

Waarom goede telefonische bereikbaarheid essentieel is voor je omzet

*+ 9 manieren om klanttevredenheid
te optimaliseren*

Hoe je het ook wendt of keert, een onderneming valt of staat met het oordeel van klanten. Zijn ze blij? Dan heb je ambassadeurs voor het leven. Zijn ze ontevreden? Tja, dan zul je dat ook merken. Vooral millennials hebben een slechte review zó uitgedeeld. En dat kan funest zijn. Voor je imago, voor nieuwe aanvragen en uiteindelijk ook voor je omzet. Uiteraard wil je dat voorkomen. Goed klantcontact begint met goede bereikbaarheid. In deze whitepaper delen we daarom insights in het belang van bereikbaarheid én een simpele formule om je klanttevredenheid te optimaliseren.



Stel je voor. Een klant probeert je bedrijf te bereiken en krijgt **a) een bandje, b) een gehaast antwoord, c) geen goede opvolging van zijn / haar vraag, d) helemaal geen gehoor**. Wat zou jij doen als je die klant was?

Het blijken de grootste frustraties: geen gehoor, doorgeschakeld worden of geen oplossing vinden voor een probleem. Onderzoek laat zien dat bellers zelfs verwachten binnen 15 seconden iemand aan de lijn te krijgen. Inclusief zorgvuldig antwoord op hun vragen. In de praktijk blijkt helaas dat een op de vijf belletjes uitdraait op een teleurstelling.

***Eén op de vijf
belletjes draait
uit op een
teleurstelling.***

Onderzoek van Quality Support, gebaseerd op 15.000 'mystery calls', laat zien dat telefonische bereikbaarheid van bedrijven in 2017 zelfs verslechterd is. Klanten voelen zich in **33%** van de gevallen niet geholpen. Terugbelafspraken worden niet nagekomen, ze krijgen het juiste antwoord op hun vraag niet én in **51%** van de gesprekken wordt weinig tot geen empathie getoond.

Geen verrassing dat dit leidt tot ergernis. Met als gevolg geschaad vertrouwen, een breuk in loyaliteit, een negatief verhaal en uiteindelijk slechte reputatie. Klanten zijn je ambassadeurs en in de tijd dat word of mouth belangrijker is dan ooit, wil je dat het verhaal dat de rondte doet positief is. Een slecht verhaal is zó verteld op een borrel of social media, en kan flinke schade aan je imago aanrichten.



Leads, leads, leads



Bij een bezoek aan de website of een belletje voor persoonlijk contact is informatie op maat en een vriendelijk geluid dus essentieel. Het is eigenlijk zo simpel. Als klanten niet goed bediend worden, lopen ze weg. Dat werkt zo in een winkel, dat werkt zo aan de telefoon en dat werkt zo online. In 2016 onderzocht Northridge Group ervaringen en verwachtingen van customer services. In dat onderzoek antwoorden respondenten dat een klantenservice via de telefoon in **89%** van de gevallen aan de verwachtingen voldoet of deze overtreft. Dezelfde respondenten vinden ook dat de telefoon het makkelijkste kanaal is om contact op te nemen met een klantenservice. Bovendien zegt **60%** dat de telefoon het beste kanaal is om tijdens het eerste contactmoment een issue op te lossen.

Het is eigenlijk zo simpel. Als klanten niet goed bediend worden, lopen ze weg.

Het belang van goede bereikbaarheid komt nog iets nauwer als het gaat om het aantrekken van nieuwe klanten. Uit onderzoek onder 200 B2B marketeers in Nederland, blijkt dat ruim **80%** leadgeneratie als strategische focus geeft voor 2018. De keuzes voor de middelen die daarvoor ingezet worden variëren van contentmarketing tot zoekmachine optimalisatie en social media. En hoewel dat allemaal prachtige manieren zijn om nieuwe klanten te werven, valt dit in het niet als de basis niet klopt. Als potentiële klanten bij het eerste contact, het eerst belletje of e-mailcontact niet goed te woord worden gestaan is het momentum voorbij.

En als leadgeneratie key is, moet leadopvolging minstens zo belangrijk zijn. Een luisterend oor, een terugbelafsprake en beantwoorden van vragen zijn eenvoudige manieren om niet onverhoopt omzet mis te

lopen. Uiteraard is dat nooit je bedoeling als ondernemer, vaak heb je niet eens door dat klanten je niet kunnen bereiken of dat je in de drukte vergeet terug te bellen. Waar je het wel aan kunt zien? De cijfers. Door slechte telefonische bereikbaarheid kan een bedrijf per jaar honderdduizenden euro's mislopen.

Door slechte telefonische bereikbaarheid kan een bedrijf per jaar honderdduizenden euro's mislopen.

Maar goed, aan de andere kant is het soms niet anders. Soms kun je nu eenmaal je telefoon niet opnemen. Bovendien ligt de prioriteit en focus van het werk daar niet. En bij veel bedrijven wordt het steeds drukker. De economie trekt aan. Vooral zakelijke dienstverleners, zoals makelaars, advocaten en consultants, maar ook winkeliers bijvoorbeeld, zitten vaak niet de hele dag achter hun bureau. Ze zijn voor klanten 'bereikbaar' op hun mobiele telefoon, maar tijdens een meeting, zitting of onderweg kunnen ze die niet altijd beantwoorden. En hoewel lopende zaken dan misschien gewoon prima lijken te gaan, is het onbewust funest voor dat precare eerste klantcontact of een sudderend probleem dat getackeld moet worden.

De formule voor optimale klanttevredenheid



Goede bereikbaarheid blijkt dus de eerste stap in positieve klantbeleving. De telefoon daadwerkelijk opnemen en terugbel-afspraken nakomen bedoelen we dan. Behulpzaam zijn en vragen van klanten goed afhandelen, laat zien dat je je om hen bekommert. Dat vinden ze fijn. Net als volledige, relevante informatie, kwalitatief sterke output en een beetje extra effort. Allemaal investeringen in klanttevredenheid. En het vraagt geen hogere wiskundige kennis om te concluderen dat tevreden klanten uiteindelijk leiden tot hogere omzet.



Om je klanten optimaal tevreden te stellen zijn een aantal key factoren belangrijk. We laten zien hoe je deze inzet om klanttevredenheid te optimaliseren.

1. Core business



Het begint allemaal met je core business. Welke taken wil je zelf doen (omdat je daar goed in bent en je business sneller groeit), en welke taken kun je beter uitbesteden? Heb je dat helder voor ogen? En lukt het om daarop te blijven focussen? Jouw focus is essentieel om je klanten tevreden te houden. Waarom doe je wat je doet? Wat wil je bereiken met jouw onderneming? Waar ben je goed in, en waar krijg je elke dag energie van? Deze eyes on the price-houding werkt aanstekelijk, houdt je scherp en straalt af op je klanten.

2. Kwaliteit



Hoe goed je marketing of je service ook is, de kwaliteit van je product is allesbepalend. Je kunt nog zo'n prachtige promotie-actie bedenken, als je product niet aan de wensen van je klant voldoet keldert de tevredenheid. Simpel. Je klanten zijn het meest tevreden als jij goed werk levert. Kwaliteit moet bovenaan je prioriteitenlijstje staan.

3. Concentratie



Elke keer als je onderbroken wordt in je werk, duurt het 20 minuten om opnieuw te focussen. Veel telefoontjes en hectiek op de werkvloer, kan er dus al gauw voor zorgen dat je je focus nooit helemaal echt kunt pakken. Maar oppperste concentratie zorgt er wel voor dat je in elk geval de meest basale afspraken met je klanten kunt nakomen, namelijk: goed werk, binnen de afgesproken tijd.



4. Persoonlijk contact



Hoewel informatie altijd en overal beschikbaar is en klanten keuzes baseren op ervaringen en reviews van mensen uit hun omgeving, gaat er niets boven persoonlijk contact. Wat de vraag ook is: een klant wil een antwoord op maat. Een lijstje FAQ's op je website volstaat niet meer. Zoals eerder genoemd worden klanten het liefst persoonlijk telefonisch te woord gestaan en geholpen, met aandacht dus.



5. Vriendelijk geluid



Eerder genoemd onderzoek liet zien dat bij 51% van het telefonisch contact weinig tot geen betrokkenheid getoond werd. Waar dat aan ligt? Haast, druk, irritatie. Terwijl het niet moeilijk is. Een vriendelijke stem, een grapje, een gezellig gesprek, maar bovenal inleving in het probleem lost al de helft van de frustratie van de klant op. Empathie is dé manier om een klant gerust te stellen of binnen te halen.

6. Luisterend oor



Bovendien is een probleem negen van de tien keer al opgelost op het moment dat een klant zijn of haar verhaal kwijt kan. Een luisterend oor, een klankbord, iemand die meedenkt... Het kan wonderen doen voor de klantbeleving. Een behulpzame kracht aan de andere kant van de lijn kan een slecht verhaal in de kiem smoren.

8. Accuraat antwoord



Als een klant de moeite doet om contact op te nemen en duidelijkheid te vragen, is het van belang dat hij dit ook daadwerkelijk krijgt. Geen gehoor, verwarrende antwoorden en kastje-naar-de-muur-situaties zijn not done als het gaat om een positieve klantbeleving. Het kan natuurlijk heus zo zijn dat een antwoord niet direct gegeven is, maar ook daarvan is de juiste afhandeling noodzakelijk.

9. Online bereikbaarheid



Online bereikbaarheid begint bij goede vindbaarheid van accurate informatie, maar dat kan nóg beter door bijvoorbeeld een live chat-functie. Door proactief klanten te begeleiden op je website, worden onzekerheden en vraagtekens over producten weggenomen. En dat komt uiteindelijk de klantloyaliteit ten goede. **Live chat verhoogt de conversieratio met zo'n 35% tot 65%, doordat bezoekers direct geholpen worden op het moment dat ze een vraag hebben.**



Met Dhr. Zlatan Sivo, eigenaar van Sivo Advocatuur in Amsterdam, gingen we in gesprek over de essentie van goede bereikbaarheid.

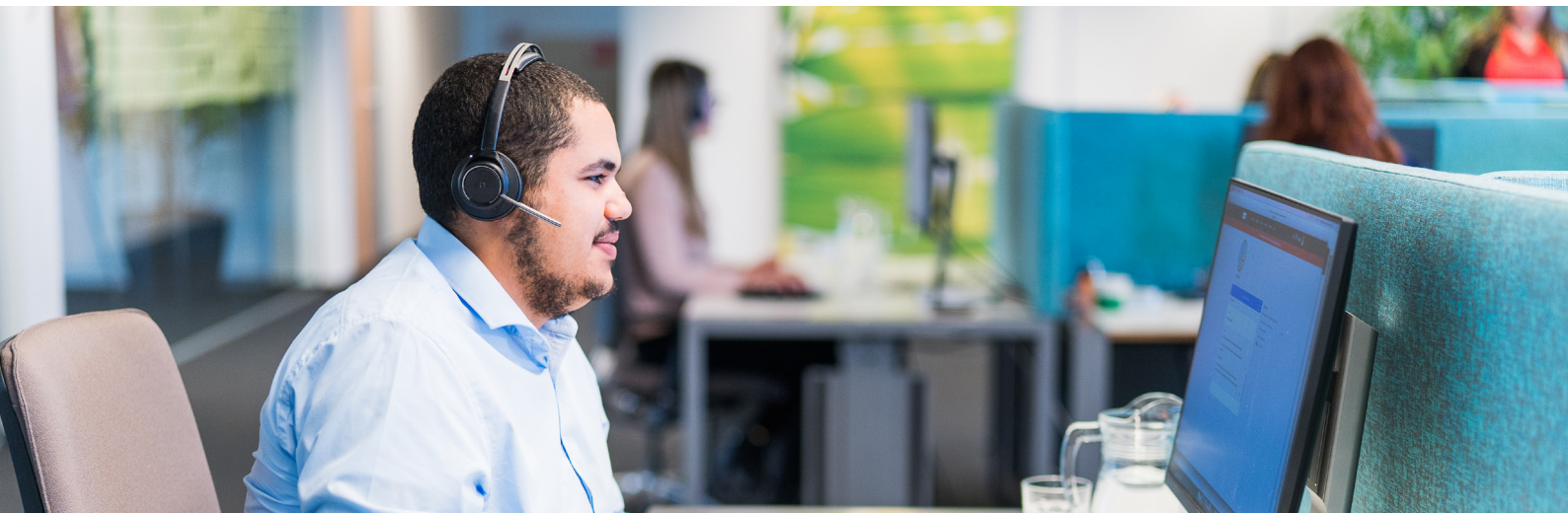
Doordat hij dagelijks veel gemiste oproepen telde, besloot hij te gaan samenwerken met BizziPhone.

Sivo: "Allereerst leidden al die telefoontjes me erg af als ik gefocust zat te werken. En in negen van de tien telefoontjes stelden cliënten algemene vragen, over de datum van een zitting bijvoorbeeld." Vragen die een telefoniste ook kan beantwoorden. Hij besloot daarom te zoeken naar een oplossing. "Werken met BizziPhone bleek een goede, goedkope oplossing. We schakelen de telefoon nu door als we rust willen. Ik kan daardoor beter focussen op mijn echte werk," legt hij uit. "We hebben in de hand wanneer we zelf willen opnemen en wanneer we doorschakelen."

"Clienten dachten dat er daadwerkelijk een secretaresse bij ons op kantoor zat."

Ook als ik weet dat er belangrijke telefoontjes binnenkomen die ik niet kan opnemen, schakel ik door om een terugbelafpraak te laten maken.”

“Het is belangrijk dat cliënten in elk geval gehoor krijgen,” vervolgt hij. “Dat iemand de telefoon opneemt, dat ze serieus worden genomen. Voor ons levert dat klanttevredenheid op. Eerst had ik last van die gemiste oproepen, maar nu is de bereikbaarheid verbeterd. De telefoon wordt altijd opgenomen, mensen kunnen een bericht achterlaten en ik kan later terugbellen als het nodig is. Ik merk dat cliënten positief zijn. Het is fijn dat ze te woord zijn gestaan. Dat ze hun verhaal kunnen doen. Dat is belangrijk, want zo komen ze bij ons binnen. Onze cliënten dachten dat er daadwerkelijk een secretaresse bij ons op kantoor zat. Dat vond ik wel een mooie reactie.”



Altijd bereikbaar dankzij BizziPhone



BizziPhone ondersteunt door te zorgen dat jouw bedrijf altijd bereikbaar is. Door de telefoon op te nemen als jij dat niet kan of wil, door de live chat-functie te beheren op jouw website én door berichten aan te nemen en netjes door te geven. Met een vaste telefoniste en een vast support team zorgen we dat klanten altijd persoonlijk te woord worden gestaan door dezelfde mensen. We kunnen de basisvragen beantwoorden en terugbelafspraken inplannen. Je kunt zelf bepalen wanneer je je telefoon doorschakelt: tijdens meetings, deadlines of na 3 keer overgaan bijvoorbeeld. Dat kan ook 's avonds en in het weekend.