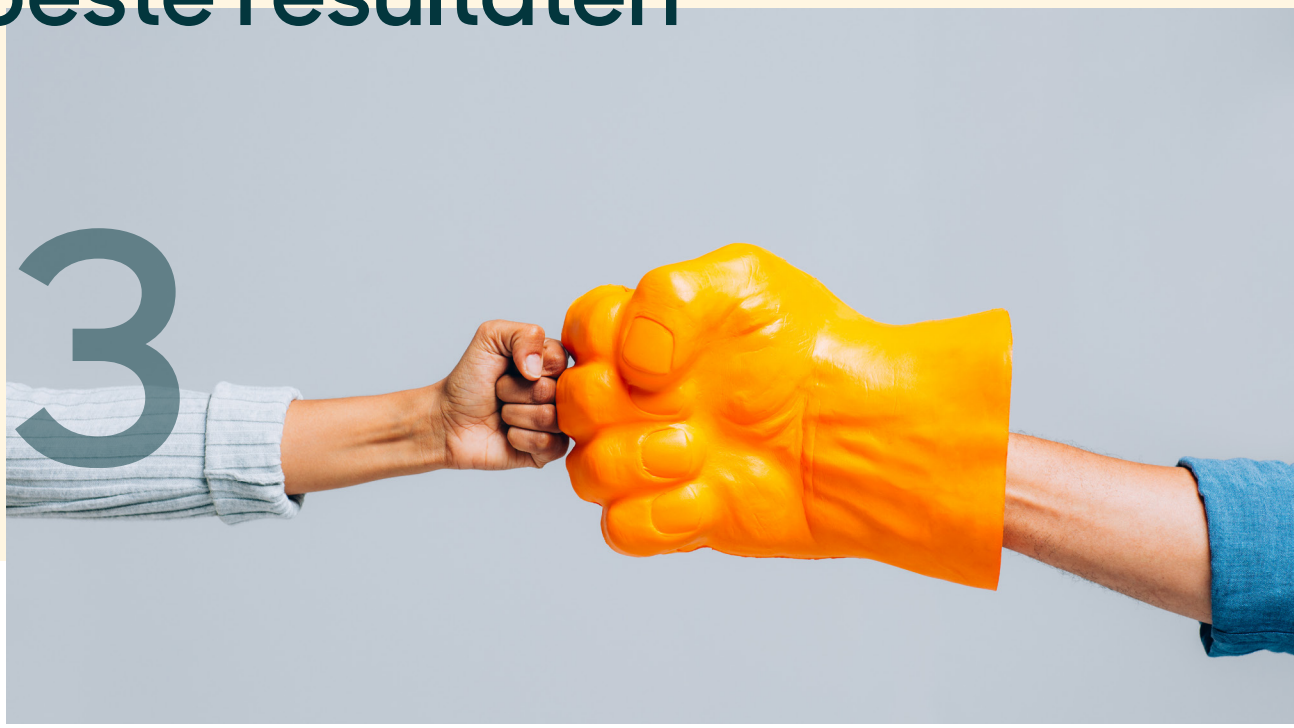
Ook emotionele complexiteit is uw aandacht waard. Problemen die vaak een emotionele reactie van klanten uitlokken, kunnen wellicht het best worden afgehandeld via live kanalen, waarbij een agent die reactie zo effectief mogelijk kan opvangen. Hetzelfde geldt voor problemen waarover uw agenten vaak slecht nieuws moeten brengen. Een relatie verbreekt u immers ook niet door een mailtje te sturen.

Kosten

De kosten hebben betrekking op uw bedrijf. Natuurlijk wegen de belangen van uw klant zwaar, maar tegelijkertijd heeft iedereen ook te maken met een beperkt budget. Als u een extra supportkanaal toevoegt of inschakelt, kan dit afhankelijk van het kanaal leiden tot verhoogde kosten. Het is echter ook zo dat kosten die aan het begin worden gemaakt, kunnen worden terugverdiend en in de loop van de tijd kunnen afnemen. Denk dus ook aan de lange termijn. Als u de volledige kosten van het aanbieden van een nieuw kanaal analyseert, moet u ook rekening houden met wat het kost als u het kanaal niet aanbiedt, aangezien dit een nadelig effect kan hebben op de loyaliteit van klanten en herhaalde aankopen. Een goede omnichannel strategie is om klanten kanalen te bieden die bij hen passen. Dit leidt tot een verbeterde klanttevredenheid, snellere oplossingen en verbeterde algehele klantervaringen.

Oplossingen voor de beste resultaten

03



Nog enkele zaken om te overwegen bij uw kanaalkeuze, zijn de zakelijke problemen die u wilt oplossen en hoe het vervangen van een kanaal of het in gebruik nemen van een nieuw kanaal operationele problemen kan oplossen.

Dit zijn indicatoren die erop wijzen dat u mogelijk niet de juiste kanalen gebruikt:

- **Lage tevredenheidsbeoordelingen van klanten of agenten**
- **Trage responstijden van agenten of grote achterstanden**
- **Te veel langdradige communicatie heen-en-weer**
- **Steeds opnieuw dezelfde vragen moeten beantwoorden**
- **Niet kunnen aantonen dat u niet slechts een kostencentrum bent en dat uw agenten bijdragen aan klantconversies**

Klanttevredenheid verbeteren

Het verhogen van de klanttevredenheid is onlosmakelijk verbonden met gemak en het aanbieden van ervaringen die de klant geen moeite kosten. Bepaalde kanalen leiden stelselmatig tot hogere klanttevredenheids-beoordelingen. Zoals we kunnen lezen in het Zendesk Benchmark-rapport, krijgt live chat steeds de hoogste klanttevredenheids-beoordelingen gebaseerd op kanaal, met een gemiddelde van 92 procent.

Investeringen in zelfservice komen de klantte-vredenheid ook ten goede. Forrester Research heeft eerder al gemeld dat in 2017 zelfservice vooral werd uitgebreid met en verbeterd door telefonische support. Zoals Forrester-analist Kate Leggett het verwoordde: "Klanten van alle leef-tijden pakken steeds minder vaak de telefoon en kiezen in plaats daarvan voor zelfservice als eerste methode om contact op te nemen met een bedrijf. Hierbij kunt u denken aan zelfservice via het web en mobiele apparaten, community's, virtuele agenten, geautomatiseerde chatgesprek-ken of chatbots." Met een goed ontworpen en goed onderhouden zelfserviceoptie biedt u uw klanten de mogelijkheid om in real-time zelf een oplossing voor hun probleem te vinden.

Ook de context heeft invloed op de klantte-vredenheid. Als uw klanten veel gebruikmaken van mobiele apparaten of als u een app hebt, moet er gewoon een Help-optie aanwezig zijn in de app. U zou kunnen overwegen een sms- of messaging-app als supportkanaal toe te voegen.

Toch mogen we telefonische support en support via e-mail niet afschrijven. Gesproken support is namelijk nog steeds een belangrijk kanaal voor escalaties, ongeacht de manier waarop een gesprek begint. Ook is het nog steeds de beste manier om dringende of gevoelige gesprekken af te handelen waarbij persoonlijk contact vereist is. E-mail blijft bij uitstek geschikt voor zeer complexe problemen waarbij stapsgewijze instructies moeten worden gevolgd of visuele informatie wordt gebruikt. Deze methode kan ook hoge tevredenheidsbeoordelingen opleveren, met name als het gaat om tools zoals de voor-spellende analyses van Zendesk. Hiermee ziet u welke contacten lage tevredenheidsbeoorde-lingen kunnen opleveren, waardoor u tijdig stappen kunt ondernemen om de klantervaring bij te sturen.

Kanalen waarmee u de klanttevredenheid kunt verbeteren:

Chat
Zelfservice
Sms/messaging-apps
Gesproken support
Ingebouwde support

Bernie Gessner

Vice President of Global Customer Care & Retail Operations bij Fossil

> **Wij willen zo veel mogelijk kanalen beschikbaar hebben voor klanten. Zendesk biedt ons een systeem waarbij de klant contact met ons kan hebben op een manier die hem het beste uitkomt. Wij hebben dan de mogelijkheid om de klant gedurende het gehele traject naar een oplossing te begeleiden.**

Meer inkomsten genereren

Het valt vaak niet mee om het hoger management ervan te overtuigen te investeren in betere klantenservice als deze personen van mening zijn dat klantensupport slechts een kostencentrum is. U weet dat uw agenten voor geweldige klantervaringen zorgen en invloed hebben op toekomstige klandizie. Daartoe rekenen wij zowel het werven van nieuwe klanten als het behouden van huidige klanten. Dit is echter moeilijk aan te tonen.

Het goede nieuws is dat proactieve support een van de manieren is om te bewijzen dat uw team wel degelijk invloed heeft op de inkomsten. Gegevens hebben uitgewezen dat het drie keer zo waarschijnlijk is dat klanten een aankoop doen wanneer er proactief via live chat contact met ze is. In een rapport van Forrester uit 2017 lezen we dat chatten het aantal conversies met 29 procent verhoogt. Door een chatfunctie in te bouwen op een kassapagina of een 404-pagina, krijgen agenten de mogelijkheid contact te leggen met de klant voordat deze het winkelwagentje achterlaat of uw site verlaat. Als uw ergens klandizie misloopt, is dat de perfecte plek om een widget voor live chatgesprekken toe te voegen.

U kunt de kansen om aankoopbeslissingen te beïnvloeden optimaal benutten door een kanaal te gebruiken dat real-time, persoonlijk contact mogelijk maakt door middel van tools die de resultaten van deze interactie kunnen bijhouden. Sms-berichten vormen ook een handige manier om contact te leggen met klanten. Daarnaast is een menselijke stem uiteraard ook altijd een overtuigend kanaal (gebruik bijvoorbeeld de tekst "Hulp nodig bij het voltooien van uw aankoop? Bel ons gerust. Wij helpen u graag.").

Kanalen die de inkomsten beïnvloeden:

Chat
Sms
Gesproken support

Dylan Henry

Director of Customer Experience bij Handy

> We willen dat de klant overal contact met ons kan opnemen. Wij willen erom bekendstaan dat we 24 uur per dag, 7 dagen per week onmiddellijk reageren. Dankzij Zendesk kan dat.

Efficiëntie verhogen

Vaak zijn kanalen die klanten de mogelijkheid geven hun probleem zelf op te lossen of die het agenten mogelijk maken meerdere klanten tegelijk te helpen, het meest geschikt om de efficiëntie te verhogen en tegelijkertijd de operationele kosten te verlagen. Daarom zijn live chats, messaging-apps en sociale media allemaal ideale opties om snel op vragen te reageren.

Met de juiste tools zijn er ook manieren om support via e-mail efficiënt te maken. Met macro's, of vooraf opgestelde antwoorden, bespaart u tijd. Door tickets in weergaven te sorteren, handelen agenten de wachtrij gerichter af. Het is ook mogelijk bedrijfsregels in te stellen, zodat tickets automatisch naar de juiste locatie worden geleid en u aan uw serviceniveau-overeenkomsten voldoet. De e-mail-, spraak-, chat- en zelfserviceproducten van Zendesk bieden stuk voor stuk functies die agenten meer context bieden, zodat ze kunnen zien waar een klant al hulp heeft gezocht. Zo hoeft niet elk gesprek weer bij het begin te beginnen.

Kanalen waarmee u de efficiëntie verhoogt:

Chat
Zelfservice
E-mail
Messaging-apps
Sms
Sociale media

Mike Robichaud

Manager Support Products bij Coursera

> Alles, van Zendesk Chat en Guide tot de kern-API's voor supporttickets, heeft ons enorm geholpen.

Tevredenheid van agenten verbeteren

Bots zijn uitermate geschikt voor taken met een groot aantal handelingen die saai zijn voor agenten. Het werk voor de klantenservice is niet altijd even enerverend. Daarom is het fijn voor agenten als bepaalde zaken worden geautomatiseerd, zodat ze de vrijgekomen tijd en energie in andere, meer uitdagende taken kunnen steken. Als u tijd besteedt aan uw kennisbank en in zelfservice investeert, kan dat het aantal tickets drastisch verlagen. Agenten hebben dan meer tijd om problemen op te lossen die meer aandacht verdienen.

Houd er rekening mee dat e-mails meer werk opleveren voor agenten als het bericht niet via een ticketformulier is verzonden. Met ticket-formulieren kan gemakkelijk de juiste informatie worden verzameld. Zo kunnen er triggers worden gemaakt waarmee tickets automatisch naar de juiste plek worden geleid. Wat de tevredenheid van agenten betreft, is de chatfunctie efficiënt. Deze functie is ook gunstig voor de klantte-vredenheid. Maar net als telefonische ondersteuning, vormen chatgesprekken een emotionele belasting voor agenten. Ze moeten alert zijn en weten hoe ze op klanten moeten reageren die kwaad of onbeleefd zijn. Daarom moet u nadenken over hoe u uw team bij de verschillende kanalen inzet.

Kanalen waarmee u de tevredenheid van agenten verbetert:

E-mail
Zelfservice
Chat
Gesproken support

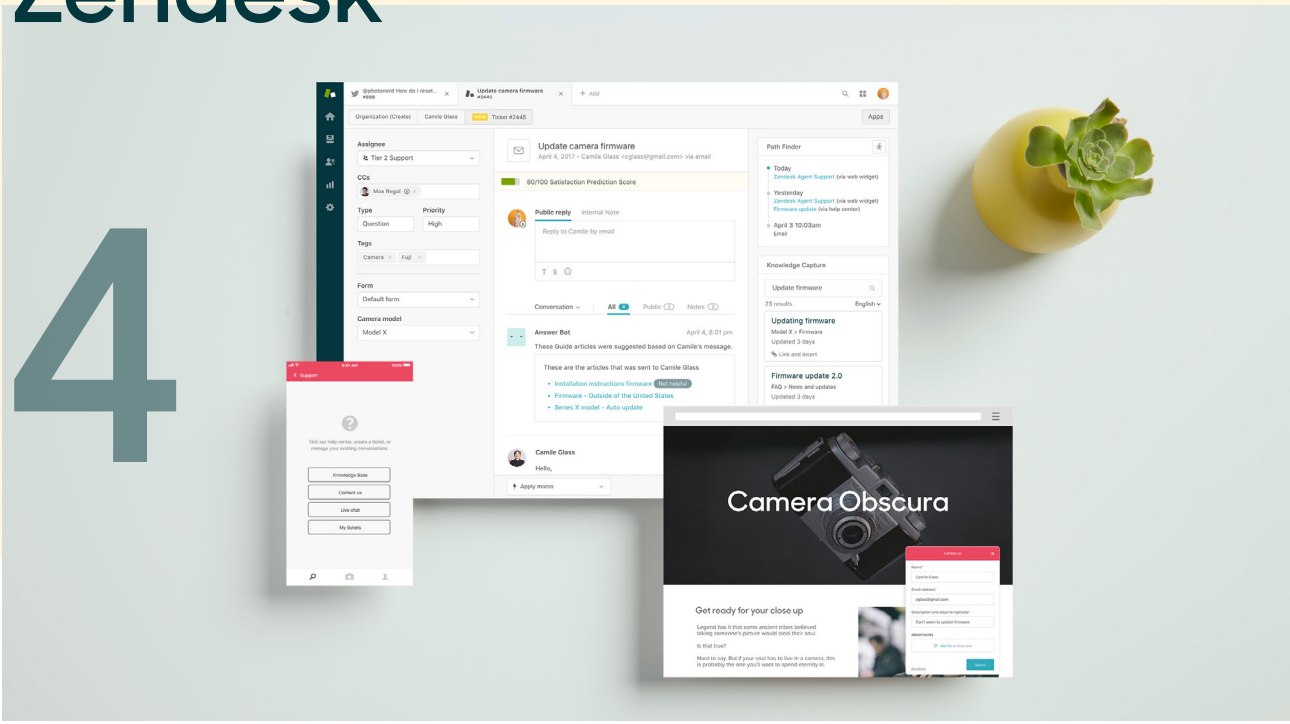
Dan Ross

Support Operations Manager bij Lightspeed

> Met de producten van Zendesk leveren wij al onze klanten betere support. De flexibiliteit waarmee wij nieuwe functies en workflows kunnen introduceren, is een belangrijk onderdeel van ons succes.

De omnichannel oplossing van Zendesk

04



Zendesk kan u helpen eenvoudige, voordelige omnichannel support te bieden. De producten van Zendesk zijn eenvoudig in te stellen en te beheren en zijn ontworpen om probleemloos met elkaar te combineren.

Welke kanalen uw klanten ook gebruiken, ze zijn met elkaar verbonden. Daarnaast heeft iedereen inzicht in de klant achter het ticket en in de volledige supportgeschiedenis van de klant. Klanten hoeven niet elke keer dat ze contact met u opnemen of gebruikmaken van een ander kanaal, het hele verhaal opnieuw uit te leggen. Bovendien kunt u kanalen met slechts enkele muisklikken in- en uitschakelen, waardoor u over de flexibiliteit beschikt om u aan uw klantenbestand aan te passen en mee te groeien met de omvang van uw klantvolume.

E-mail

Support via e-mail verloopt via Zendesk Support, uw centrale tickethub. Klanten nemen via het gewenste kanaal contact met u op, maar agenten werken vanuit één interface, zodat zij zich kunnen richten op een snelle, persoonlijke en *consistente* klantenservice.

Zendesk Support is een gebruiksvriendelijk product dat is ontwikkeld om uw support geheel naar eigen wens vorm te geven.

Met Zendesk Support kunt u:

- **Agenten meer context bieden** door de informatie die u verzamelt van klanten met behulp van dynamische aanvraagformulieren aan te passen.
- **Uw serviceniveaudoelen realiseren** door serviceniveau-overeenkomsten (SLA's) op te stellen, om ervoor te zorgen dat u voor elk kanaal binnen een verwachte periode reageert.
- **Uw workflow aanpassen** door gebruik te maken van bedrijfsregels en automatiseringen, om ervoor te zorgen dat er geen tickets over het hoofd worden gezien.
- **Tijd besparen** bij het beantwoorden van veelgestelde vragen door macro's (vooraf opgestelde reacties) te maken die alle agenten kunnen gebruiken.
- **De toekomst voorspellen** door onze voorspellende analysefunctie in te schakelen. Door 'de toekomst te voorspellen', laat u het klanttevredenheidsniveau tot nieuwe hoogten stijgen en voorkomt u mogelijk negatieve klantervaringen.

Chris Wilson

Director of Technical Support bij Shopify

"Zendesk is de centrale tool waaraan we alles hebben gekoppeld.

Telefoon

De menselijke stem is een krachtig hulpmiddel dat kan worden ingezet om problemen op te lossen. De telefoon is een kanaal dat er ook voor zorgt dat uw klanten zich verbonden voelen met uw bedrijf. Zendesk Talk is callcentersoftware die is geïntegreerd in Zendesk Support, waardoor klantenserviceteams telefonische support kunnen leveren vanaf dezelfde plek waar ze alle andere kanalen beheren.

Met Zendesk Talk kan uw team het volgende doen:

- **Aandacht schenken aan het gesprek in plaats van de workflow** dankzij automatisch gemaakte tickets, toegang tot de volledige klantgeschiedenis en gespreksopnamen voor een nauwkeurige verwerking en latere begeleiding.
- **Wachtrijen stroomlijnen** met flexibele IVR's en routering naar groepen. Klanten kunnen op aanvraag worden teruggebeld of ge-sms't, zodat ze niet in de wachtrij hoeven te wachten.
- **De efficiëntie van uw telefonische support volgen en verbeteren** met krachtige, kant-en-klare, kanaalonafhankelijke rapportages, analyses en tools voor agentmonitoring.
- **Klantervaringen verbeteren** door probleemloze, persoonlijke support te leveren via verschillende kanalen en indien nodig gesprekken te escaleren van een chat of e-mail naar een telefonisch gesprek.
- **Snel omhoog en omlaag schalen** wanneer dit nodig is. Aangezien Talk een VoIP-systeem is dat is geïntegreerd in Zendesk Support, neemt de configuratie slechts enkele minuten in beslag. Een agent kan al aan de slag met alleen een computer, een internetverbinding en een headset.

Mina Aiken

Head of Customer Experience, Taylor Stitch

"Met Zendesk Talk kan ons team uitstekende klantervaringen realiseren terwijl onze onderneming doorgroeit. Onze agenten hebben alles wat ze nodig hebben, zoals de klantgeschiedenis, ordergegevens en eerdere tickets, en dat alles op één locatie, waardoor ze snel persoonlijke support kunnen leveren.

Live chat

Live chat is een snelle, effectieve manier om hulp te bieden en persoonlijk contact met klanten te hebben. Zendesk Chat, ons geïntegreerde chatproduct waarmee u op klanten kunt reageren of proactief contact kunt leggen, helpt u hierbij. U kunt deze functie overal op uw website en in uw app inbouwen.

Met Zendesk Chat kunt u:

- **In real-time contact maken** en klanten begroeten voordat ze om hulp vragen. Proactieve betrokkenheid met geautomatiseerde triggers stimuleren het aantal conversies en helpt verkopers het aantal achtergelaten winkelwagentjes te verkleinen.
- **De metingen tot in detail bekijken** via real-time analyses van chatgesprekken, waardoor u een goed beeld krijgt van de klanttevredenheid en prestaties van agenten.
- **Alle gesprekken beheren via één dashboard**, of klanten de chatfunctie nu gebruiken via hun laptop, mobiele telefoon of uw app.
- **Meerdere klanten tegelijk helpen** en de wachtrij in de gaten houden met real-time bewaking van de wachtrij.
- **Probleemloze ervaringen creëren** door de chatfunctie met de Zendesk Web Widget te integreren op elke pagina of in uw app.
- **Inhoud uit uw kennisbank ophalen** voordat er een chatgesprek met een agent wordt gestart.

Jorge Vernetta

Global Operations Manager bij foodpanda

"Met live chat kunnen agenten meerdere chatgesprekken tegelijk afhandelen, om zo de wachttijd te verkorten en de klantervaring te verbeteren.

Zelfservice

Uitstekende zelfservice begint met een goed onderhouden kennisbank. Een kennisbank waarin klanten eenvoudig inhoud kunnen vinden vanuit de context waarin ze zich bevinden, of dat nu op uw website is of in uw app voor mobiele apparaten. Uitzonderlijke zelfservice is het resultaat van een kennisbank die steeds intelligenter wordt. Zendesk Guide is onze oplossing voor zelfservicesupport, waarmee uw team een kennisbank kan maken die continu wordt uitgebreid en kan worden verfijnd. Bovendien kan Answer Bot vast een eerste poging wagen door antwoord te bieden op eenvoudige veelgestelde vragen.

Met Zendesk Guide kunt u het volgende:

- **Een centrale opslaglocatie maken** waar zowel nieuwe als ervaren agenten rechtstreeks vanuit hun agentinterface eerder verzamelde kennis van agenten kunnen raadplegen. Hierna kunt u die kennis beheren en verspreiden vanaf één eenvoudig te onderhouden locatie.
- **Uw kennisbank voortdurend verbeteren** via de Knowledge Capture-app, waarmee agenten inhoud kunnen zoeken, maken en markeren.
- **Tickets sneller oplossen** in Zendesk Support door de contextuele inzichten van Guide te gebruiken. Zo zorgt u ervoor dat agenten geen artikelen verzenden die de klant al heeft gelezen.
- **De effectiviteit van uw inhoud meten** om te zien wat goed werkt, waar verbetering mogelijk is en welke artikelen er nog moeten worden geschreven.
- **Automatisch relevante artikelen voorleggen** aan klanten terwijl ze op een agent wachten. Answer Bot is mogelijk dankzij de kunstmatige intelligentie van Zendesk en handelt eenvoudige veelgestelde vragen af, waardoor agenten meer tijd hebben om zich bezig te houden met problemen waarvoor persoonlijk contact nodig is.

Mike Cartwright

Chief of Partner Solutions bij
Expedia® Affiliate Network

"Onze investering in een kennisbank betekende dat wij het aantal supportaanvragen dat bij ons binnenkwam, drastisch zagen afnemen. Partners krijgen wat ik de allerbeste service noem, namelijk dat ze nooit meer een ticket hoeven te maken.

Sociale media

Consumenten brengen veel tijd door op sociale media en in messaging-apps, zoals Facebook, Twitter en WeChat. Als u met uw klanten kunt communiceren op plekken waar zij voor hun plezier komen, kunt u op persoonlijke, intuïtieve manier gesprekken voeren binnen een context die ook voor hun gemakkelijk is.

U kunt de Facebook- en Twitter-integratie in Zendesk Support inschakelen om berichten op sociale media om te zetten in tickets of de berichtfunctie van Zendesk Chat gebruiken om meerdere berichtprofielen in één dashboard te beheren en naar verschillende momenten in de gespreksgeschiedenis van een klant te gaan.

U kunt de berichtfunctie van Zendesk Chat ook gebruiken voor het volgende:

- **Uw bereik vergroten** door klantensupport uit te breiden naar Facebook en Twitter, en het gesprek met klanten aan te gaan op veelgebruikte sociale media.
- **De beschikbaarheid vergroten** door bereikbaar te zijn voor klanten, zelfs buiten de bekende kantooruren.
- **Agenten eigenaar van gesprekken laten zijn** voor een betere workflow en een persoonlijkere benadering. Als u meerdere profielen koppelt, kunt u alle klantgesprekken naar één centrale locatie sturen waar agenten deze kunnen beheren.
- **Een bot assisteren** door vragen vanuit uw chatbot door te sturen naar de berichtfunctie wanneer klanten met een agent willen spreken.

Alan Tisch

CEO, Spring Inc.

"Robots op Messenger zijn een goed voorbeeld van hoe commercie via gesprekken zich momenteel ontwikkelt, en Spring gaat enthousiast met Zendesk aan de slag om gebruikers een winkelervaring te bieden die een geautomatiseerde persoonlijke winkelassistent naadloos in hoogwaardige assistentenklantenservice integreert.

Eenvoudige toegang tot support

Het grootste voordeel van het bieden van eenvoudige omnichannel support is dat dit niet gebonden is aan een locatie of apparaat. Met Zendesk Embeddables kan de Zendesk-functionaliteit via onze API, Web Widget of Mobile SDK's worden ingesloten in alle apps, websites en apparaten. Zo houdt u de ervaring voor uw klanten consistent en kunt u efficiënt werken.

- **Frustraties bij klanten voorkomen** door ze in de app of op de website of het apparaat te laten blijven.
- **Informatie weergeven in de juiste taal** op basis van de browserinstellingen van de klant.
- **Merkconsistentie handhaven** door probleemloze klantensupport mogelijk te maken vanaf verschillende apparaten en besturingssystemen.
- **Efficiënter werken en het aantal tickets verlagen** door uw kennisbank te integreren in uw app of Web Widget.

Will O'Keeffe

VP of Customer Success bij Acquia

"Dankzij de robuuste API van Zendesk konden we de ervaring van zowel onze klanten als onze teams naar wens aanpassen. De functionaliteit kon eenvoudig worden geïntegreerd in de krachtige systemen die we al in gebruik hadden.

Meer kanalen, meer oplossingen: behaal successen met behulp van een checklist

05

Er is natuurlijk geen magische formule om omnichannel support te laten slagen. Om successen te behalen, moet u een omnichannel strategie ontwikkelen die aansluit op de behoeften van uw klanten.

Gebruik deze checklist om vragen te stellen die uw klant centraal stellen bij beslissingen die u neemt.

Gemak:

- ☐ Waar op uw site kunnen klanten momenteel terecht voor support?
- ☐ Waar wilt u ze in de toekomst toegang bieden tot support?
- ☐ Kunnen klanten gebruikmaken van zelfservice?
- ☐ Is er een manier om persoonlijk contact te krijgen voor snelle, real-time hulp?
- ☐ Kunt u met uw huidige oplossing klanten herkennen en hun supportgeschiedenis bekijken als ze via twee verschillende kanalen contact met u opnemen?

Context:

- ☐ Wie zijn uw primaire klanten: hoe oud zijn ze en waar wonen ze? Welke invloed heeft dit op de kanalen die u aanbiedt?
- ☐ Welke typen problemen of vragen komen het vaakst voor?
- ☐ Zijn er vragen die kunnen worden geautomatiseerd of door zelfservice kunnen worden opgelost?
- ☐ Is er een manier om meteen real-time hulp van iemand te krijgen?
- ☐ Hebben klanten toegang tot supportkanalen via uw mobiele site of app?

Complexiteit:

- ☐ Voor welk deel van uw supportvolume zijn beslist agenten nodig om problemen op te lossen en vindt er communicatie heen-en-weer plaats?
- ☐ Welk deel van dit volume is dringend?
- ☐ Zijn er vragen die kunnen worden geautomatiseerd of door zelfservice kunnen worden opgelost?

Kosten:

- ☐ Biedt u klanten de eenvoudigste en efficiëntste kanalen?
- ☐ Zou het volume bij andere kanalen afnemen als u een duurder kanaal beschikbaar zou maken?
- ☐ Zou een duurder kanaal leiden tot een hogere klanttevredenheid?
- ☐ Kunt u de kosten van een nieuw kanaal compenseren door zelfserviceopties te integreren, uit te breiden of antwoorden op eenvoudige vragen te automatiseren?

Met de juiste combinatie van kanalen voor uw klanten en uw bedrijf kunt u uw activiteiten optimaliseren in plaats van vertragen. U kunt sneller een betere, persoonlijkere service bieden door klanten met hun probleem naar het juiste kanaal te leiden.

Met de omnichannel oplossingen van Zendesk kunnen uw klanten blijven waar ze zijn en biedt u ze een consistente klantervaring. Kanalen worden gekoppeld, zodat gesprekken naadloos plaatsvinden, agenten productiever zijn en u waardevolle informatie over klanten kunt verzamelen die u met uw gehele bedrijf kunt delen.

Als u een omnichannel benadering in gebruik neemt, kunnen klanten hun problemen in zo min mogelijk stappen oplossen. U kunt snel aan de slag met de kanalen die u nu nodig hebt en naarmate u groeit en opschaalt kunt u eenvoudig via nieuwe kanalen support bieden.

Voor meer informatie over omnichannel support plant u een demo via http://www.zendesk.nl/demo

zendesk