

Strategic Decisions Monitor

Trends in customer service

april 2018



© KIRC 2018

Niets uit deze publicatie mag geheel of gedeeltelijk
op enigerlei schriftelijke, elektronische of andere wijze
openbaar worden gemaakt zonder voorafgaande toestemming van
de Stichting Klantinteractie Research Centrum



Opgesteld door
Stichting Klantinteractie Research Centrum
www.kirc.nl
Nieuwegein, mei 2018

Sponsors

De Strategic Decisions Monitor is een niet-commercieel initiatief dat mogelijk wordt gemaakt door de volgende sponsors:

 BRW GROEP Customer Experience Management	 Customer Service Academy	 CONDUENT
 GENESYS™	 dimension data	 TELEOPTI
 FRONTLINE innovatief en spraakmakend!	 klantenservicefederatie	 FERMENT MANAGEMENT
 Klantcontact.nl	 IPG	 metier™ academy benelux
 KCM	 TALENT 4 SERVICE	 SkyWalker recruitment
 pegamento	 Teleperformance	 PLATFORM KLANTGERICHT ONDERNEMEN
 FLEXIBEL SUSO DIENTEN WERK	 CX company	 Calliv customer care communication
 Adecco Call Center Solutions better work, better life	 contactcentres.be	 VIPcom interaction
 Top 30 Contactcenters voor Customer Service		

Inhoud

Inleiding	5
Samenvatting	6
Resultaten	8
Verantwoording	10

Inleiding

Onderzoek voor en door klantcontactprofessionals

De Strategic Decisions Monitor (SDM) peilt iedere maand de mening van klantcontactprofessionals over een relevant thema. Het thema wordt bepaald in overleg met donateurs van KIRC. De vragenlijst wordt via een korte online survey voorgelegd aan een panel van 400 professionals. Deelnemers aan het onderzoek ontvangen de rapportage in hun mailbox.

Recente onderzoeken

In het afgelopen jaar zijn er in het kader van de SDM onderzoeken uitgevoerd naar de volgende thema's:

- Krachte op de arbeidsmarkt
- Meten van klantbeleving
- Artificiële intelligentie
- Spraaktechnologie
- Self service
- Live Chat
- WhatsApp

Kijk voor meer informatie over deze onderwerpen op www.kirc.nl

Publicatie op klantcontact.nl

Aan de onderzoeksresultaten wordt aandacht besteed op klantcontact.nl. Voor deze publicaties wordt in overleg met donateurs een artikel geschreven.

The image shows two overlapping screenshots. On the left is a page from 'klantcontact.nl' with the headline 'Selfservice: kans of bedreiging?'. The article text discusses the impact of self-service on customer service, mentioning automation and the role of chatbots. On the right is a screenshot of the 'klantcontact.nl' website homepage, showing navigation links like 'HOME', 'VACATURES', and 'KLANTCONTACT.NL', along with a search bar and a 'Type en enter' button.

Samenvatting (1/2)

Inleiding

Aan het begin van elk kalenderjaar worden ze weer gepresenteerd: de trendlijstjes. Wereldwijd buigen experts uit verschillende vakgebieden zich over de meest relevante ontwikkelingen in techniek, marketing en communicatie. Uit deze lijstjes stelt KIRC nu alweer voor het vijfde achtereenvolgende jaar de 10 trends in klantinteractie samen, die in het Better Practices Theater op de Multichannel Conference in april worden gepresenteerd. Maar hoe goed zijn die voorspellingen eigenlijk? In de SDM van maart legden we deze vraag voor aan ons panel van klantcontactprofessionals. 39 van hen gaven hun mening.

Omnichannel: we zijn er nog niet

Volgens de deelnemers aan het onderzoek is omnichannel de meest belangrijke trend van de afgelopen jaren. Deze trend verscheen in 2014 voor het eerst op onze trendlijsten, om vervolgens niet meer te verdwijnen. Anno 2018 is deze trend volgens de deelnemers nog niet helemaal uitgekomen; 39% verwacht dat dit jaar zal gaan gebeuren, 47% verwacht het later. Dat betekent overigens niet dat er een einde komt aan het bieden van méér klantcontactkanalen; 39% verwacht niet dat er een einde aan MULTichannel komt. Interessant in dat verband is dat e-mail volgens de ondervraagden nog niet heeft afgedaan: 31% denkt dat het kanaal e-mail niet zal gaan verdwijnen, en 21% verwacht niet dat live chat e-mail zal gaan vervangen.

Klantbeleving voorop

Customer Experience is volgens de klantcontactprofessionals niet meer weg te denken in klantinteractie. Volgens een kwart van de deelnemers is dit de belangrijkste trend, die volgens 42% ook helemaal uitgekomen is. Goed ketenmanagement is daarvoor, zoals we al beschreven in onze publicatie over Customer Journey Management uit 2016, een belangrijke voorwaarde. 31% vindt ketenmanagement dan ook de belangrijkste trend – een kwart denkt dat deze ook daadwerkelijk is uitgekomen en 47% denkt dat dit dit jaar gaat gebeuren.

Big Data

De derde belangrijke factor in de ontwikkeling van klantinteractie sinds 2014 is Big Data. 28% vindt Big Data het meest belangrijk - voor het verkrijgen van een compleet klantbeeld (15%) of voor het optimaliseren van het klantcontact (13%). De klantcontactprofessionals denken in meerderheid dat de ondersteuning door Big Data nog niet helemaal gerealiseerd is.

Technologische ontwikkelingen

Volgens de ondervraagde klantcontactprofessionals zijn onze technologische voorspellingen op dit moment nog minder relevant. 13% zegt weliswaar dat de digitalisering van het klantcontact de belangrijkste trend is, maar 21% verwacht dat dit uiteindelijk niet gaat gebeuren. Andere ontwikkelingen, zoals intelligent call routing, de toepassing van Artificial Intelligence en chatbots en Internet-of-Things, worden door een enkeling wel genoemd als belangrijk, maar de meeste ondervraagden verwachten dat deze trends zich nog moeten bewijzen.

Samenvatting (2/2)

De rol van het contact center

In 2017 hadden we het voor het eerst over de centrale positie van het contact center als relatie/oploshub en de daarmee samenhangende rol van de agent als professionals. Beide ontwikkelingen worden door een klein aantal klantcontactprofessionals als belangrijk gezien. 48% denkt dat het contact center deze centrale positie dit jaar zal gaan krijgen; 62% verwacht dat de ontwikkeling van de agent als professional in de komende jaren gestalte krijgt.

Hoe goed waren onze voorspellingen?

De drie belangrijkste trends van de afgelopen 5 jaar zijn volgens de klantcontactprofessionals in het SDM panel:

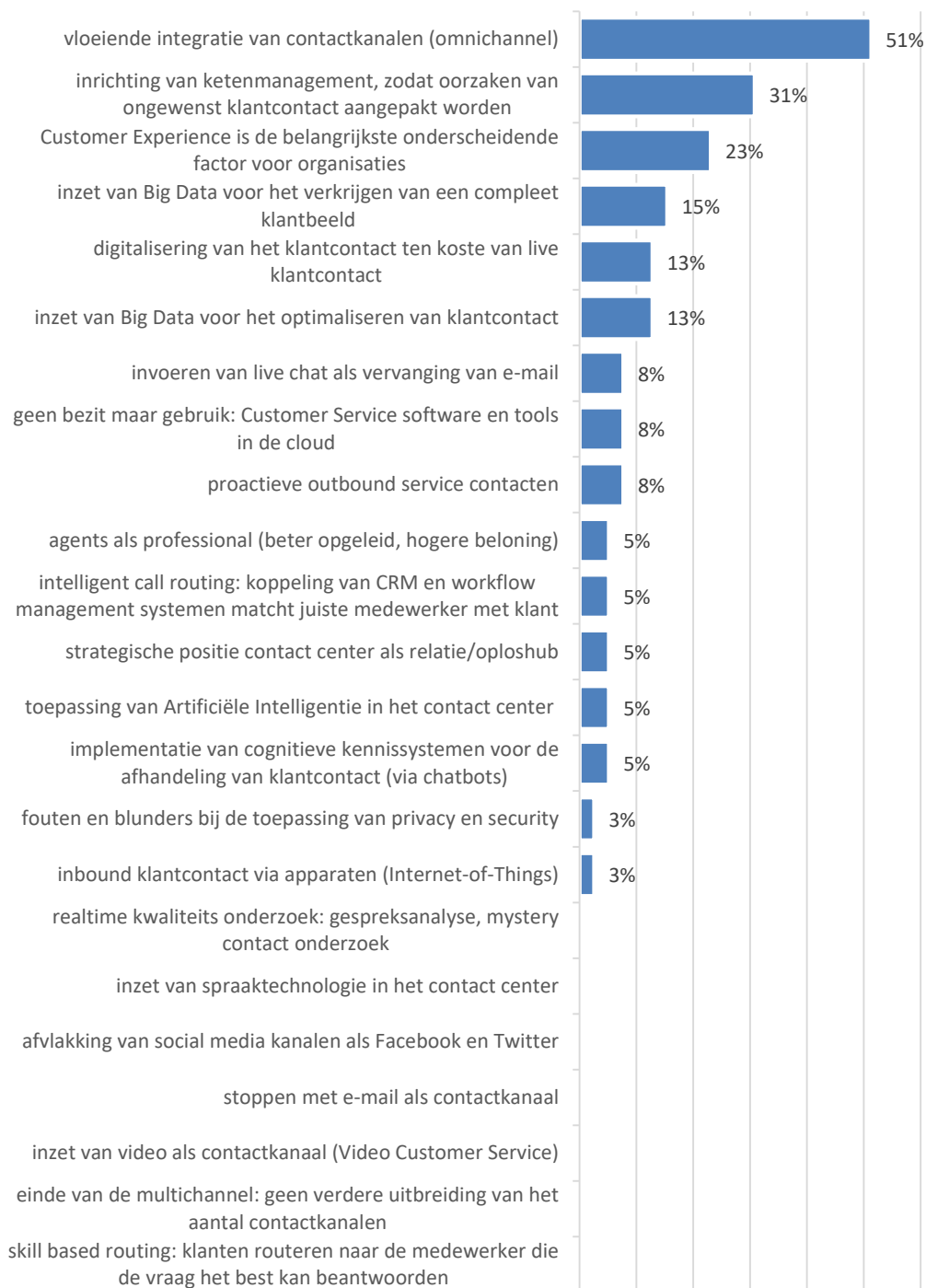
1. Omichannel; voor het eerst gepresenteerd in 2014
2. Customer Experience; 2014
3. Big Data; 2015

De deelnemers aan het onderzoek geven in meerderheid aan dat deze trends of al grotendeels zijn uitgekomen, of in de komende jaren zullen gaan uitkomen. Daar staat tegenover dat klantcontactprofessionals nog niet overtuigd zijn van de ontwikkeling van kanalen als live chat (als vervanger van e-mail) of video customer service. De komende jaren zullen uitwijzen in hoeverre deze voorspellingen waarheid zullen worden.

Resultaten

5 meest belangrijke trends

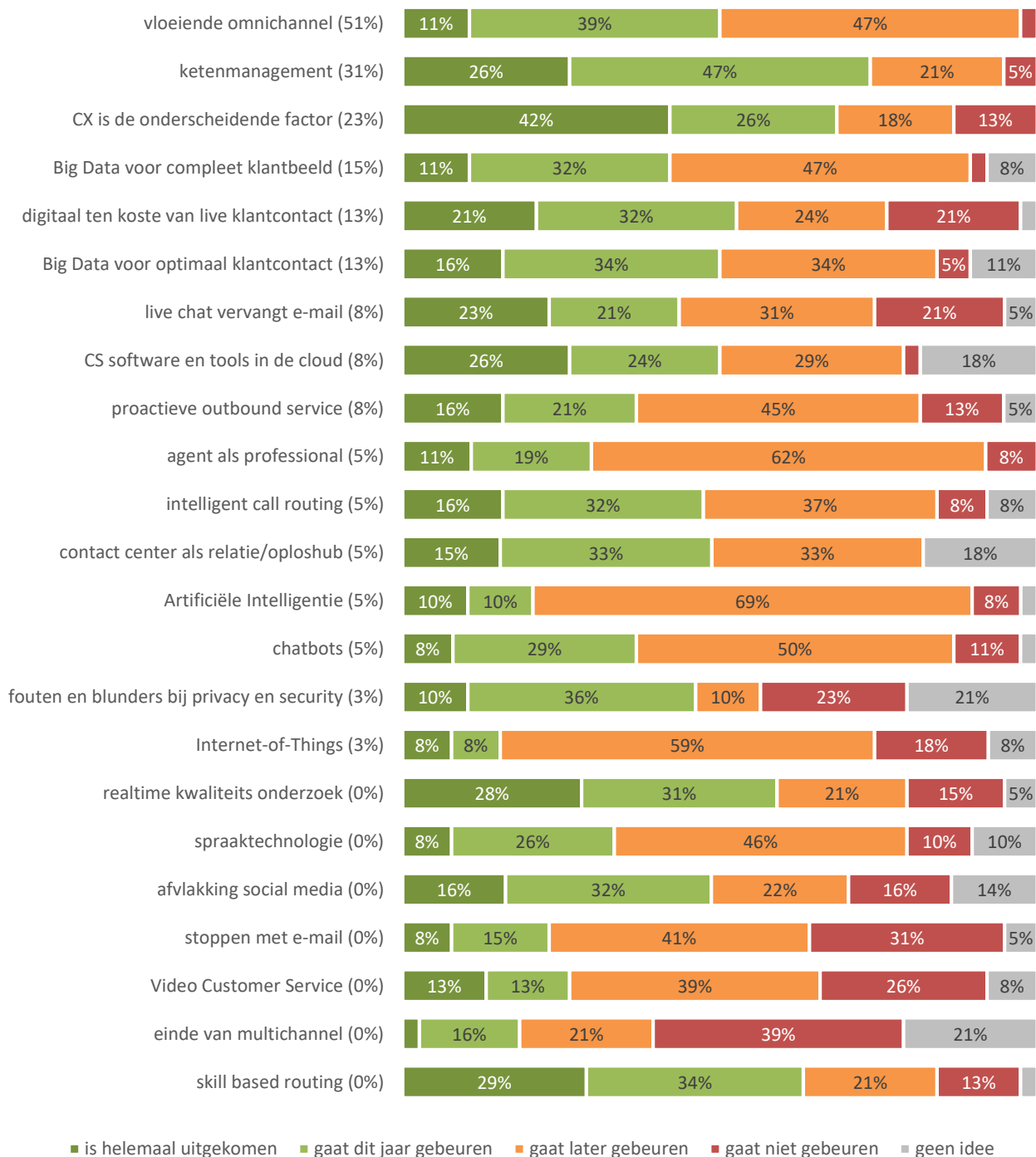
Welke van deze trends zijn volgens u het meest belangrijk? (n=39)



Resultaten

Uitgekomen?

In welke mate zijn de trends volgens u uitgekomen? (n=38)



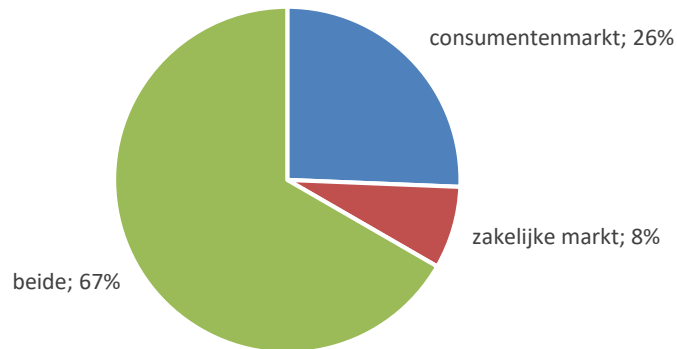
Verantwoording

Respons

Aan de Strategic Decisions Monitor van deze maand hebben 39 klantcontactprofessionals een bijdrage geleverd. Het onderzoek is uitgevoerd tussen 21 maart en 12 april 2018..

Markt

Markt (n=39)



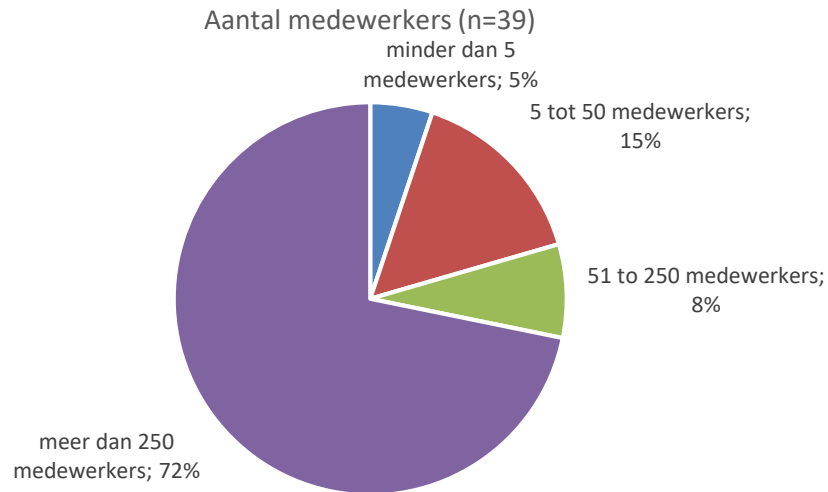
Sector

Sector (n=39)

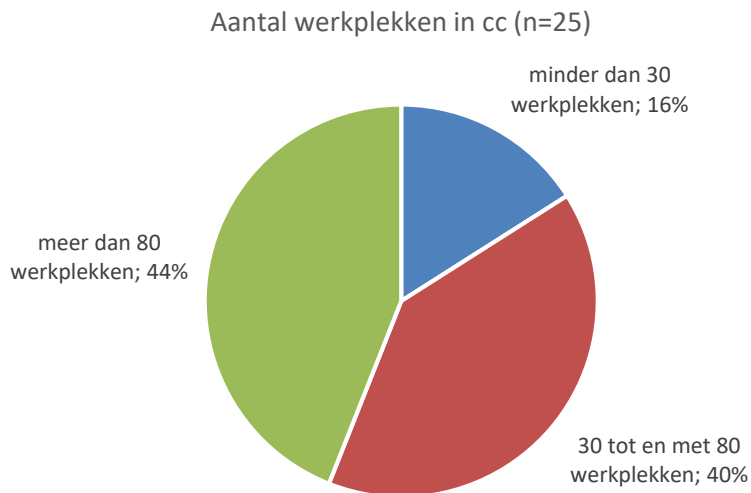


Verantwoording

Omvang organisatie

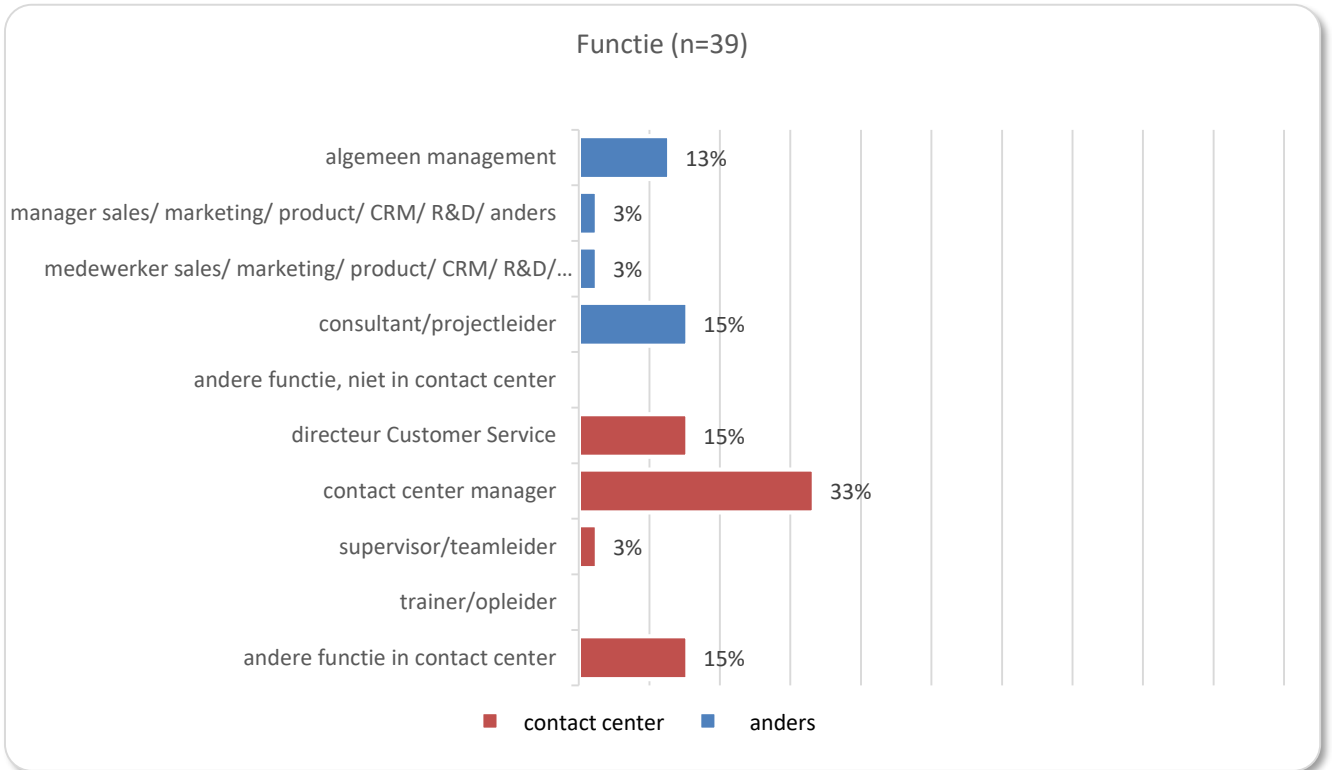


Aantal werkplekken contact center



Verantwoording

Functie



Stichting KIRC



KIRC is het enige not-for-profit onderzoeksinstituut naar klantinteractie in Nederland

- ❑ **Elke maand:** Strategic Decisions Monitor: onderzoek naar actuele onderwerpen in klantinteractie, gepubliceerd op Klantcontact.nl en/of in CustomerTalk
- ❑ **Elk kwartaal:** onderzoek naar een relevant thema, gepubliceerd in boekvorm.
- ❑ **Elk jaar:** Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie. Hét onderzoek naar de stand van zaken in klantinteractie in Nederland.

Donateur worden?

U kunt de Stichting KIRC op de volgende manieren steunen:

Ik word donateur voor € 260,- per jaar (excl. BTW)

Hiervoor ontvang ik de resultaten van de Strategic Decisions Monitor per e-mail en minimaal 3x per jaar één exemplaar van de nieuwste onderzoeksresultaten in boekvorm.

Ik word donateur voor € 500,- per jaar (excl. BTW)

Hiervoor ontvang ik de resultaten van de Strategic Decisions Monitor per e-mail en minimaal 3x per jaar twee exemplaren van de nieuwste onderzoeksresultaten in boekvorm. Daarnaast heb ik recht op een uur advies vanuit KIRC op een specifiek thema in klantcontact.

Ik word donateur voor € 1.000,- per jaar (excl. BTW)

Hiervoor ontvang ik de resultaten van de Strategic Decisions Monitor per e-mail en minimaal 3x per jaar drie exemplaren van de nieuwste onderzoeksresultaten in boekvorm. Daarnaast heb ik recht op een uur advies vanuit KIRC op een specifiek thema in klantcontact en krijg ik 15% korting op één Quick Scan van uw Customer Service per jaar.

Ik word organisatiedonateur

Aanvullend op bovenstaande voordelen, krijg ik meerdere exemplaren van de onderzoeksresultaten in boekvorm, een vermelding van het logo van mijn organisatie op de website van de Stichting KIRC, in alle gepubliceerde onderzoeksresultaten en de rapportages van de Strategic Decisions Monitor. Wij nemen graag contact met u op over de vele mogelijkheden!

Ja, ik word donateur van de Stichting KIRC en heb hierboven aangekruist in welk donateurschap ik geïnteresseerd ben:

Naam: _____
 Organisatie: _____
 Straat/Postbus: _____
 Postcode/Woonplaats: _____
 Telefoonnummer: _____
 E-mail adres: _____

Vul uw gegevens in en stuur dit formulier naar:

Stichting KIRC, Vreeswijksestraatweg 22, 3432 NA NIEUWEGEIN.

Of via e-mail aan: info@kirc.nl.

Strategic Decisions Monitor

