



Kroftman Structures
verdubbelt aantal
offerteaanvragen
met Digital Customer
Care Company.



Digital Customer Care
Company

Kroftman Structures verdubbelt aantal offerteaanvragen met Digital Customer Care Company

Maandelijks heeft Kroftman Structures ongeveer 60.000 bezoekers op zijn website. Hoe kunnen we van deze bezoekers leads maken? De leverancier van opslaghallen schakelde Digital Customer Care Company in om vragen van websitebezoekers te beantwoorden via live chat.

Het resultaat? Een ruime verdubbeling in sales leads met 365 offerteaanvragen in augustus ten opzichte van 164 in het voorgaande jaar.

Kroftman is een wereldwijde leverancier van zowel tijdelijke als permanente storage buildings zoals opslagtenten, loodsen, silo- en container-overkappingen. Verschillende bedrijven gebruiken deze producten voor uiteenlopende toepassingen, zoals voor een beschutte werkplek, agrarische opslag of garage voor werktuigen, machines en zelfs helikopters. Ook de herkomst van klanten loopt uiteen, van mijnbouwbedrijven uit Zuid-Amerika tot agrariërs in Duitsland. De meeste klanten zijn afkomstig uit Duitsland. Bijkomend voordeel hiervan is dat de specialist in opslagfaciliteiten gevestigd is in Babberich nabij de Duitse grens. Daarnaast heeft Kroftman een vestiging in Duitsland.

Conversie verhogen

Kroftman wilde meer sales leads halen uit zijn 60.000 websitebezoekers per maand. In eerste instantie door de website te vernieuwen. Toen dat echter langer duurde dan gepland, ging het bedrijf op zoek naar andere opties en kwam al

“We verkopen complexe producten. Daar wilden we op de website meer informatie over geven op een laagdrempelige manier”

snel uit bij live chat. Dit is een manier om via een pop-up chatvenster te communiceren met websitebezoekers. “We verkopen best complexe producten. We kunnen ons daarom goed voorstellen dat bezoekers hier vragen over hebben. Via een live chat kunnen we hen op een laagdrempelige manier meteen een antwoord geven. Dit kan ertoe leiden dat zij minder snel de website verlaten en dankzij de live chat een lead

opleveren waar dit anders misschien niet was gebeurd”, zegt Sandra Witjes, Online Marketeer bij Kroftman Structures. “Bovendien zagen we dat enkele concurrenten ook live chat op hun site aanboden. Daar wilden we in meegaan, al helemaal met onze wens om de conversie te verhogen in het achterhoofd.”

Managed Live Chat

Kroftman kon geen eigen medewerkers vrijmaken voor live chat. Daarom besloot het bedrijf om deze service volledig uit te besteden. “We waren in eerste instantie behoorlijk kritisch”, nuanceert Witjes. “Zijn onze producten niet te complex voor een externe partij om daar technische vragen over te beantwoorden? En kunnen zij onze klanten ook in het Duits met vaktechnische termen te woord staan?” Daarom ging de opslagspecialist op zoek naar een live chat-aanbieder die meertalige service levert. Kroftman koos voor Managed Live Chat van Digital Customer Care Company. Hiermee neemt Digital Customer Care Company Kroftman alles rond hun live chat uit handen. Zo is er zeven dagen per week van zeven uur ‘s ochtends tot elf uur ‘s avonds een chatteam beschikbaar. Hoe het werkt? Wanneer een bezoeker een bepaalde tijd actief is op de site, benadert een chat operator hem. Zo ontstaat een gesprek, met meestal een nieuwe kwalitatieve lead en een tevreden prospect als resultaat. Digital Customer Care Company rekent een vaste prijs per lead.

Pilot

In een uitgebreide pilot van twee maanden overtuigde Digital Customer Care Company kroftman dat het met de productkennis en Duitse taalvaardigheid wel goed zat. Digital Customer Care Company heeft namelijk Duitstalige



native speakers in het team. Om technische vragen correct te kunnen beantwoorden, werkt Digital Customer Care Company met een interne, zelfontwikkelde kennisbank. In een uitgebreide briefing heeft Kroftman eerst de benodigde kennis en technische productinformatie overgedragen. Als een vraag diepgaandere technische kennis vereist, zet Digital Customer Care Company die door naar Kroftman. Na afhandeling van de vraag, voegt Digital Customer Care Company deze toe aan de kennisbank. Zo wordt deze steeds verder uitgebreid en de bijbehorende chatservice verder gefinetuned. Naast het testen van het Duits en de technische kennis, had Kroftman nog een derde reden voor de pilot. "Hoe weten we of live chat ons wel genoeg kwalitatieve leads oplevert?", zegt Witjes. "Om de kosten onder controle te houden, hadden we bij de pilot een maximum ingesteld van honderd leads per maand. Dat leek een ambitieuze doelstelling, maar Digital Customer Care Company behaalde al snel meer dan honderd leads per maand, voordat de proef-periode eindigde."

Meer offerteaanvragen

Sinds Kroftman Managed Live Chat gebruikt, is de conversie en het aantal leads van website-bezoekers aanzienlijk gestegen. Witjes: "Vorig jaar augustus werden 164 offertes verstuurd aan klanten. Dit jaar waren dat er 365 in augustus. Deze toename is voor het grootste deel toe te wijzen aan Digital Customer Care Company. Dat blijkt ook uit de stijging van het aantal leads uit live chat. Dit groeide in de zomermaanden van 106 in juni, tot 122 in juli en 193 in augustus. "We verwachten dat deze stijgende lijn zich voortzet, want augustus is traditioneel een rustige maand." Digital Customer Care Company houdt Kroftman op de hoogte via een maandelijks rapportage.

Minder telefoontjes

"Managed Live Chat levert ons sales-team ook tijdswinst op", vertelt Witjes. "Waar ze vroeger vaak moesten nabellen omdat een mail of contactformulier onvoldoende informatie bevatte om meteen een vrijblijvende offerte te kunnen versturen, krijgen ze nu vaak een kant-en-klare kwalitatieve lead aangeleverd. Dus met alle contactgegevens, klantuidaging

"Managed Live Chat levert ons sales-team tijdswinst op"

en gewenst product." Dat geldt ook voor de niet-kwalitatieve leads. Alleen vraagt de klant hierbij niet om een standaard product, maar om maatwerk. "Sales-medewerkers worden ook niet meer continu gestoord door telefoontjes, die bovendien tijdsintensiever zijn dan het verwerken van leads via live chat. Bezoekers geven toch vaker de voorkeur aan laagdrempelig contact via LiveChat Pro in plaats van per telefoon. Digital Customer Care Co. stuurt nieuwe leads binnen vijf minuten na de chat gedurende de dag door naar Kroftman. "Dus is een sales-medewerker klaar om leads op te gaan volgen, dan liggen er vaak alweer drie of vier klaar."

Bijkomend voordeel van live chat is dat Kroftman zijn klanten een vriendelijke, extra service biedt. "Het mag duidelijk zijn dat we in de toekomst ook op onze nieuwe website live chat gaan aanbieden. Want Digital Customer Care Company heeft onze verwachtingen meer dan waargemaakt", zegt Witjes.

"Qua klanttevredenheid, gemak en tijdswinst, maar vooral in het aantal kwalitatieve leads."



Digital Customer Care
Company

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

Kroftman wilde het aantal sales leads uit websitebezoek verhogen, zonder daar veel tijd en kosten aan kwijt te zijn.

Oplossing

Met Managed Live Chat neemt Digital Customer Care Company alles rond live chat uit handen: het chatten, technische issues, uitbreiden van de kennisbank, structureren en aanleveren van lead-informatie en de rapportage.

Voordelen

Het aantal offerteaanvragen is meer dan verdubbeld en het aantal leads uit live chat blijft toenemen. Daarnaast bespaart het sales-team tijd doordat ze kant-en-klare, kwalitatieve leads aangeleverd krijgen.