

Hoe de digital native de digitale klantenservice verbetert

Een ode aan de nieuwe (digitale) generatie
klantenservicemedewerkers

september 2019

Inleiding

Millennials, Generatie Y of zelfs 'iY' hebben over het algemeen niet bepaald een positief imago. Zo worden ze vaak als lui en veeleisend afgeschilderd. Als jongeren die verwend zijn en die graag alles willen hebben zonder er moeite voor te hoeven doen. Dat is jammer, want wat men doorgaans van deze groep jonge mensen denkt is simpelweg niet waar. Zij hebben namelijk juist veel goede kwaliteiten. Kwaliteiten die in moderne bedrijven van grote waarde zijn, specifiek voor de klantenserviceafdeling.

De generatie millennials weet heel goed wat zij wil: snel en goed resultaat. En daar niet teveel moeite voor te willen doen komt voort uit haar gevoel voor efficiëntie. De millennial danst niet om de feiten heen, maar gaat juist liever recht op het doel af. Daarnaast heeft hij graag direct en informeel contact met zijn meerderen. Of eigenlijk heeft hij liever helemaal geen meerderen, want iedereen is gelijk.

Millennials hebben nog meer kenmerken die typerend zijn voor deze groep. Een groep die wij overigens veel liever 'digital natives' noemen. Een krachtige benaming voor een groep mensen met veel potentie. Van de kwaliteiten van digital natives kunnen oudere generaties nog heel wat leren. Want millennials zijn opgegroeid temidden van moderne technologieën en media; zij kennen eigenlijk geen wereld waarin die niet bestaan. Precies dat feit is wat digital natives de perfecte groep maakt om met klanten in gesprek te gaan en waarom ze dus niet mogen ontbreken op de klantenserviceafdeling.

Want onder andere door het gebruik van die moderne communicatiemiddelen hebben digital natives zeer specifieke kwaliteiten aangeleerd en een unieke mindset opgedaan, wat hen heel aantrekkelijk maakt voor bedrijven. Een aantal van die kenmerken die vooral in de klantenservice heel goed tot hun recht komen zijn bijvoorbeeld:

- het vermogen om snel te kunnen schakelen,
- een hands-on mentaliteit, en
- kennis van en ervaring met moderne communicatiemiddelen.

Digital natives blijven constant op de hoogte van communicatietrends. Denk daarbij aan de vele ontwikkelingen op het gebied sociale media die elkaar snel opvolgen. Daardoor weten digital natives precies wat klanten qua communicatie van bedrijven verwachten. Dit stelt ze in staat om snel in te spelen op hun behoeften wanneer ze in gesprek zijn met de klant. In deze whitepaper gaan we dieper in op wat de digital native allemaal te bieden heeft in klantenserviceafdelingen.

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
1. Wat is een 'digital native'?	4
2. Wat zijn kenmerken van digital natives?	6
3. Wat is het verschil tussen digital natives en traditionele klantenservicemedewerkers?	8
4. Klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit en wat ze voor organisaties kunnen betekenen	10
5. Voordelen van klantenservicemedewerkers op afstand	12
6. Samengevat: hoe de digital native de klantenservice verbetert	15
Over Digital Customer Care Company	17

1. Wat is een 'digital native'?

We leven in een digitale wereld. Maar dat betekent niet dat iedereen moderne technologie even goed beheerst. We zijn er immers niet allemaal mee opgegroeid. En er zijn nog steeds veel mensen op de wereld die weinig tot geen verstand hebben van computers, smartphones en tablets. Dus, voordat we het gaan hebben waarom digital natives zo goed op klantenserviceafdelingen passen, is het belangrijk te weten wat een digital native eigenlijk precies is.

Want terwijl sommige mensen in hun leven nog nooit een laptop of mobiele telefoon aangeraakt hebben, is de generatie de digital natives daar precies het tegenovergestelde van. Digital natives zijn zij die niet anders weten dan dat deze moderne technologieën bestaan en deze dus omarmd hebben als permanent onderdeel van het leven. Digital natives zijn degenen die geboren zijn vlak vóór de eeuwwisseling en die zijn opgegroeid met moderne technologieën.

De digital native is dus in een digitale samenleving opgegroeid. Maar: de term zegt niet per se iets over in hoeverre deze groep mensen de technologieën gebruikt en beheerst, maar enkel over in welk tijdperk ze hun jeugd hebben doorgebracht. Ook al maken ze misschien zelf weinig gebruik van moderne technologieën en gadgets. Wanneer men op latere leeftijd digitale systemen leert te gebruiken, noemen we dit 'digital immigrants'.

Waar komt de term 'digital native' vandaan?

De term 'digital native' wordt al sinds ongeveer 1996 gebruikt en komt uit de paper *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Dit was een paper van John Perry Barlow over de fundamentele principes van het internet. Het doel van de paper was om het internet onafhankelijk te houden.

De term is populair gemaakt door voormalig docent en onderwijsexpert Marc Prensky met zijn artikel *Digital Natives, Digital Immigrants*. Deze schreef hij omdat hij zag dat nieuwe studenten andere behoeften kregen. Deze behoeften hadden te maken met hoe ze waren opgegroeid: met meer technologie dan voorgaande generaties.

Het feit dat onderwijsinstellingen deze veranderende behoeften niet begrepen zorgde ervoor dat de stof niet goed bij de studenten binnenkwam. Lesgeven was namelijk vooral gebaseerd op ouderwetse technieken, terwijl de moderne studenten juist behoefte hadden aan een meer digitale leeromgeving. Hoewel zowel John Perry Barlow als Marc Prensky de

term geen duidelijke definitie hebben gegeven, werd 'digital natives' later veel gebruikt voor hen die na 1980 geboren werden.

2. Wat zijn kenmerken van digital natives?

Doordat de digital native is opgegroeid met moderne technologieën, heeft hij een aantal waardevolle eigenschappen ontwikkeld die bedrijven enorm kunnen helpen. Dat zijn namelijk precies de kenmerken die hem zo aantrekkelijk maken voor werkgevers en die een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan klantenserviceafdelingen.

Digitale informatiestroom

Zo ziet de digital native gemiddeld dagelijks vijf verschillende beeldschermen en is hij vooral gewend om via die weg informatie tot zich te krijgen. Hij is vooral gefocust op beeld en de informatiestroom die hij tot zich neemt gaat continu door. Hierdoor kan hij zich goed inleven in de klant, wat hem in staat stelt deze van betere service te voorzien.

Altijd op de hoogte van trends

De digital native staat namelijk altijd in verbinding, vooral via sociale media. Hij weet dus als geen ander wat de communicatietrends zijn onder je klanten. Hij is in feite je klant; hij maakt immers gebruik van dezelfde kanalen. Dit maakt het een stuk makkelijker om meteen in te kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen op dat gebied.

Kritisch

Digital natives hebben ook zeer hoge standaarden als het aankomt op de service die ze van bedrijven ontvangen. Ze begrijpen hoe belangrijk een snelle en goede afhandeling van klachten en vragen is. Ze schromen dan ook niet om deze service ook aan hun eigen klanten te geven. Want ze weten dat als de klantenservice zijn werk niet goed doet, de klant simpelweg overstapt naar de concurrent. Dat is de laatste jaren steeds makkelijker: er zijn genoeg andere bedrijven die hun klanten wél die superervaring willen leveren.

Snel (om)schakelen

Doordat de digital native altijd in verbinding staat, is hij gewend aan snelheid. Als de Instagram-feed bekeken is, is wat hij nét gezien heeft meteen al verleden tijd. Stilstaan is iets dat de digital native niet snel doet. Dingen mogen dan ook niet te lang duren en processen en communicatielijnen worden zo kort mogelijk gehouden. Daardoor kan er meer werk verzet worden. Dit geeft hem ook een hoog aanpassingsvermogen: zodra iets niet werkt, is hij niet bang om het roer om te gooien. Dit maakt de digital native zeer efficiënt.

Niet vast aan één locatie

Een ander belangrijk kenmerk van digital natives is dat ze niet graag vastzitten aan een locatie. Het is dus niet ongewoon om digital natives, in tegenstelling tot traditionele klantenservicemedewerkers, op afstand te laten werken. Ze hebben namelijk, meer dan oudere generaties, de voorkeur om te werken op een plek die ze zelf fijn vinden en hen op dat moment het beste uitkomt. En die locatie kan per dag verschillen.

Geen gevoel voor hiërarchie

Wat ook handig is om te weten: digital natives willen vooral breken met het traditionele. Hiërarchie vinden zij een vreemd concept en ook van bureaucratie houden zij niet. Entrepreneur.com zegt zelfs dat digital natives door hun eigenschappen juist veel potentie hebben om succesvol bedrijven te runnen. Iets dat voor organisaties veel waarde heeft en hen dichterbij succes kan brengen.

3. Wat is het verschil tussen digital natives en traditionele klantenservicemedewerkers?

Het verschil tussen de moderne (digitale) en traditionele klantenservicemedewerker zit hem vooral in de manier van denken en communiceren. De traditionele klantenservicemedewerker is minder op de hoogte van communicatietrends. Hij weet niet goed hoe hij verschillende kanalen en systemen moet gebruiken en werkt liever met e-mail, wat aanzienlijk langzamer werkt. Hij heeft moeite met schakelen en als dingen te snel gaan, raakt hij al gauw in de war.

De digital native kan niet goed tegen deze manier van denken: een vraag moet meteen opgelost worden zodat hij verder kan naar de volgende klant. Hij weet precies hoe hij met de moderne klant moet praten en is een echte aanpakker. Hij schakelt snel over en denkt in kansen, niet in beperkingen. De digital native is gefocust op werken met doelen en zal altijd proberen om de wachtrij zo kort mogelijk te houden, zodat alle tickets en chats zo snel mogelijk afgehandeld kunnen worden.

Beperkingen traditionele klantenservicemedewerkers

Daarnaast willen we graag nog de beperkingen die een traditionele klantenservice met zich meebrengt op een rijtje zetten. Om te beginnen ben je met traditionele klantenservicemedewerkers verplicht om voor een kantoorruimte en -inrichting te zorgen. Je bent namelijk gebonden aan een locatie, maar dat betekent niet alleen dat je te maken krijgt met meer kosten.

Het betekent ook dat je beperkte opties hebt als het aankomt op het vinden van de beste mensen, waardoor de kwaliteit misschien minder hoog komt te liggen. Ook is het lastiger om je bereikbaarheid uit te breiden, want een avond-/nachtdienst kost je al gauw aanzienlijk wat geld.

En een 'traditioneel kantoor' waar je met je team aan de slag gaat, brengt ook nog eens woon-werkverkeer met zich mee. Daardoor ben je minder flexibel. En flexibiliteit is iets dat juist zo gewaardeerd wordt door digital natives. Ook kost het je medewerkers (of jezelf) meer tijd en geld om op werk te komen en kan dit reizen ook nog wel eens stressvol zijn, wat ten koste kan gaan van de kwaliteit van het werk.

Werkervaring digital native klantenservicemedewerkers

Een digital native hoeft niet per se ervaring te hebben met het werk waarvoor je hem werft. Een plus is het natuurlijk wel, omdat de inwerkperiode aanzienlijk korter zal zijn. Zo hoeft een ervaren klantenservicemedewerker minder communicatietraining te krijgen omdat hij eerder al de kneepjes van het vak heeft meegekregen.

Echter, wanneer iemand over de juiste basisvaardigheden beschikt, is het zeker de moeite waard om daar tijd en moeite in te investeren. Het belangrijkste is dat hij ervaring heeft met de kanalen waarmee hij zal gaan werken. Wanneer hij de basiskennis in huis heeft, komt de rest met tijd en een goede training vanzelf.

4. Klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit en wat ze voor organisaties kunnen betekenen

De kwaliteit van je klantenservicemedewerkers heeft grote invloed op de klanttevredenheid. Klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit weten namelijk heel efficiënt en effectief te werken, wat jou kan helpen tijd en kosten te besparen en klanten tevreden te houden. Maar wat houdt dat eigenlijk in, medewerkers van hoge kwaliteit? En hoe kun je dat meten? En nog belangrijker: wat kan het je opleveren?

Wat is een klantenservicemedewerker van 'hoge kwaliteit'?

'Klantenservicemedewerker van hoge kwaliteit', dat klinkt heel mooi, maar wat betekent dat precies? We kunnen met zekerheid stellen dat je klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit in jouw organisatie wilt werkzaam hebben. Ze zijn te herkennen aan een aantal kenmerken, welke ook allemaal reden zijn om ze aan te trekken.

Kenmerken klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit

Medewerkers die hoge kwaliteit werk afleveren hebben allemaal een aantal dingen gemeen.

Ze:

- hebben een goede werkethiek,
- komen afspraken na,
- kunnen zich verplaatsen in de klant,
- hebben weinig begeleiding nodig,
- zijn zelfstandig,
- kunnen ook goed in teamverband werken,
- hebben uitstekende communicatievaardigheden,
- passen zich gemakkelijk aan, en
- bezitten een goede basis van de vaardigheden die belangrijk zijn voor het werk als klantenservicemedewerker, zoals:
 - o snel (en foutloos) kunnen typen,
 - o gemakkelijk kunnen schakelen tussen kanalen of systemen,
 - o kunnen schakelen tussen verschillende gesprekken en tegelijkertijd het overzicht behouden, en
 - o kennis van en ervaring met de communicatiekanalen waarmee jouw organisatie werkt.

Deze vaardigheden kunnen potentiële klantenservicemedewerkers van nature (deels) al bezitten. Ze kunnen ook aangeleerd zijn. Het is in ieder geval belangrijk dat ze goed

ontwikkeld zijn of, wanneer dit nog niet het geval is, dat ze binnen jouw organisatie verder ontwikkeld kunnen worden.

KSF-certificering

Een andere belangrijke factor bij sollicitaties is dat sollicitanten over de juiste kennis beschikken en dit kunnen aantonen met een diploma of certificaat. Dit is namelijk een indicatie van het werkniveau van de persoon en toont aan waar hij in is getraind. Van nieuwe klantenservicemedewerkers een bepaalde certificering vragen helpt je om strenger te selecteren en hogere eisen te stellen aan sollicitanten. Hiermee hou je de kwaliteit van je klantenservice hoog.

De standaard

Digital Customer Care Company werkt bijvoorbeeld zelf alleen met klantenservicemedewerkers die in het bezit zijn van een KSF-certificaat. Dit is een certificaat van de Klantenservice Federatie, de branchevereniging voor klantcontact. Met dit certificaat tonen sollicitanten aan dat zij beschikken over kennis van het vak en dat hun werk van voldoende kwaliteit is. Mocht iemand dit certificaat nog niet hebben behaald, dan helpen wij diegene graag om deze te behalen.

Motivatie

Ook toont dit certificaat de motivatie van een sollicitant aan. Het is namelijk niet makkelijk om gecertificeerd te worden; het is een pittig proces dat alleen écht gemotiveerde medewerkers zouden willen doorlopen. Het KSF-certificaat toont nog meer aan, bijvoorbeeld:

- dat iemand betrouwbaar is en weet om te gaan met persoonlijke en gevoelige informatie,
- dat de klantenservicemedewerker om kan gaan met gestelde doelen,
- dat iemand flexibel is, kan inspringen waar nodig en zelf kan inzien waar en wanneer dit nodig is,
- dat de persoon beschikt over empathie en zich goed in kan leven in de klant en op zijn emoties kan anticiperen.

Bovenstaande kenmerken en het KSF-certificaat zijn allemaal kwaliteiten waar een goede klantenservicemedewerker over zou moeten beschikken. Want alleen met klantenservicemedewerkers van hoge kwaliteit til jij je klantenservice naar een hoger niveau en kun je pas écht zorgen voor kwaliteitsservice en een hoge klanttevredenheid.

5. Voordelen van klantenservicemedewerkers op afstand

Werken met klantenservicemedewerkers op afstand heeft voordelen voor alle soorten bedrijven. Net al even genoemd: zowel werkgever als werknemer zijn niet gebonden aan één specifieke locatie. Zo kan er bijvoorbeeld veel geld bespaard worden. Én je kunt ervoor zorgen dat de kwaliteit van je klantenservicemedewerkers hoger is. Maar er is meer. Hier gaan we dan ook graag nog even dieper op in.

Geen woon-werkverkeer

Allereerst is er bij op afstand werken geen sprake van woon-werkverkeer. Dat scheelt tijd en moeite, maar ook geld voor benzine, het openbaar vervoer of onderhoud van een fiets. En je belast er dus ook het milieu een stuk minder mee.

Maar ook kan werken op afstand ervoor zorgen dat klantenservicemedewerkers meer uitgerust aan het werk gaan. Want 's morgens vroeg in een drukke bus of metro moeten staan om op tijd op werk te komen kan aardig vermoeiend zijn. Zeker als de aansluitingstijd krap is wanneer iemand moet overstappen of de reis lang is.

Ook de terugreis wordt je klantenservicemedewerkers bespaard. Geen woon-werkverkeer hebben scheelt de afstandsmedewerker aanzienlijk wat tijd en stress. Hij houdt meer tijd over voor ontspannende en sociale activiteiten, welke een positief effect hebben op de mentale gezondheid. Het resultaat: uitgeruste en positieve werknemers. En uitgeruste, positieve mensen leveren beter werk af.

Strenger selecteren uit een grotere groep

Locatieonafhankelijk zijn heeft veel te bieden aan je werknemers. Maar jij als werkgever kunt er ook je voordeel uit halen. Zo ben je niet gebonden aan één locatie of (klein) gebied bij het zoeken naar het juiste talent. Daardoor heb je veel meer kandidaten om uit te kiezen en kun je een strengere selectie maken. Want je moeten beperken tot een bepaalde geografische locatie brengt restricties met zich mee.

In één plaats, of misschien zelfs provincie, wonen simpelweg slechts een beperkt aantal mensen. Je zoekgebied is daardoor aanzienlijk kleiner. Er bevinden zich dan daar ook maar weinig mensen die de vaardigheden en/of potentie hebben om een goede klantenservicemedewerker te worden. Door dit kleine aantal kandidaten kan het niveau en de kwaliteit lager uitvallen dan je had gehoopt.

Wanneer je je in de zoektocht naar personeel van hoge kwaliteit richt op digital natives, kun je door het hele land zoeken, dus niet alleen in jouw directe omgeving. Zo vergroot je de vijver waaruit je kunt vissen en daarmee ook je slagingskansen om niet alleen goed personeel te vinden, maar juist de medewerkers van hoge kwaliteit.

Medewerkers in het buitenland

Het is trouwens ook helemaal geen probleem om mensen aan te nemen die zich aan de andere kant van de wereld bevinden. Misschien iemand die graag reist en daarnaast nog een stabiel (parttime) inkomen zoekt. Of iemand die (tijdelijk) in een ander land woont. De enige voorwaarde is dat deze personen goede kennis heeft van de talen waarin jij klantenservice biedt.

Dit maakt de groep mensen waar je uit kunt kiezen nóg groter, zodat jij je screening nóg strenger kunt maken en alleen de állerbeste mensen kunt selecteren. Maar medewerkers in het buitenland hebben nog iets extra's: ze zouden je 's nachts kunnen helpen.

Nachtdiensten

Dat kan namelijk wanneer je in andere werelddelen mensen hebt klaarstaan. Je kunt gemakkelijk mensen aantrekken die zeer goede kennis van het Nederlands hebben en die zich in andere delen van de wereld bevinden. Rondreizende studenten en net-afgestudeerden, mensen die langere tijd in Nederland hebben gewoond en de taal zich goed eigen gemaakt hebben of Nederlanders die zijn geëmigreerd, bijvoorbeeld . Maar denk er ook eens aan om een team in Suriname of op de Antillen op te zetten: daar wordt Nederlands gesproken en er is een tijdsverschil van 5 a 6 uur.

Wil je meer tijdsverschil? Denk dan aan iemand die in Australië woont of rondreist: tussen Nederland en Sydney is er een verschil van 8 uur. Dat is perfect om deze mensen jouw nacht te laten oppakken. Soms zijn krachten in het buitenland zelfs nog goedkoper én je hoeft geen toeslag te betalen voor nachtdiensten.

Geen of minder kantoorruimte nodig

Wat ook belangrijk is om te onthouden, is dat je voor klantenservicemedewerkers op afstand geen kantoorruimte hoeft in te richten. Ze werken doorgaans met hun eigen pc of laptop en ook een bureau en bureaustoel hoef je niet aan te schaffen. Denk verder ook aan kosten voor gas, water, licht en een stabiele internetverbinding waar meerdere mensen tegelijkertijd mee moeten kunnen werken. Dit soort dingen kunnen je aanzienlijk veel geld kosten wanneer je wél op locatie werkt.

En je bespaart je niet alleen de kosten van de kantoorinrichting, je bespaart ook op het kantoor zelf. Deze kan nu namelijk veel kleiner zijn, met dus een lagere prijs. Of misschien is dat kantoor wel helemaal niet nodig en werk je zelf ook vanuit huis. Dan bespaar je je alle kosten van een kantoor.

6. Samengevat: hoe de digital native de klantenservice verbetert

In deze whitepaper is uitgelegd wat digital natives zijn en waarom ze waardevol zijn voor de digitale klantenservice. De digital native is opgegroeid temidden van moderne technologieën en heeft, zoals hierboven al staat omschreven, een aantal eigenschappen die belangrijk zijn voor de verbetering van je klantenservice.

Deze specifieke eigenschappen zijn precies wat de digital native maakt tot een medewerker van hoge kwaliteit, welke binnen klantenserviceafdelingen niet mag ontbreken. En het zijn de belangrijkste redenen om een digital native te verkiezen boven een traditionele werknemer. Hieronder zetten we de drie belangrijkste kenmerken nog even op een rijtje.

Gemakkelijk schakelen tussen verschillende kanalen

Het eerste kenmerk dat we graag willen benadrukken is dat de digital native gemakkelijk kan schakelen tussen verschillende kanalen. Dit is belangrijk, want de moderne klantenservicemedewerker is al lang niet meer enkel in het callcenter werkzaam en de moderne klant zoekt al lang niet meer alleen via telefoon of e-mail contact met bedrijven.

Daarnaast komt ieder kanaal met eigen uitdagingen en een eigen, unieke aanpak. De digital native begrijpt deze verschillen maar al te goed en weet hoe hij moet omgaan met beperkingen. Daarom is het, zeker voor kleinere bedrijven, verstandig om personeel te trainen voor alle verschillende kanalen. En daarbij zoveel mogelijk te kiezen voor digital natives, want zij beschikken al over deze kwaliteiten en ervaring.

Meer kwaliteit, meer vrijheid en meer bereikbaarheid

Een nieuwe trend op de werkvloer, vooral onder digital natives, is om niet gebonden te zijn aan een locatie. Of hij nu vanuit huis, een café in de buurt of de Bahama's wil werken, vrijheid van locatie is waar de digital native behoefte aan heeft. Door te kunnen werken waar hij wil, ervaart hij meer vrijheid in zijn werk en heeft hij er meer plezier in. Maar ook ontwijkt hij hiermee iets wat aanzienlijk wat tijd en energie kan kosten: woon-werkverkeer.

Een digitale medewerker hoeft niet in de spits te reizen of in de file te staan. Sterker nog: hij hoeft niet eens bij je in de buurt te wonen om bij je te kunnen werken. Dit betekent dat jij je keuze kunt maken uit een groter aanbod van digital natives en daar alleen de allerbesten uit kunt halen. De mogelijkheid om iemand aan te nemen die in het buitenland woont of verblijft kan handig kan zijn wanneer je buiten kantoor tijden of 's nachts extra hulp nodig hebt.

Voorals als deze persoon zich in een andere tijdzone met voldoende tijdsverschil bevindt. Een bonus: de kantoorkosten die je jezelf bespaart wanneer je alleen met medewerkers op afstand werkt.

De digital native steekt graag de handen uit de mouwen

Tot slot is de digital native een echte aanpakker. Dit resulteert in lagere oplossingstijden en dus (meer) tevreden klanten. De digital native is best een beetje ongeduldig te noemen: openstaande verzoeken moeten worden weggewerkt zodat de teller zo snel mogelijk weer op 0 komt te staan. Hier is de digital native ook heel goed in: hij kan snel schakelen, weet hoe de verschillende kanalen werken en kan op een gepaste manier met de moderne klant communiceren.

Conclusie

De digital native heeft veel te bieden aan klantenserviceafdelingen. Hij werkt snel, levert werk van hoge kwaliteit af en houdt de klanttevredenheid hoog. Een fijne bijkomstigheid is dat hij je geld kan besparen en dat jij als bedrijf alleen het allerbeste talent kunt aantrekken. Wij raden dan ook aan om voor de klantenservice zoveel mogelijk digital natives aan te nemen. Ze tillen de klantenservice naar een hoger niveau.

Anthony Carter

Directeur Digital Customer Care Company

Amstelveen, augustus 2019

Over Digital Customer Care Company

Digital Customer Care Company is een toonaangevende leverancier van uitbestede klantenserviceoplossingen, gespecialiseerd in uitzonderlijke klantervaringen via digitale kanalen. Wij bieden een uitgebreide reeks diensten, waaronder live chat, e-mailondersteuning, betrokkenheid bij sociale media en natuurlijk telefonische ondersteuning.

Bij Digital Customer Care Company begrijpen wij het belang van een gevarieerd klantenbestand. Met onze meertalige capaciteiten zijn wij in staat om klanten in meerdere talen van dienst te zijn, zodat effectieve communicatie en ondersteuning voor een wereldwijd publiek gewaarborgd is. Ons team van ervaren professionals spreekt vloeiend 8 talen, waardoor wij klanten wereldwijd persoonlijke hulp kunnen bieden.

Wij zijn trots op het leveren van klantenservice die aansluit bij de merkwwaarden en de behoeften van onze klanten. Door gebruik te maken van geavanceerde technologieplatforms en robuuste analyses optimaliseren wij onze diensten voortdurend om te voldoen aan de veranderende eisen van het digitale landschap. Onze gezamenlijke aanpak met klanten stelt ons in staat hun doelstellingen te begrijpen en oplossingen op maat te bieden die de klantloyaliteit verhogen, de merkreputatie verbeteren en de customer lifetime value maximaliseren.