SOUND OF DATA

ECHT CONTACT

IEDER CONTACTMOMENT MET KLANTEN IS KRITISCH. DAAROM IS HET BELANGRIJK OM TE KIEZEN VOOR HET JUISTE KANAAL, DE JUISTE VORM EN DE JUISTE 'TONE OF VOICE'.

"Wij geloven in de kracht van de dialoog. Iedereen wil gehoord worden." Aan het woord is Jos van Loo, ceo van Sound of Data, een bedrijf dat werkt op het snijvlak van telecom en klantenservice. Jos: "Wij brengen al meer dan dertig jaar bedrijven en mensen met elkaar in contact. Bijvoorbeeld met effectieve tools om telefonische en digitale wachtrijen te voorkomen, te verkorten en te veraangenamen."

"Elk contactmoment kan een relatie maken of breken", vervolgt Jos. "Daarom is het belangrijk om goed na te denken over welk kanaal je kiest om contact te hebben met een klant, welk 'tone of voice' je hanteert en of je de ander digitaal of juist persoonlijk te woord staat. Soms vinden klanten het handig om via een chat- of voicebot snel antwoord te krijgen op hun vraag. Als ze wat meer tijd hebben, kiezen ze soms liever voor e-mail. Klanten kunnen overigens heel goed zelf bepalen welk kanaal het best is voor hun vraag."

Er zijn ook momenten dat een klant een echte medewerker wil spreken. Jos: "Vaak zijn dat complexe situaties of situaties waar inlevingsvermogen voor nodig is. Dan wil een beller niet verzanden in keuzemenu's of worden geconfronteerd met standaardantwoorden die niet de juiste oplossing bieden. Als je een klant vooraf de keuze voorlegt om z'n vragen automatisch te beantwoorden of te wachten op een medewerker, neem je al 80% frustratie weg. Wij zeggen dan ook altijd: automatiseren waar het kan, persoonlijk houden waar het moet."

SOUNDOFDATA.COM





SPEAKAP

EMPLOYEE EXPERIENCE

IN DE HUIDIGE ARBEIDSMARKT IS HET CRUCIAAL OM MEDEWERKERS BETROKKEN TE HOUDEN, ZOWEL OP KANTOOR ALS IN DE FRONTLINIE. SPEAKAP BIEDT HIERVOOR DE OPLOSSING, ALDUS CEO PATRICK VAN DER MIJL.

Er wordt meestal flink geïnvesteerd in software voor kantoormedewerkers. Eerstelijnsmedewerkers, goed voor 80% van de mondiale beroepsbevolking, worden volgens Van der Mijl echter vaak over het hoofd gezien. "Zij staan in de frontlinie en vervullen essentiële taakgerichte en servicefuncties in sectoren zoals detailhandel, horeca, productie en gezondheidszorg."
Speakap brengt alle medewerkers samen, ongeacht hun werkplek, door een platform te bieden dat intuïtieve communicatie mogelijk maakt. Bedrijven kunnen de omgeving volledig aanpassen aan hun eigen stijl en profiteren van een veilige communicatie-infrastructuur. Speakap combineert de bekendheid van socialemediafunctionaliteiten met de veiligheid die bedrijfscommunicatie vereist. Bovendien kan het platform worden uitgebreid met tools voor zaken als leren, takenbeheer en onboarding.

Speakap heeft inmiddels meer dan 500.000 gebruikers en 600 klanten wereldwijd. Tot de groeiende klantenlijst behoren bekende lokale namen zoals Loetje, Hans Anders, Marie-Stella-Maris, Gamma, G-Star, Pathé-bioscopen, Holland Casino en Basic Fit. Met internationale vestigingen in Amsterdam, New York, Keulen en Brussel blijft Speakap uitbreiden. "Met onze uitgebreide ervaring in verbetering van medewerkersbetrokkenheid bij onze klanten zijn wij goed voorbereid om elke organisatie te ondersteunen die serieus werk wil maken van de employee experience", benadrukt Van der Mijl. "Ons toegewijde team van experts staat klaar om elke organisatie te helpen om de volgende stap te zetten."

SPEAKAP.COM