

kritische
bedrijfsgegevens
uit
gespreksopname

Zie wat u nu mist !



Management Samenvatting

Oplossingen voor gespreksopname kunnen uw organisatie een schat aan bedrijfsinformatie bieden die verder gaat dan de standaard callcenterstatistieken.

Haalt u het meeste uit het gespreksopnamesysteem ?

Denk aan:

- ▶ Identificeren welk deel van het land het meest gunstig heeft gereageerd op een nieuwe productpromotie
- ▶ Bepalen welke producten de meeste problemen hebben
- ▶ Begrijpen waarom de meeste klanten ervoor kiezen hun abonnement niet te verlengen
- ▶ Uitroeien van frauduleuze claims van klanten
- ▶ Uitzoeken waarom klanten je bedrijf leuk vinden bij je blijven
- ▶ Ontdekken waarom klanten overlopen naar uw concurrentie
- ▶ Leren wat uw concurrentie biedt / doet wat u niet doet.

Geografische data

Waar komen al de product
ondersteuningsoproepen
vandaan en wat zegt dit mij?

Uw gespreksopnamesysteem kan u helpen bij het bepalen van belangrijke geografische informatie die belangrijk is voor uw verkoop-, marketing- en klantenservice-inspanningen.

U kunt zoeken naar specifieke regio's en netnummers om zaken te bepalen zoals:

- ▶ Welke regio's van uw klantenbestand hebben de meeste bellers met betrekking tot een nieuwe marketingactie?
- ▶ In welke regio's van uw klantenbestand vragen de meeste bellers om productondersteuning?
- ▶ In welke regio's van uw klantenbestand zijn de meeste personen die akkoord gaan met een abonnements-upgrade of cross-sell?
- ▶ Met deze belangrijke geografische gegevens in de hand, kan uw bedrijf zich beter richten op specifieke klantsegmenten per geografische locatie om het toekomstige succes van het genereren van leads te vergroten en marketingcampagnes op elkaar af te stemmen om zo goed mogelijk te reflecteren met kopers van specifieke regio's.

Product en Service Data

Welke uitdagingen hebben klanten met ons nieuwe product ?

Waarom stemmen sommige klanten wel in met een upsell en andere niet ?

Oproepopnamesystemen bieden rapportagemogelijkheden om u te helpen uw oproepen te segmenteren op basis van het product of de dienst(en) die u aanbiedt.

- ▶ U ziet b.v. dat er deze maand 4.094 oproepen waren. Maar wat waren de specifieke problemen die werden genoemd voor uw nieuw uitgebrachte widget?

U kunt deze informatie doorgeven aan het product-ontwikkelingsteam, zodat zij eventuele problemen kunnen oplossen.

- ▶ Of u kunt bepalen van alle 523 succesvolle upsell-oproepen van vorige week, welke product-/servicelijnen vertegenwoordigen ze? Bedenk met deze gegevens in de hand hoe waardevol het kan worden voor uw ondersteuningsorganisatie, uw verkoopteam, uw marketingteam, uw productontwikkelingsteam enzovoort. Ze zouden schreeuwen om dit soort informatie over de producten van het bedrijf. Je kunt deze product specifieke gesprekken ook met deze teams delen, zodat ze kunnen horen waarom
- ▶ Klanten stemmen in met upgrades of wat zeggen mensen over de nieuwe widget - de goede en de slechte.

Klant Order bevestiging

Hoe weten we zeker dat de klant toestemming heeft gegeven voor de bestelling?

Hoe train ik mijn agenten om ervoor te zorgen dat ze weten op welke woorden ze moeten letten en hoe ik de toestemming voor de bestelling 100% kan verifiëren?

- ▶ Wanneer uw callcentermedewerker aan de lijn is met een klant of potentiële klant en er mondelinge toestemming wordt gegeven om een bestelling uit te voeren, moet u mogelijk die autorisatie later verifiëren als er een geschil zou ontstaan. Soms vergeten klanten dat ze een dergelijke goedkeuring hebben gegeven om hun rekening te crediteren belasten, of soms willen ze gewoon een manier om de aankoop te annuleren nadat ze van gedachten zijn veranderd.
- ▶ U heeft bescherming nodig tegen dergelijke geschillen / uitdagingen. Opgenomen gesprekken bieden u deze bescherming. U kunt de vorige oproep ophalen en de opname beluisteren om te controleren of de autorisatie inderdaad is gegeven. U kunt ook luisteren naar verklaringen die tot dergelijke verwarring hebben geleid en ervoor zorgen dat uw agenten naar deze signalen luisteren om verdere geschillen op te lossen.
- ▶ Met andere woorden, u kunt deze opnames ook gebruiken om informatie te verzamelen om uw agenten beter te trainen om meer deals te sluiten en ervoor te zorgen dat ze de intentie van de klant om al dan niet te kopen goed begrijpen.

Concurrentie informatie

Wees de concurrentie te slim af en troef ze af met een geweldig aanbod

"Als directeur verkoop moet ik weten wanneer onze concurrentie een promotie aanbiedt of stimulans die onze verkoop zou kunnen belemmeren."

Wanneer (potentiële) klanten uw callcenter of onderneming bellen, weten ze vaak niet of ze een aankoop willen doen. Soms brengt deze onzekerheid informatie van hen naar voren over uw concurrentie.

- ▶ "Nou, bij XYZ hoef ik geen aanbetaling te doen voor een proefperiode van 30 dagen."

Of

- ▶ "Ik krijg dit of dat cadeau als ik me aanmeld bij ABC Bedrijf."

Deze concurrentie informatie (afkomstig van uw gespreksopnames) geeft uw verkoop- en marketing organisatie het inzicht dat ze nodig hebben om campagnes opnieuw op elkaar af te stemmen om maximaal succes te garanderen.

Uw agenten hebben deze informatie ook in gedachten wanneer andere (potentiële) klanten bellen, zodat ze kunnen anticiperen hoe ze deze uitdagingen kunnen aanpakken, bijvoorbeeld door een soortgelijk aanbod te doen.

Klachten door klanten

Breng klachten en opmerkingen makkelijker in beeld

Wanneer u gesprekken opneemt, beschikt u over een schat aan informatie die u kan helpen (potentieel) verloren klanten te voorkomen.

Stel je voor dat een klant belt en zijn abonnement opzegt. Je kunt meteen teruggaan en naar die oproep luisteren om erachter te komen waarom hij wegging.

Een supervisor ook contact kunnen opnemen met de klant om te proberen hem terug te winnen (als het product inderdaad defect was), en ze zou het telefoontje krijgen om te luisteren om haar te helpen begrijpen waarom de klant wegging.

Als supervisor kun je (misschien samen met je marketing- of klantenserviceteam) standaardreacties voorbereiden op klantindicaties van overlopen. Dit zal helpen bij het behouden van klanten en het trainen van de vaardigheden van uw medewerkers.

De kracht van gespreksopname benutten

Waarom neemt u gesprekken op ?

Meerdere antwoorden waren mogelijk

Zorg voor kwaliteitsservice, beoordeling medewerkers	69 %
Geschillenbeslechting , risicobeheer, bescherming	56 %
Training/coaching/ontwikkeling	43 %
Naleving regelgeving of interne processen	33 %
Orderverificatie	19 %
Optimalisatie van verkoopprestaties	11 %
Motivatie van het personeel, stimulerend	10 %
Ideeën voor productontwikkeling	8 %
Bron: Orecx	

Als u in de wacht bent gezet tijdens een telefoongesprek met een organisatie of haar klantenservice, hebt u waarschijnlijk het bericht gehoord: "Deze oproep kan worden gecontroleerd voor trainings- en kwaliteitscontroledoelinden." We horen de woorden zo vaak dat we er nauwelijks meer aandacht aan besteden. Toch suggereert hun prevalentie iets belangrijks: bijna alle organisaties vinden het noodzakelijk, zelfs cruciaal, om hun klantgesprekken op te nemen.

Het opnemen van gesprekken heeft ingang gevonden in een groot aantal sectoren, van financiële dienstverlening en detailhandel tot gezondheidszorg en productie, om nog maar te zwijgen van non-profitorganisaties en overheidsinstanties. Grote en kleine organisaties, in elke regio van de wereld, maken gebruik van de kracht van gespreksopname.

Waarom? Die vraag werd gesteld aan meer dan 80 professionals die werkzaam zijn in verschillende sectoren, functies en geografische locaties:

Laten we de vijf belangrijkste redenen eens nader bekijken.

De kracht van gespreksopname benutten

Reden #1:

Zorg voor kwaliteitsservice, beoordeling medewerkers

Ondanks technologische innovaties en alternatieve communicatiemiddelen, tonen onderzoeken aan dat 90% van de Amerikaanse consumenten er nog steeds de voorkeur aan geeft hun klantenserviceproblemen via de telefoon op te lossen (Bron: fonolo.com). Voor veel ondernemingen bieden callcentermedewerkers het meest "persoonlijke" contact dat klanten hebben met uw organisatie. De waarheid is dat als uw agenten niet presteren zoals ze zouden moeten, dit een slechte weerspiegeling is van uw hele organisatie.

Deze feiten worden bevestigd door harde statistieken: volgens U.S News & World Report loopt 15% van de klanten van Amerikaanse bedrijven weg vanwege een slechte klantenservice. Verder, op basis van een rapport van de Amerikaanse Small Business Administration en de Amerikaanse Kamer van Koophandel, was de belangrijkste reden waarom klanten weggaan, genoemd door 68% van de respondenten, dat ze boos waren over de behandeling die ze kregen.

Daarom is het economisch en zakelijk zinvol om software voor het opnemen van gesprekken te gebruiken om ervoor te zorgen dat agenten de best mogelijke service leveren. Opgenomen gesprekken bieden inzicht in hoe agenten hun werk doen; van ervoor zorgen dat ze beleefd en respectvol zijn tot ervoor zorgen dat ze zijn uitgerust om lastige vragen te beantwoorden.

Opgenomen gesprekken dienen ook als middel om de efficiëntie van medewerkers te verhogen. Door middel van opgenomen gesprekken kan uw organisatie storingen in het werkstroomproces identificeren, problemen met schermnavigatie opsporen en bepalen waarom gesprekken zo lang duren. U kunt dan beslissen of de software naar behoren werkt of dat de training moet worden verbeterd of vernieuwd om de responstijd voor oproepen te verkorten.

De kracht van gespreksopname benutten

Reden #2 en Reden 5#:

**Geschillenbeslechting ,
risicobeheer, bescherming
en Orderverificatie**

In een perfecte wereld zouden er nooit meningsverschillen ontstaan tussen een onderneming en haar klanten. Helaas komen er meningsverschillen voor en in sommige gevallen kunnen deze situaties escaleren van vriendelijke vragen tot een "hij-zei/zij-zei"-dialoog. Of je het nu leuk vindt of niet, klanten kunnen beweren dat ze nooit een product hebben besteld, het in een andere kleur/maat/kwaliteit hebben aangevraagd, geen toestemming hebben gegeven voor het afschrijven van hun rekening en/of een reeks andere punten van discrepantie.

Hoe kun je bepalen wie gelijk had en wie niet? Met gespreksopname beschikt u over een gemakkelijk te raadplegen bron om deze geschillen op te lossen. Oproep opnemen biedt bescherming om deze meningsverschillen te bestrijden en het biedt een waardevolle hulpbron als het probleem escaleert tot rechtszaken.

Nauw verbonden met geschillenbeslechting is orderverificatie. Dit is gewoon wanneer de organisatie moet controleren of er een bestelling is geplaatst of specifieke details hierover die ter discussie staan. Het hebben van een opgenomen gesprek biedt een tastbaar "bewijsspoor" waarop, indien nodig, kan worden vertrouwd.

De kracht van gespreksopname benutten

Reden #3:

Training/coaching/ontwikkeling

Organisaties investeren aanzienlijke middelen in het selecteren, trainen en behouden van verkoop- en klant-servicepersoneel. Hoe beschermt u deze investering?

Door er alles aan te doen om ervoor te zorgen dat uw personeel succes heeft, zowel in hun eigen voordeel als om het bedrijfsresultaat van uw organisatie te helpen verbeteren.

In deze categorie valt een reeks initiatieven, waaronder het verbeteren van de verkoopconversie, het verhogen van de klantenservice, het motiveren van slecht presterend personeel en het opleiden van nieuw personeel.

Door bijvoorbeeld gespreksopnames te maken, krijgt u inzicht in welke regio's van uw klantenbestand de meeste personen hebben die akkoord gaan met een abonnementsupgrade of een cross-sell. Deze informatie kan uw verkooppersoneel helpen hun tijd te besteden aan de meest veelbelovende doelen.

Bovendien is het luisteren naar telefoontjes van klanten nuttig om agenten te trainen om meer deals te sluiten en om ervoor te zorgen dat ze de intentie van een klant om al dan niet te kopen, goed begrijpen.

De kracht van gespreksopname benutten

Reden #4:

Naleving regelgeving of interne processen

Dit is reden dat het niet opnemen van gesprekken een aanzienlijke impact kan hebben op uw bedrijf. Dit geldt voor bedrijven die telemarketing gebruiken als onderdeel van hun verkoopmodel en voor bedrijven die creditcard-, gezondheid gerelateerde of financiële informatie via de telefoon opnemen. De maximale boete van de AVG bedraagt € 20.000.000 of 4% van de wereldwijde jaaromzet, om nog maar te zwijgen van een negatieve impact op de merkperceptie van het bedrijf.

Naast de redenen die door respondenten worden genoemd, kan het opnemen van gesprekken organisaties in staat stellen om essentiële verkoop- en inlichtingengegevens te verzamelen, die essentiële informatie opleveren voor de besluitvorming.

VPI VCR Suite

Ga voor meer informatie over de meest betaalbare, bruikbare en gebruiksvriendelijke software voor het opnemen van gesprekken ter wereld naar

VP-Innovations

www.vp-innovations.nl

Of bel 085-7440574

Of stuur een mail naar vpivcrsuite@vp-innovations.nl