E-BOOK

Så stärker ett kontaktcenter kundupplevelsen.

TELAVOX

Introduktion.

Kunder ställer allt högre krav på hur de blir bemötta när de kontaktar företag. I pandemins spår har förbättrad kommunikation mellan företag och deras kunder blivit ännu viktigare.

Många företag hinner inte med att anpassa sig efter kundernas nya krav. Enligt Twilios studie av brittiska konsumenter känner bara 11 % att de kan kommunicera med företag mellan olika kanaler (e-post, sms eller telefon). Som du kan läsa i den här guiden är detta en bidragande faktor till hur de uppfattar kundservicen.

Ett väldesignat kontaktcenter är essentiellt för modern företagskommunikation. Det gör det möjligt att hantera kundinteraktioner på ett effektiv, personligt och empatiskt sätt. Detta leder till bättre service och nöjdare kunder.

Den här guiden lyfter hur kundens förväntningar gällande kommunikation förändrats, och hur du effektivt använder ett kontaktcenter för att stärka kundupplevelsen.

Innehåll

- Hur pandemin förändrat kommunikation och kundservice p.4
- Vad är ett kontaktcenter egentligen? p.6
- Vad är omnichannel då? p.7
- Så ser ett modernt kontaktcenter ut p.8
- Ta det till nästa nivå med omnichannel p.12
- Telavox Kontaktcenter p.14
- Avslutningsvis p.17

Hur har pandemin förändrat våra förväntningar på kundservice?

Mycket har förändrats sedan pandemin, inklusive kundernas förväntningar på kommunikation med företag. Enligt en studie från Hiver väntar sig 80 % av konsumenterna bättre service nu än innan pandemin.

Kraven har ökat, både när det gäller tillgänglighet och förväntningarna på snabb och personlig service. Kunder vill att du uppfattar deras behov i ett tidigt skede, lyssnar på dem och visar empati. Genom att vara förstående i en interaktion bygger man lojalitet och en stabil kundbas som lockar fler kunder.

Samma undersökning visar även att hälften av konsumenterna som tillfrågades stör sig mest på att behöva upprepa sina problem flera gånger till supportpersonal.

Under pandemin ökade e-handeln både inom detaljhandeln och digitala tjänster enormt i världen. Bara i Sverige 2020 steg den med 40 procent. Det har även blivit viktigare för företag att sätta upp en smart strategi för kommunikation och telefoni. Samt att erbjuda digital support eftersom många inköp inte längre kräver några fysiska interaktioner. E-handelssajter har blivit den huvudsakliga plattformen för kommunikationen.

Kunder väntar sig även någon form av dygnet runt-service. Det räcker inte längre med att bara ha telefonsupport under arbetstid (som även har lunchrast när det rings som mest!).

Kundupplevelsen är idag A och O.

En undersökning gjord av Salesforce, där 15 600 personer inom B2B och B2C deltagit, visar att 80 % anser att upplevelsen ett företag erbjuder är lika viktig som deras produkter och tjänster. Att kundupplevelsen förstärkts blir ännu tydligare när man ser till övriga siffror:

66 % förväntar sig att företag ska förstå deras behov och förväntningar.

74 % har använt olika kanaler för att inleda och slutföra en transaktion.

52 % förväntar sig alltid personaliserade erbjudanden.

68 % räknar med att företag ska visa empati.

91 % säger att det är mer troligt att de kommer köpa igen efter en positiv upplevelse.

Vad kan vi dra för slutsater av det här?

- Kundupplevelsen har ökat i betydelse då kunder har högre krav idag.
- Kunder förväntar sig en mer personlig upplevelse.
- De förväntas få samma bemötande oberoende av vilken kanal de kontaktar er i.
- De måste erbjudas proaktiv service och få sina problem lösta vid första kontakt.

Så hur kan ett företag erbjuda sina kunder detta?
Svaret stavas kontaktcenter.

Vad är ett kontakt-center egentligen?

Du vet säkert vad ett callcenter är. Det är en centraliserad plats eller plattform där ni kan hantera inkommande och utgående kundsamtal. Men det blir allt vanligare att företag skaffar ett **kontaktcenter**. Det ger er en 360-vy av kundinteraktioner och historiken så att ni kan erbjuda ännu bättre service.

Ni kan hantera röstsamtal även i ett kontaktcenter, men fördelen här är att ni får mer information och kan samla alla kundinteraktioner på ett ställe. Det innebär att ni bland annat kan se när kunden kontaktat er senast, deras betalningshistorik och kontaktuppgifter utan att behöva byta plattform. Och den bästa sortens kontaktcenter ger er tillgång till **omnichannel**.

Vad är omnichannel då?

Idag är de flesta företag aktiva och kommunicerar med deras kunder i flertalet kanaler. Ni använder åtminstone telefon och mejl. Kanske har ni även ett eller flera konton på sociala medier. Dina kunder har alltså många sätt att nå er på.

Men även om ni syns i alla kanaler som finns så hanterar ni säkert kommunikationen i en separat plattform. Dina agenter skiftar mellan olika appar och saknar ofta viktig information de behöver för att hjälpa kunder. Det innebär att kunder behöver upprepa sina problem i varje kanal, vilket leder till missnöje och en känsla av dålig service. Dessutom är det svårt att bibehålla samma tonalitet i alla kanaler.

De som kontaktar er kan känna att kommunikationen skiftar beroende på plattform, vilket kan skada ert varumärke.

Omnichannel-kommunikation innebär att ni kan hantera kommunikationen från flera kanaler i en enda plattform. Ett kontaktcenter med omnichannel-funktioner gör att ni kan koppla ihop all er kundkommunikation. Till exempel kan en kund röra sig fritt mellan en chattkonversation på er sajt och sedan fortsätta via mejl. Detta innebär att kunden kan nå er i de kanaler som passar dem bäst. Resultatet?
En pålitlig kundresa och nöjda kunder.

Så ser ett modernt kontaktcenter ut.

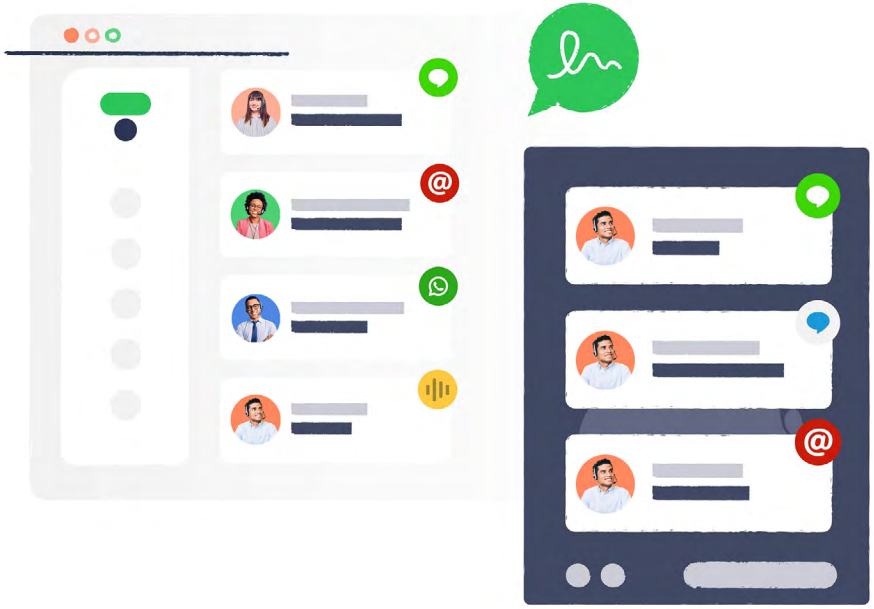
Hur just ert kontaktcenter bör vara utformat beror till viss del på vad ni är för typ av företag och vad ni levererar. Men det går att tala om generella trender inom alla branscher och vi kan använda oss av insikterna om den förstärkta kundupplevelsen här.

Vad ett kontaktcenter främst bör hjälpa kunderna med är att lösa deras problem. Det ska vara enkelt att kontakta er och bemötandet och upplevelsen ska vara så bra att ni lägger grunden för lojala kunder. Det ska även underlätta arbetet för dig och ditt team. Enligt Kearney kan teknik minska tiden en agent lägger på standarduppgifter med en tredjedel. Ett effektiv kontaktcenter ger agenter allt de behöver för uppskattad kundkontakt på ett enkelt sätt.

Låt oss kolla på vad som gör ett bra kontaktcenter.

Få en helhetsbild – inklusive kontakthistorik.

Plattformen ska erbjuda en helhetsbild av kunden med samlad kontakthistorik. Agenternas jobb förenklas genom att de får fram all tidigare interaktion kunden haft med företaget i ett kontaktkort. Allt registreras, från att kunden använde chatten och pratade med en kollega till att personen senare talade med en annan agent om ett nytt ärende. Det underlättar givetvis även för kunden som slipper upprepa vad hen tidigare sagt. Genom att snabbt få ett grepp om kundens problem kan ni svara effektivt och med förståelse.



Tillgänglighet – överallt.

Kunder vill kontakta företag på den enhet de använder i stunden, vare sig det är via telefon, surfplatta eller dator. Det måste också vara möjligt att nå er i flera olika kanaler som röstsamtal, chatt, sociala medier eller sms. Ni behöver därför veta var era användare befinner sig och hur de föredrar att kontakta er. Ett kontaktcenter med omnichannel är perfekt för detta.

Ökad intern effektivitet.

Om ni brukar hantera all mejlkontakt i en delad inkorg vet ni att agenterna därmed ofta får svårt att hålla koll på vilka ärenden som besvarats och vem som gör vad. Det är lätt att ärenden och kunder faller mellan stolarna. När allt samlas i en plattform undviker ni dessa problem.

Agenterna kan också enklare samarbeta då de exempelvis kan hoppa in och ta över en kollegas ärende tack vare kontaktkorten som innehåller all kunddata. Med en molnbaserad plattform kan agenterna arbeta hemifrån eller från annan ort då all data finns i molnet. Det uppskattas även av cheferna då det är lätt att hålla koll på allt oavsett var de befinner sig.

Tidsbesparingar.

Med ett välfungerande kontaktcenter kommer det inte krävas lika många agenter för att utföra uppgifterna. Tack vare att all information finns nära till hands kan ni hjälpa kunder och lösa problem snabbare. På så sätt kan ni fokusera mer på tidskrävande ärenden. Detta innebär att ni kan effektivisera utan att anställa fler.

Istället kan företaget enklare planera sin bemanning då du vet under vilka perioder behovet är större. Under lugnare perioder kan du istället vidareutbilda delar av personalstyrkan eller låta dem arbeta med andra värdeskapande uppgifter.

Bättre insikter i företaget.

Kunder bistår med värdefulla insikter och det gäller att ta vara på dessa. Ju mer relevant data du har om kunderna, desto bättre kundupplevelse kommer du kunna leverera. Ett kontaktcenter är fullt av data vilket gör det till en naturlig knutpunkt för insamling av insikter.

- Agenterna får information om tidigare orderhistorik, klagomål och liknande. Det underlättar för det operationella arbetet och för att kunna ta snabba beslut i vardagen.
- Genom att samla in data över interaktioner kan ni snabbt se när köerna brukar fyllas på, ta höjd för detta och sätta fler agenter i arbete under de tiderna.
- Det underlättar även för ert analytiska och strategiska arbete. Ni kan analysera kampanjer och effekterna av det. Hur många var intresserade av att köpa och hur många köpte? På vilka veckodagar och tidpunkter handlade kunderna mer? Det finns egentligen inga gränser för vad som går att mäta och analysera.

Sammantaget: en bättre kundupplevelse.

Ett kontaktcenter är en viktig del om du vill stärka kundupplevelsen i företaget, eller rättare sagt, det är en ovärderlig del! Ett kontaktcenter är ofta den första interaktion en kund har med ditt företag. Lyckas ni redan där bemöta era kunder proffsigt är det större sannolikhet att de återkommer och i slutändan blir långvariga, lojala kunder.

Ta det till nästa nivå med omnichannel.

Kontaktcenter är i regel inte integrerade med varandra, vilket kan bli ett problem. Informationen finns på olika platser och ditt team behöver använda olika plattformar för att utföra sitt dagliga arbete. Detta resulterar i bristande produktivitet och missnöjda agenter. Detta leder i sin tur till ökade kostnader och en minskad avkastning.

Omnichannel ger en komplett kundupplevelse.

Målet är att kunder sömlöst ska kunna röra sig mellan kanaler – snabbt och friktionsfritt. De ska inte behöva upprepa sig eller fylla i samma information flera gånger. För en så komplett kundupplevelse som möjligt kommer omnichannel in i bilden.

Omnichannel för samman olika marknadsföringskanaler vilket gör att du skapar en enhetlig kundupplevelse på alla plattformar. Du får en bättre insyn i potentiella kunders behov och leder dem vidare oavsett plattform – vilket även ökar kundkonvertering.

- Alla kanaler ni finns tillgängliga i synkas med varandra så ingen kund behöver upprepa sin information. Även om de kontaktat er på telefon tidigare och nu hör av sig via chatt får agenten ifråga upp all konversationshistorik.
- Alla interaktioner syns i systemet och rapportering hämtas lätt ut både i realtid och historiskt.
- Dina agenter behöver bara använda en plattform i sitt arbete.

Telavox Kontaktcenter.

Den största fördelen med Telavox Kontaktcenter är att det är en del av vår befintliga lösning. Istället för att använda ännu ett program är vår kontaktcenterlösning en integrerad del av plattformen där du och dina kollegor kommunicera internt och med kunder. Detta banar väg för smidigare internkommunikation och snabbare, bättre svar till kunderna.

Med Telavox Kontaktcenter blir det lättare att ge kunderna den support de behöver och de kan kontakta dig i den kanal de föredrar. Agenternas arbetsdag förbättras också avsevärt då de kan arbeta mer produktivt eftersom de kan hantera kundernas förfrågningar i ett och samma system. Det är mycket lättare att få en översikt över vad kunden behöver och för supportchefen att se till att organisationen flyter på.

Huvudsakliga fördelar med Telavox Kontaktcenter.

- **Underlätta för dina agenter**
  Arbetsdagen blir enklare för agenten genom en 360-vy av kunden, där tidigare kontaktuppgifter ges – oberoende av kanalen. Ärenden kan skapas manuellt, skjutas upp eller hanteras direkt på ett snabbt sätt. Agenten byter enkelt kanal för kommunikationen och kan flytta en Facebook-konversation till ett mejl samtidigt som konversationshistoriken behålls.

- **Effektivisera arbetet**
  Att ha alla kunddialoger på en plattform frigör tid som du annars skulle lägga på att byta plattform och andra icke-värdeskapande aktiviteter. Supportchefen kommer lättare kunna se agentens arbetsbelastning och fatta operativa beslut.

- **Erbjud bättre kundservice**
  Din kundsupport kommer fungera smidigare och ge dig en överblick över eventuella förbättringar. Det blir helt enkelt lättare att se hur er kundservice kan förbättras.

- **En molnbaserad lösning**
  Vår plattform är helt molnbaserad. Det innebär att du har tillgång till all information du behöver oavsett var du är. Leverera superb service på kontoret, i hemmet eller via mobilen på ett säkert och enkelt sätt.

- **Personliga Advisors**
  När du inleder ett samarbete med oss blir du tilldelad en Telavox Advisor. Med en och samma kontaktperson från start lär ni snabbt känna varandra och du vet att du alltid vet vem du ska kontakta när du behöver hjälp.

Viktiga funktioner

- **Kanaler**
  Röstsamtal, mejl, chatt, sociala medier och mer. Effektivisera din kundsupport och möjligheterna för en kund att kontakta er genom att alla konversationer samlas i en plattform.

- **Avancerad routing**
  Se till att inkommande ärenden behandlas och skickas vidare effektivt. Du kan prioritera mellan köer, enkelt logga in och ut agenter och ha olika strategier för att hantera samtalen.

- **Färdiga mallar**
  Får ni regelbundet in liknande frågor som gäller öppettider eller en viss tjänst? Då kan ni skapa en mall för detta som agenterna sedan använder när dessa frågor dyker upp. Agenterna ändrar enkelt sina skript och skapar personaliserade svar baserat på all inkommande kunddata och kundförfrågningar som allt finns samlat på samma plats.

- **Omnichannel**
  Omnichannel skapar helt nya möjligheter. Med omnichannel kan ni enkelt utöka era röstfunktioner med e-post, sociala medier, chattbotar och annat. Ni får en enhetlig vy över all kommunikation, vilket säkerställer en bättre upplevelse både för kunder och agenter.

- **Överlägsen prestanda och kvalitet**
  Få fördjupad statistik för att utvärdera hur kundtjänsten presterar. Fatta välinformerade och datadrivna beslut.

- **Taggning**
  Alla inkommande ärenden kan taggas och kategoriseras. Ni kan alltså skapa en kategori för fakturor och under den lista taggar relaterade till ämnet, som exempelvis felbetalningar. Du får en överblick av alla ärenden och det underlättar enormt för att hämta ut statistik och följa upp.

Avslutningsvis.

Pandemin har förändrat kundernas beteende och deras förväntningar för all framtid. Kunden vill fortfarande känna sig speciell, även om kontakten inte sker fysiskt. Detta gör kompetenta agenter eller riktiga människor i chatten ovärderliga.

Ett kontaktcenter gör att du och ditt team kan ge era kunder bästa möjliga service genom att samla all information på ett ställe. Tack vare omnichannel-funktioner kan ni möta dina kunder där de är. Det innebär att ni kan erbjuda superb service oavsett om de ringer, mejlar eller hör av sig via sociala medier.

Vill du veta mer om vårt kontaktcenter eller testa en demo?

Hör av dig till oss så återkommer vi inom kort!

TELAVOX