



Klantservice verbeteren door kennismanagement

Dr. Paul van den Brink MBA (On The Brink) en Jolanda Oosterbeek (Kenniscentrum Calibris)

Trefwoorden: klantservice, klantcontact, kennismanagement, kwaliteitsmanagement, kennis overdracht, social media, SharePoint 2013, Office 365, SP Customer Service Portal

Dit artikel beschrijft een visie op een moderne klantservice en licht toe hoe deze in de praktijk gebracht is.

Visie: de klant beter bedienen door effectief kennismanagement

Twee trends spelen een belangrijke rol bij het beter bedienen van uw klanten: de digitalisering van het klantcontact en dat de manier waarop uw klant het contact met uw organisatie ervaart in toenemende mate het succes van uw organisatie bepaalt.

Contact met de klant vindt plaats over meerdere communicatiekanalen tegelijk: bezoek, telefoon, e-mail, chat en WhatsApp, social media (Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube) en self service (communities en fora). Om de klant snel een correct, eenduidig en deskundig antwoord te kunnen geven — ongeacht het gekozen communicatiekanaal — is het essentieel dat de kennis van de medewerkers in uw organisatie optimaal gebruikt wordt, daar waar het nodig is en wanneer het nodig is.

Onze visie is daarom enerzijds gericht op het beter bedienen van de klant en anderzijds op het verbeteren van het (intern en extern) delen van documenten, ideeën, gedachten, oplossingen en kennis.

Dat betekent dat de klant effectief, snel en daadwerkelijk geholpen wordt, dat de kennis van collega's optimaal ontsloten is, dat de kennis uit de klantcontacten gebruikt wordt om de producten en diensten te verbeteren, dat klantcontact en klantservice ingezet wordt om uw klanten aan uw organisatie te binden en dat de effecten van de klantservice gemonitord worden.

Direct respons: chat, Twitter en Facebook

Brieven en telefonische klantcontacten nemen in omvang af. Klantcontacten worden steeds meer online afgehandeld via het web, chatbots, e-mail en sociale media. Onze ervaring is dat klanten niet meer willen wachten op een antwoord op een via een webformulier of via e-mail gestelde vraag. Nee, zij willen direct een antwoord hebben.

Chatten (instant messaging) voorziet in die klantbehoefte. Er ontstaat instant, directe communicatie tussen de klant en uw organisatie in korte, concrete berichten. De reactiesnelheid neemt ontzettend toe, hetgeen zich positief vertaalt in hoe de klant de dienstverlening van uw organisatie ervaart.

Bij onduidelijkheden in de communicatie kan direct toelichting gevraagd worden wat tijdbesparend werkt en mogelijke irritatie bij de klant voorkomt. Een chat-mogelijkheid werkt drempelverlagend voor de klant om contact te zoeken. Daarbij kan een klantservice medewerker vaak meerdere chats tegelijk kan afhandelen.

Naast instant messaging zorgt een webcare team voor een snel antwoord van een op Twitter of Facebook gestelde vraag.

Self service

Sommige klanten willen hun eigen vraag ook via een systeem kenbaar maken, als men geen tijd of zin heeft om te bellen bijvoorbeeld. Het past in deze klantbehoefte om in een eigen klantomgeving een online platform te bieden waarop de klant zijn mening kwijt kan of zijn eigen vraag kan registreren en de behandeling daarvan kan volgen. Reeds bekende gegevens hoeven niet opnieuw door de klant ingevoerd te worden. Ook kan eenvoudig informatie en kennis over producten en diensten gevonden worden door op dit platform informatie over veelvoorkomende vragen te publiceren.

De gedachte hierbij is niet een efficiëntie slag voor het bedrijf omdat bepaalde zaken door de klant zelf uitgevoerd worden. Volgens ons moet de insteek het realiseren van een win-win situatie zijn: self service moet vooral een betere klantenrelatie dienen.

Klantenforum

Je ziet steeds vaker dat klanten elkaar helpen volgens het principe van 'crowd service'. Klanten hebben veel kennis van de producten en diensten en weten soms meer dan de eerste lijn. De meeste klanten willen graag geholpen worden door andere klanten. Daarbij is een groot aantal klanten genegen om anderen te helpen.

Door een platform te bieden waar klanten elkaar kunnen spreken en elkaar hun vragen voorleggen wordt de verbinding met uw organisatie versterkt en vang je twee vliegen in een klap. Ten eerste wordt de klant geholpen door iemand die als 'gelijkwaardig' beschouwd wordt, en ten tweede krijgt de organisatie inzicht in het gebruik van de producten en diensten. Daarbij is een klantenforum 24/24, 365 dagen per jaar beschikbaar. Klantservice speelt een rol op de achtergrond en zal soms zelf actief reageren ofwel een specialist in de organisatie attenderen. Naar verwachting zal klantservice met hoger gekwalificeerd personeel gaan werken om zo haar veranderende rol binnen kwaliteits- en kennismanagement in de organisatie te kunnen waarmaken.

Leren van klanten

Door klantservice transparant in te richten, komt klantinformatie gratis en voor niets beschikbaar voor de organisatie. Dit geeft een directe aansluiting bij kwaliteitsmanagementprocessen om zo direct de deskundigheid van klanten te kunnen inzetten bij de verbetering van producten en

diensten. Klantservicemedewerkers leveren zo een belangrijke bijdrage aan het delen van deze kennis in de organisatie en het mogelijk maken van door klanten gewenste innovatie.

Klanten hebben vaak een mening over de producten en diensten: zij willen helpen om de zaak beter te maken. Van belang is om duidelijk te maken dat de organisatie die mening graag wil horen, er iets tegenover zet en er daadwerkelijk ook wat mee doet. Als klanten zich serieus genomen voelen bindt hen dat aan de organisatie en biedt het u de mogelijkheid een langdurige serieuze relatie met hen aan te gaan.

Visie in de praktijk gebracht

Om onze visie op een verbeterde klantservice en kennis-infrastructuur te concretiseren hebben we in een pilot in het voorjaar van 2014 informatie- en communicatie-technologie ingezet om zowel klanten als medewerkers — ongeacht tijd, locatie en device — met elkaar en met digitale content te verbinden.

We hebben daarvoor een Microsoft SharePoint 2013 en Office 365 omgeving ingericht. Deze omgeving helpt bij het optimaal ondersteunen van het klantcontact en het vergroten van self service door (potentiële) klanten. De door een professionele klantservice organisatie gewenste functionaliteit om de dagelijkse werkzaamheden in een SharePoint 2013 en Office 365 omgeving te ondersteunen is gerealiseerd door het installeren van de SharePoint app SP Customer Service Portal.

Er is gekozen voor Microsoft SharePoint 2013 en Office 365 omdat dit de de facto wereldstandaard is om (virtueel) samenwerken en kennis delen mogelijk te maken. De keuze voor de Customer Service Portal is genomen doordat het systeem volledig geïntegreerd is in SharePoint 2013 in de Cloud. Deze app biedt een web self service faciliteit, een klantenforum en chatfunctionaliteit. Ook is een uitgebreide opmaak van kennisitems mogelijk, zoals het toevoegen van video en afbeeldingen. Een ander voordeel is dat het systeem zonder tussenkomst van de ICT-afdeling zelf door de klantservice afdeling aan te passen is. Daarbij zijn de kosten van aanschaf en onderhoud laag.

Conclusie

Digitale media bieden geweldige kansen voor een goede klantservice. Klanten kunnen steeds makkelijker in contact komen met uw organisatie en u met hen. Als de klantservice goed is ingericht kan de service echt worden verbeterd. En dat is van belang, al was het alleen maar omdat klantservice het visitekaartje is van een organisatie anno 2014.

Als u laat zien dat u de vragen en wensen van uw klanten serieus neemt, maakt u de beste reclame voor uw bedrijf. Verbind de kennis uit klantservice daarbij met kwaliteitsmanagement, en uw organisatie krijgt de kans te profiteren van een schat aan informatie over het gebruik en de waardering van uw producten en diensten!

Auteurs

Dr. Paul van den Brink MBA is academisch opgeleid in de informatica en heeft een Master in de bedrijfskunde. Hij heeft onderzoek gedaan naar en een dissertatie geschreven over sociale, organisatorische en technologische condities die kennismanagement faciliteren. Paul is oprichter van

On The Brink B.V., een adviesbureau dat al meer dan 10 jaar gespecialiseerd is in kennismanagement (zie: www.onthebrink.nl en www.kennis-management.nl). Hij is bereikbaar via telefoonnummer 06-50438437 en via think@onthebrink.nl.

Jolanda Oosterbeek is meer dan 7 jaar teamleider klantcontact en klantservice bij kenniscentrum Calibris met een passie voor informatie en kennis. Een klant ziet zij niet als iemand die je tevreden moet houden, maar als een mondige gesprekspartner die goed bediend moet worden bij het gebruik van je producten en diensten. Jolanda is bereikbaar via telefoonnummer 06-53564179 en via j.oosterbeek@calibris.nl.

Literatuur

- Brink, P. van den, *Social, Organizational, and Technological Conditions that enable Knowledge Sharing*, Proefschrift Technische Universiteit Delft, november 2003.