



EP: boost
klanttevredenheid
met Digital Customer
Care Company



Digital Customer Care
Company

EP: boost klanttevredenheid met Digital Customer Care Company

Het verkopen van consumentenelektronica is mensenwerk: bij de zoektocht naar de juiste wasmachine, TV of koelkast hebben consumenten geregeld vragen. Omdat de verkoop van producten steeds meer online en buiten werktijden plaatsvindt, besloot EP: klanten extra service te gaan bieden via live chat. Heeft een consument op EP.nl een vraag tussen 7 's ochtends en 9 's avonds? Dan beantwoordt het externe klantenserviceteam van Digital Customer Care Company die direct.

De winkelformule EP: verkoopt consumentenelektronica en huishoudelijke apparatuur, via de ongeveer honderd EP:winkels verspreid over Nederland en via de centrale eCommerce website EP.nl. Naast een breed pakket aan elektronica-producten vinden klanten bij EP: veel deskundigheid. Hoe maken ze de juiste keuze uit tientallen stofzuigers of honderden TV's? De retailer denkt met zijn klant mee, eerlijk en duidelijk. Dat is de kracht van EP:, een pluspunt dat de winkelformule ook graag online terug wil zien. EP: is onderdeel van ElectronicPartner, een inkooporganisatie met 474 winkels in Nederland en vijfduizend vestigingen in zeven andere Europese landen.

Klantenservice in de avonduren

"We merkten dat de trafficpiek in de avonduren steeds verder toenam, terwijl we dan geen klantenservice stand-by hebben staan", zegt Arnout Corbeek, Online Platform Manager bij Electronic-Partner. "Hoe kunnen we in de avonduren toch klanten helpen als we zelf niet aanwezig zijn?"

'Wanneer de klanttevredenheid toeneemt, volgen de verkoopcijfers vanzelf'

Met deze vraag in het achterhoofd besloot EP: live chat te inzetten. Dit is een manier om via een pop-up chatvenster direct te communiceren met websitebezoekers. Niet meteen om de verkoop te verhogen, maar om klanten op EP.nl zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn. "Ons imago als deskundige elektronica-partner is het

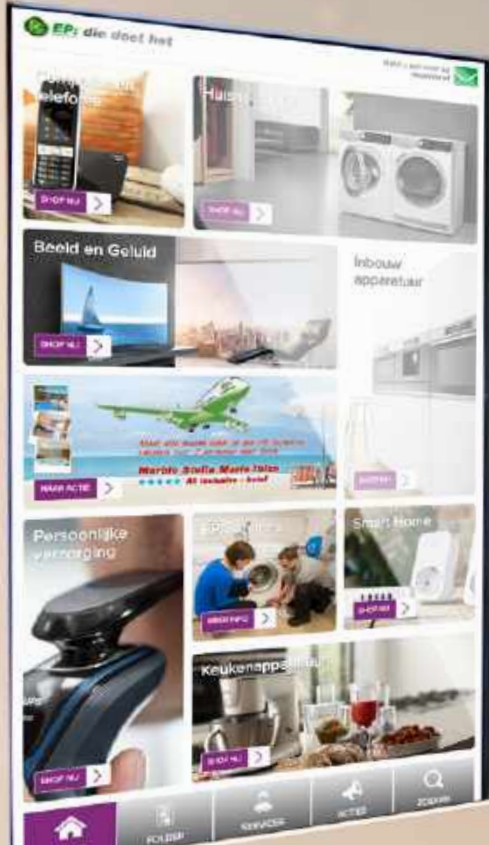
belangrijkst. Wanneer de klanttevredenheid toeneemt, volgen de verkoopcijfers vanzelf."

Compleet uitbesteed

EP: voerde gesprekken met verschillende aanbidders. De winkelformule koos uiteindelijk voor Digital Customer Care Company vanwege de managed dienstverlening. "Digital Customer Care Company kan ons alles rondom live chat uit handen nemen. Dat doen ze met een extern team dat van negen uur 's ochtends tot negen uur 's avonds klaar staat om live chatvragen direct te beantwoorden, waardoor wij daar totaal geen omkijken naar hebben. Dat sprak ons erg aan", licht Corbeek toe. Daarom koos EP: voor Managed LiveChat van Digital Customer Care Company via pay-per-use. Wanneer een websitebezoeker een chat-sessie aangaat, betaalt EP: een vaste prijs per sessie. Reageert iemand niet? Dan zitten daar voor EP: geen kosten aan vast.

Kunnen we u helpen?

Consumenten die EP.nl bezoeken, kunnen op twee manieren geholpen worden met live chat. Ten eerste in de aankoopfunnel. Heeft iemand een product in zijn winkelmand en onderneemt hij of zij een halve minuut niks? Dan start er een live chat-sessie. De Digital Customer Care Co.-medewerkers stellen in dat geval de vraag: kunnen we u helpen met de aankoop? De andere mogelijkheid is dat een bezoeker een



search query op de website uitvoert. Meestal zoekt diegene een specifiek product of bepaalde service. In dat geval krijgt de bezoeker de vraag voorgelegd of hij kan vinden wat hij zoekt.

Antwoord op alle vragen

Digital Customer Care Company reageert binnen 30 seconden op alle klantvragen die via live chat binnenkomen, bijvoorbeeld over productspecificaties of dienstverlening.

Die laatste categorie vraagt vaak een speciale afhandeling. Corbeek geeft een voorbeeld: "Veel klanten vragen naar de levertijd, maar die is afhankelijk van de dichtstbijzijnde retailer. Omdat wij niet direct in het voor raad- en planningsysteem van winkels kunnen kijken, verwijst Digital Customer Care Company deze klanten naar de desbetreffende winkel.

"Ook voor complexe, technische vragen heeft Digital Customer Care Company een andere procedure. Kan een live chat-medewerker een vraag niet beantwoorden, dan mailt hij of zij een gedetailleerd gespreksverslag naar de EP: klantenservice. De klantenservicemedewerker neemt dan contact op met de consument.

Meer service, meer tevreden klanten

"Door live chat hebben onze online klanten het gevoel dat ze gehoord worden", zegt Corbeek. "Bovendien is elke klant die Digital Customer Care Company helpt tijdens de avonduren er eentje die we anders niet van dienst zouden kunnen zijn." De toenemende klanttevredenheid is terug te zien in de conversie van websitebezoekers.

"Het aantal bezoekers dat een aankoop doet, ligt twee keer zo hoog bij de bezoekers die we actief helpen via live chat." Daarbij beantwoordt Digital Customer Care Company klantvragen op basis van een lijst met Frequently Asked Questions (FAQ's). Deze wordt continu bijgewerkt in de MyAnswers-kennisbank, een softwareproduct van Digital Customer Care Company. Komt een vraag en bijbehorend antwoord niet voor in de kennisbank, dan voegt Digital Customer Care Company deze toe.

"Dat kunnen Digital Customer Care Company-medewerkers zelf, dus ook daar hoeven wij geen aandacht meer aan te besteden." Bij EP: bekijken ze momenteel of ze live chat niet alleen

'Het aantal aankopen is twee keer zo hoog bij bezoekers die we helpen via live chat'

voor het winkelmandje en bezoekers met een zoekvraag, maar voor alle websitebezoekers gaan aanbieden. EP: loopt daarbij nog tegen enkele vragen aan. Op welke pagina zetten we live chat in? Hoe lang moet een bezoeker inactief zijn voordat we een live chat-sessie starten? Kunnen we live chat overdag zelf oppakken en in de avonden uitbesteden? Het staat voor EP: in ieder geval vast dat meer live chat resulteert in meer klanttevredenheid.

Corbeek: "Of iemand nou reageert of niet, alleen al het aanbieden van live chat is een boost voor de klanttevredenheid - en dat is voor ons het allerbelangrijkste."



LiveChat Pro

Over Digital Customer Care Company

Digital Customer Care Company helpt Europese en Amerikaanse klanten om alle aspecten van hun online klantenservice te optimaliseren.

De organisatie biedt outsourced klantenservice- en leadgeneratiediensten middels live chat, Facebook Messenger, WhatsApp en e-mail voor drukke websites (minimaal 50.000 maandelijkse websitebezoekers) en Facebook-pagina's.

Digital Customer Care Company doet dit in het Duits, Frans en Nederlands van 7 uur 's ochtends tot middernacht, 7 dagen per week, en in het Engels en het Spaans zelfs 24x7. Klanten zijn grote, internationale bedrijven die de klant online centraal willen stellen.

www.digitalcustomercare.eu

KLANTCASE



Uitdaging

EP: wilde websitebezoekers in de avonden extra service bieden door hun vragen via live chat te beantwoorden.

Oplossing

Managed Live Chat van Digital Customer Care Co. Van 7 's ochtends tot 9 uur 's avonds zit een extern live chat-team klaar om klanten op EP.nl te helpen bij vragen in het aankoop- en zoekproces.

Voordelen

De extra service leidt tot een klantvriendelijker imago, hogere klanttevredenheid en meer conversie op EP.nl.