

Wilco Rietberg (Trinicom) over chatten in een zakelijke context :

“Het commerciële chatten komt er aan!”

Frans Plat, directeur van het ISS-Interfoon Klantenservice Kenniscentrum interviewde Wilco Rietberg van Trinicom over de potentie van chatten als communicatiemiddel in een zakelijke context. Volgens Rietberg staan we met chatten nog aan het begin, maar zal deze interactieve vorm van webcommunicatie ook in de zakelijke context een grote vlucht nemen.

Door Frans Plat

‘De chatfunctie is in feite een verlengstuk van de website. Door de chatfunctie houd je de klant bij het door hem gekozen kanaal, de website. Als een klant op de website bepaalde informatie niet kan vinden en vervolgens daarover een e-mail moet sturen of telefonisch navraag moet doen, dwing je de klant om van een ander kanaal gebruik te gaan maken. Uiteindelijk zou je de klant wel eens kunnen verliezen omdat bijvoorbeeld een antwoord op de mail lang uitblijft, of omdat de telefoon niet snel genoeg beantwoord wordt.’

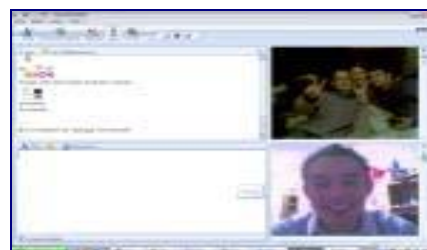
Verkopen is emotie. Behouden van het ‘momentum’ is daarom van belang. Door de chatfunctie houd je de klant niet alleen bij het gekozen kanaal, maar je vermijdt tevens verlies van momentum. Als iemand bij het afrekenen er niet uitkomt kan via de chatfunctie de informatie via hetzelfde kanaal gegeven worden, en wordt de deal gesloten.’

‘De klant kan in zo’n geval zelf via chat een vraag stellen of een agent kan via een pop up pro-actief aanbieden om de klant te helpen. Aan de hand van het ‘klik pad’ kan de agent bijvoorbeeld zien dat een klant lang op de bestelpagina verblijft. Dat is een goed moment om hulp aan te bieden. Voor

klanten betekent dit bovendien gemak, er hoeft immers slechts van één kanaal gebruik te worden gemaakt. Dit bevordert de tevredenheid en loyaliteit.’

Huidige stand van zaken

‘Op dit moment bieden in Nederland ca. 30-40 organisaties bezoekers van hun websites de mogelijkheid om te chatten. Het toepassen van chatten door organisaties staat dus nog in de kinderschoenen. Laten we wel zijn: het afhandelen van de telefonische klantcontacten en het toenemende e-mail verkeer kost organisaties al moeite genoeg. Daar komt nog bij dat nog altijd het kostenperspectief bij investeringen in de klantcontact afhandeling domineert. Het gevolg is dat er weinig ruimte gecreëerd wordt om te leren en tot betere e-communicatie te komen. Beter in de zin van effectiever en efficiënter. Een grootschalige doorbraak van het toepassen van chat functies door organisaties, zal nog enige tijd op zich laten wachten.’



‘Chatsessie waarbij agents met meerdere klanten tegelijk communiceren, en de klanten elkaars vragen en antwoorden kunnen zien, bieden nieuwe en aantrekkelijke mogelijkheden. Klanten delen ervaringen met elkaar en met de organisatie. Voor prospects biedt deelname aan dergelijke sessies kansen om snel veel informatie te verzamelen. Het privacy aspect kan hierbij een belangrijke rol spelen. Organisaties zullen daarom wellicht aarzelen om dit toe te passen. Het zou nu immers ook al in andere kanalen kunnen worden toegepast.’

onderdeel van het customer service budget te zien.’

De toekomst

‘De jeugd van nu is vertrouwd met internet, met web selfservice en met chatten. Met het opgroeien van deze generatie zal web selfservice meer ingezet worden, evenals chatten. Ook de integratie van televisie en internet zal de betekenis van chatten als communicatiemiddel doen toenemen, ook in de communicatie tussen aanbieders en afnemers. Per saldo betekent dit dat meer kennis uit elektronische klantcontacten zal worden verkregen. Uitgebreidere en slimmere knowledge bases zullen het gevolg zijn, waarmee nog betere en kwalitatief hoogwaardige selfservice geboden kan worden, en klanten via chat of telefoon of welk kanaal dan ook nog efficiënter geholpen kunnen worden.’

Internetactiviteiten (basis: internetgebruikers)		
	Minuten/dag	% nooit
1. Chatten, MSN	65	14%
2. Online games spelen	42	23%
3. Downloaden muziek/games/films	30	40%
4. Surfen	27	29%
5. Informatie zoeken voor school	26	19%
6. E-mailen	19	22%
7. Op forums berichten lezen/schrijven	16	56%
8. Op internet radio luisteren	27	73%
9. Dingen over jezelf neerzetten	11	65%
10. Dingen kopen of te koop aanbieden	6	78%

Source: Young & Rubicam/Research.com (n = 698) door observation in opdracht van Sanoma Advertisers, Spring, mei 2004

**Chatten en de jeugd:
de cijfers spreken voor zich...**

Het belang van visie

‘De visie van organisaties op de klantcontact afhandeling gaat nog te weinig uit van de ‘keten gedachte’. Het samenspel tussen marketing, verkoop en service, daar gaat het om. Marketing zorgt voor traffic, voor site bezoek, vervolgens dienen instrumenten ingezet te worden om herhaalbezoek en verkoop te stimuleren. De chatfunctie is een instrument waarmee zowel marketingdoelstellingen, als doelstellingen van verkoop en service, kunnen worden gerealiseerd. Ten onrechte neigen organisaties ernaar om de benodigde investeringen en kosten uitsluitend als

Trinicom en ISS-Interfoon behoren tot de donateurs van ITO

 <p>Lathmerweg 5 7384 AD Wilp T: 0571-268260 www.trinicom.nl</p>	<p>Sinds de oprichting in 2000 heeft Trinicom een flinke groei doorgemaakt. Het bedrijf telt ruim 35 medewerkers en heeft vestigingen in vier Europese landen. Trinicom is specialist op het gebied van web selfservice, e-mail response management, chat en agent support.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Het ISS-Interfoon Klantenservice Kenniscentrum is een platform voor uitwisseling van kennis & informatie op het gebied van customer service.</p> <p>www.klantenservicekenniscentrum.nl</p>
--------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------