

Strategic Decisions Monitor

Artificial Intelligence, Augmented & Virtual Reality

mei 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, juni 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	7
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:

- Trends in customer service
- Krapte 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 sponsors en donateurs een artikel geschreven.

The collage consists of two main parts. On the left is a magazine page with a photo of a man at a self-service kiosk. The headline reads 'Selfservice: kans of bedreiging?'. Below the photo is a sub-headline: 'Stichting KIRC lanceert artikel, in samenwerking met Dimension Data, de branche naar de wijze waarop innovatie wordt gegeven aan de mogelijkheden tot selfservice in het klantcontact.' To the right of the magazine page is a screenshot of the website 'Klantcontact.nl'. The website header includes 'HOME', 'VACATURES', 'KLANTCONTACT.NL', 'CONTACT', and 'LOGIN'. The main content area features an article titled 'SELFERVICE: KANS OF BEDREIGING?'. The article text discusses the growth of self-service in customer service and the role of chatbots. A sidebar on the right of the website lists 'VACATURES' with a job listing for 'Senior Teamleider inhouse contact center - regio Gelderland-Overijssel'. At the bottom of the website screenshot is a search bar with the text 'Type en enter' and a magnifying glass icon.

Samenvatting

Inleiding

Ter voorbereiding op de Genesys G-summit op 23 mei in Amsterdam, legden we 10 ontwikkelingen in Artificial Intelligence, Augmented & Virtual Reality voor aan ons panel van klantcontactprofessionals. Zij konden per ontwikkeling aangeven in welke mate zij de ontwikkeling aantrekkelijk vonden, of zij de ontwikkeling relevant voor de eigen organisatie vonden en op welke termijn zij verwachtten wanneer de ontwikkeling zou plaatsvinden.

Artificial Intelligence in klantcontact: aantrekkelijk en relevant

Het met behulp van AI aanbieden van relevante content in elk klantcontact is voor de deelnemers aan het onderzoek de meest aantrekkelijke ontwikkeling en ook het meest relevant voor de eigen organisatie. Zij verwachten echter wel dat het nog wel even gaat duren voor het zover is: iets minder dan de helft denkt binnen 2 jaar, de andere helft verwacht dat dit nog langer gaat duren.

Augmented Reality via smartphone of tablet: het meest actueel

De Augmented Reality toepassingen, waarmee je met behulp van een smartphone of tablet op afstand kunt bijdragen aan een presentatie, extra informatie kunt krijgen bij het invullen van een formulier, uitvoering van een handeling of bij een klantenkaart, wordt door een meerderheid aantrekkelijk gevonden. Een ongeveer even grote groep vindt deze toepassingen ook relevant voor de eigen organisatie. Deelnemers aan het onderzoek verwachten deze AR ontwikkelingen binnen 1 a 2 jaar.

Chatbots: niet aantrekkelijk, wel relevant

Opvallend is de beoordeling van de ontwikkeling van chatbots voor de opvang van eerstelijns klantcontact. De meeste deelnemers aan het onderzoek vinden het geen aantrekkelijke ontwikkeling en verwachten niet dat dit op korte termijn gerealiseerd zal zijn. Deze toepassing staat echter wel in de top 4 als het gaat om relevantie voor de organisatie.

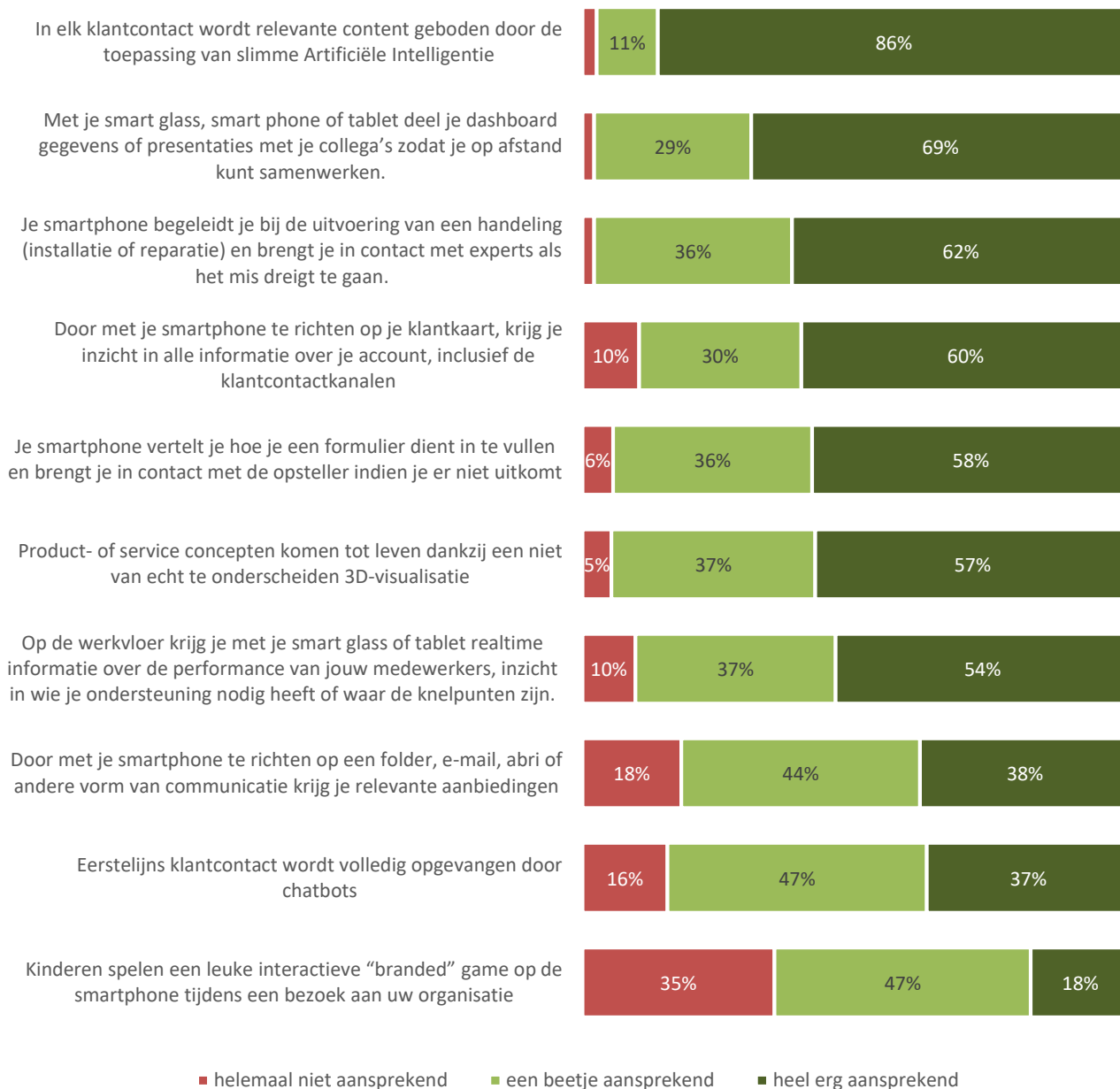
Commerciële toepassingen minst aantrekkelijk

De deelnemers aan het onderzoek achten de meer commerciële toepassingen, zoals het verkrijgen van additionele informatie en aanbiedingen, het visualiseren van een 3D product- of serviceconcept of het aanbieden van een 'branded' game voor kids het minst aantrekkelijk en relevant.

Resultaten

Aantrekkelijkheid ontwikkelingen

Hoe aantrekkelijk vindt u de volgende ontwikkelingen?



Resultaten

Relevantie ontwikkelingen

Hoe relevant vindt u deze ontwikkelingen voor uw organisatie?



Resultaten

Termijn

Binnen welke termijn verwacht u dat deze ontwikkeling gaat plaatsvinden?

Je smartphone vertelt je hoe je een formulier dient in te vullen en brengt je in contact met de opsteller indien je er niet uitkomt

27% 60% 10%

Door met je smartphone te richten op een folder, e-mail, abri of andere vorm van communicatie krijg je relevante aanbiedingen

35% 44% 15%

Je smartphone begeleidt je bij de uitvoering van een handeling (installatie of reparatie) en brengt je in contact met experts als het mis dreigt te gaan.

28% 46% 24%

Met je smart glass, smart phone of tablet deel je dashboard gegevens of presentaties met je collega's zodat je op afstand kunt samenwerken.

36% 37% 20% 5%

Door met je smartphone te richten op je klantkaart, krijg je inzicht in alle informatie over je account, inclusief de klantcontactkanalen

17% 45% 28% 6%

In elk klantcontact wordt relevante content geboden door de toepassing van slimme Artificiële Intelligentie

13% 45% 32% 9%

Kinderen spelen een leuke interactieve "branded" game op de smartphone tijdens een bezoek aan uw organisatie

15% 31% 30% 6% 17%

Op de werkvloer krijg je met je smart glass of tablet realtime informatie over de performance van jouw medewerkers, inzicht in wie je ondersteuning nodig heeft of waar de knelpunten zijn.

14% 28% 37% 16% 5%

Product- of service concepten komen tot leven dankzij een niet van echt te onderscheiden 3D-visualisatie

14% 27% 41% 14%

Eerstelijns klantcontact wordt volledig opgevangen door chatbots

11% 28% 27% 12% 22%

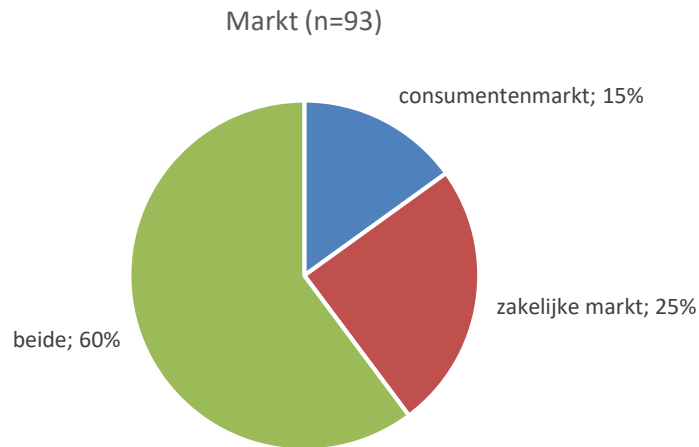
■ dit jaar ■ binnen 1 tot 2 jaar ■ binnen 3 tot 5 jaar ■ na 5 jaar ■ gaat niet gebeuren

Verantwoording

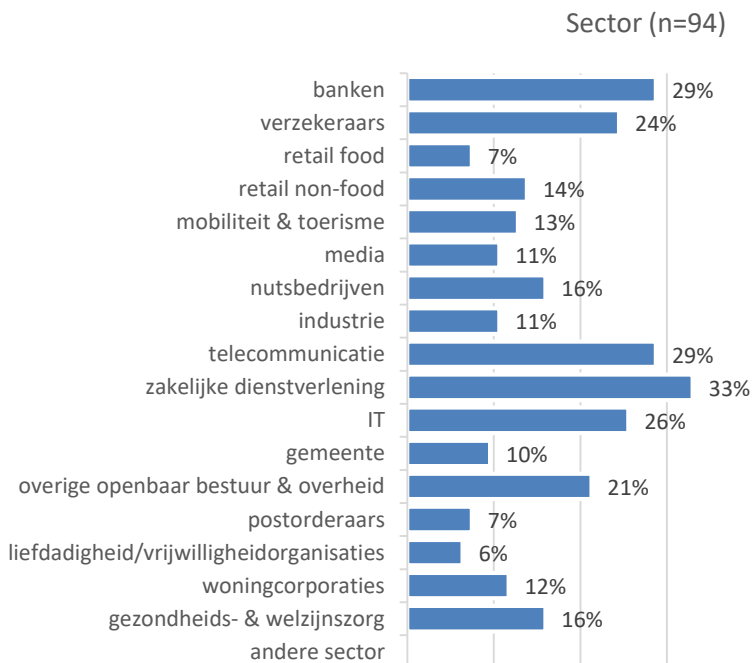
Respons

Aan de Strategic Decisions Monitor van deze maand hebben 94 klantcontactprofessionals een bijdrage geleverd. Het onderzoek is uitgevoerd tussen 17 april en 17 mei 2018..

Markt

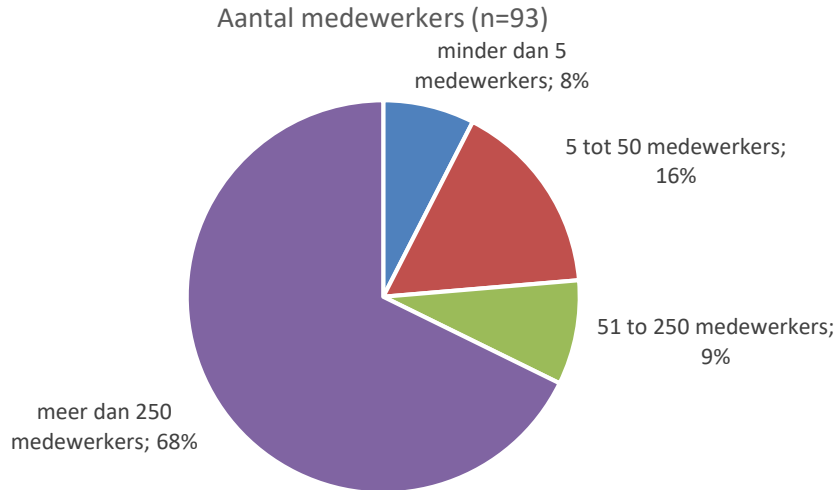


Sector

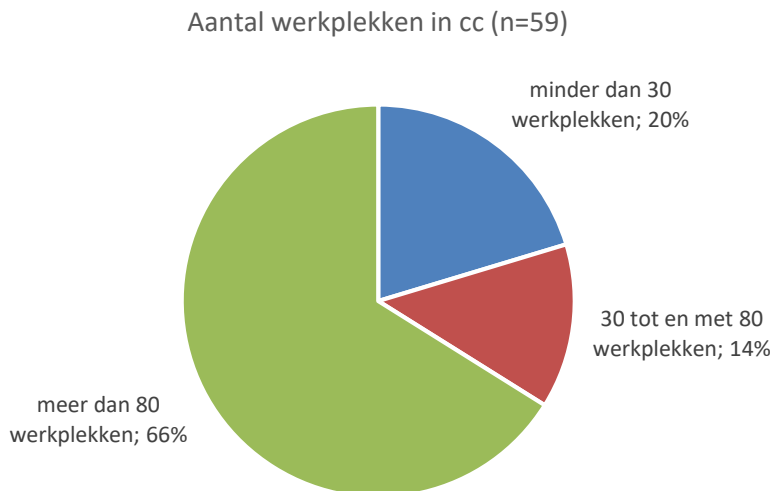


Verantwoording

Omvang organisatie



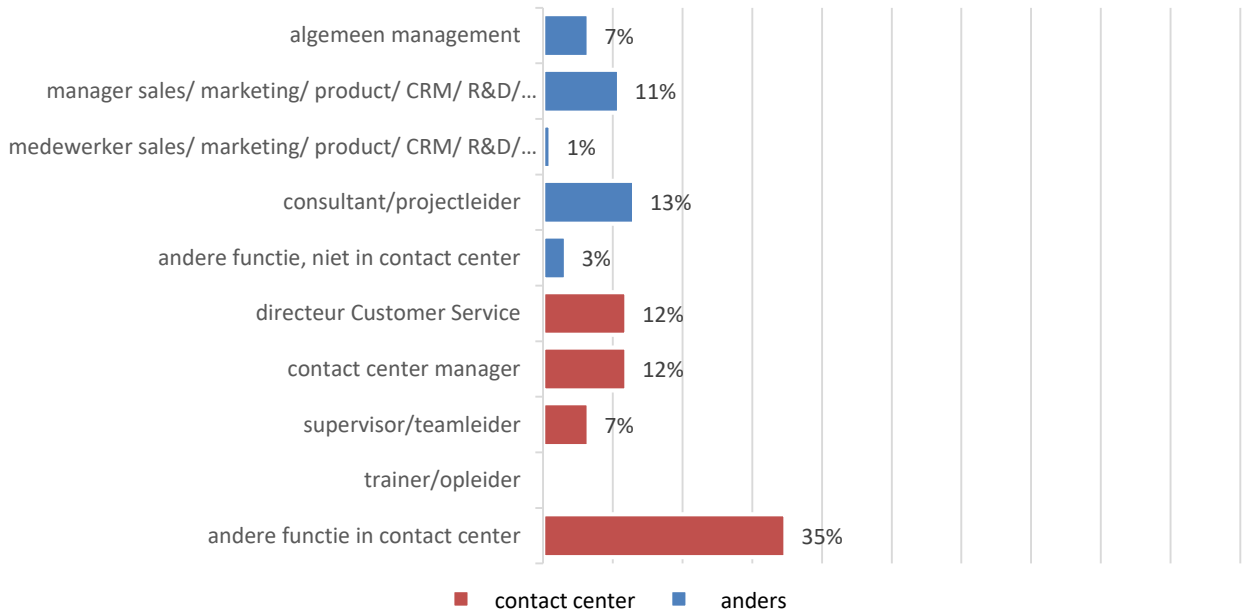
Aantal werkplekken contact center



Verantwoording

Functie

Functie (n=92)



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

