



**OPTIMALISEER  
JE WEBCARE  
VIA MESSAGING  
KANALEN ZOALS  
WHATSAPP**

**OBI4WAN**



**Webcare is inmiddels gemeengoed geworden voor de meeste organisaties. Niet alleen commerciële bedrijven, maar ook overheden weten inmiddels dat je aanwezig moet zijn op de favoriete kanalen van je klant, dus ook online. Maar dat betekent niet dat we er zijn, binnen webcare gebeurt namelijk nog van alles! Zo is één-op-één messaging via kanalen als WhatsApp, live chat, Facebook Messenger, Google's Business Messages, Instagram DM en Twitter DM aan een enorme opmars bezig. We durven zelfs te stellen dat we aan de vooravond van een grote verschuiving staan waarbij uiteindelijk volledige customer journeys via messaging doorlopen zullen worden.**

**In deze whitepaper gaan we hier dieper op in. We brengen je op de hoogte van de laatste stand van zaken en weiden uit over wat ons in de nabije toekomst op dit gebied te wachten staat. Dit stelt jou in staat om het meeste te halen uit WhatsApp en Messenger en zo te streven naar de optimale inzet van webcare binnen jouw klantenservice.**





# INHOUD



DE TOEKOMST LIGT IN  
EEN-OP-EEN KLANTCONTACT VIA  
MESSAGING EN WHATSAPP!

**1**

WAAR MOET JE AAN  
DENKEN VOORDAT JE  
BEGINT MET MESSAGING?

**2**

OPSCHALEN NODIG?  
IMPLEMENTEER CHATBOTS!

**3**

DE NEXT STEP IN MESSAGING:  
CONVERSATIONAL COMMERCE

**4**

DE VOORDELEN VAN  
MESSAGING

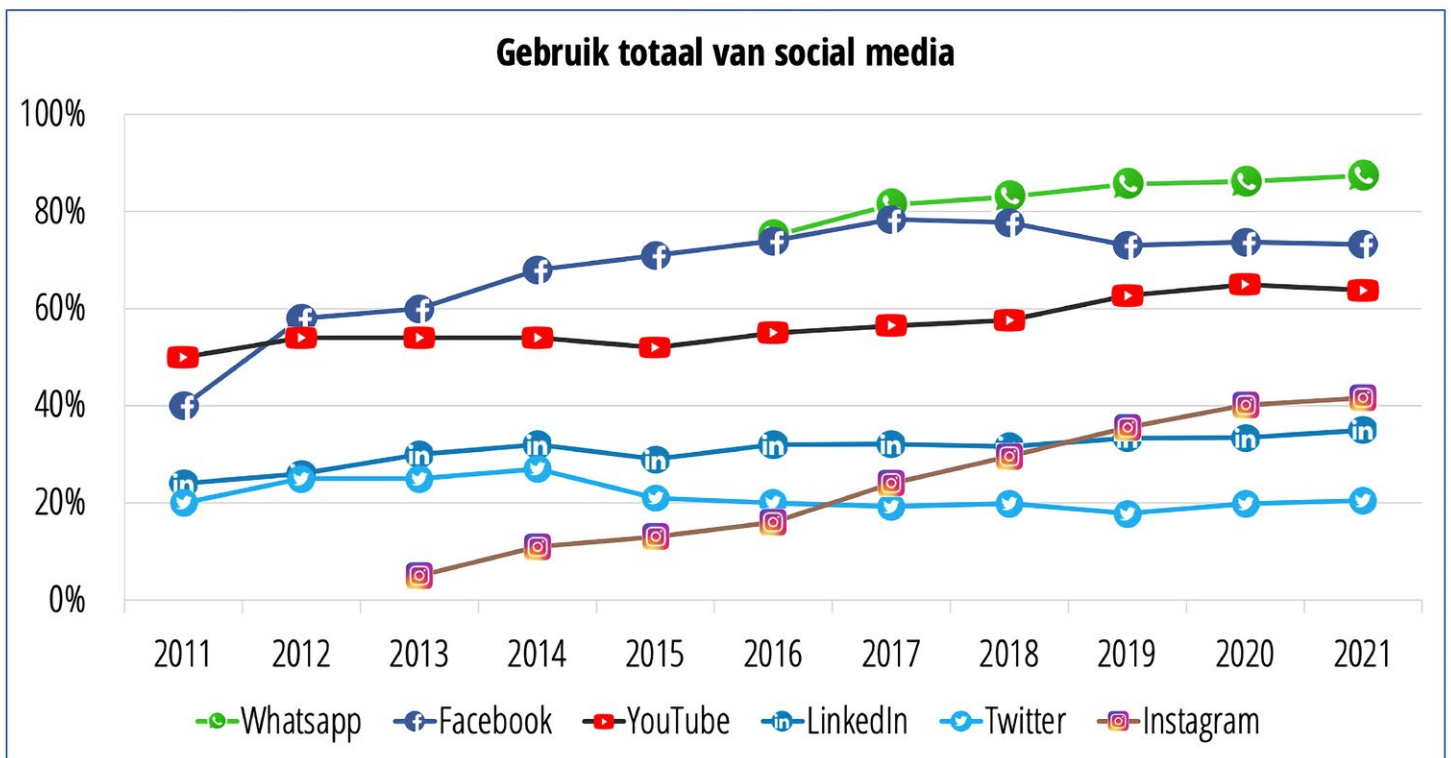
**5**

TOE AAN DE VOLGENDE  
STAP IN WEBCARE?

**6**

# 1. DE TOEKOMST LIGT IN EEN-OP-EEN KLANTCONTACT VIA MESSAGING EN WHATSAPP!

Consumenten zijn voortdurend op zoek naar gemak. Is er een vraag of klacht? Dan willen ze het liefst één-op-één aandacht en als het even kan nu meteen. Organisaties weten dat inmiddels en zetten volop in op het de klant naar de zin, persoonlijk en gemakkelijk te maken. Messaging biedt gelukkig de oplossing!



Onderzoeksbureau Newcom deed ook in 2021 weer onderzoek naar het social media en messaging gebruik onder Nederlanders. Deze kanalen worden door steeds meer mensen en ook frequenter gebruikt. WhatsApp steekt er met ruim 12 miljoen gebruikers met kop en schouders boven uit. De adaptatie van messaging kanalen door consumenten gaat als een speer. Zorg dat je als organisatie je kanalenmix baseert op die kanalen die je klant daadwerkelijk gebruikt. Maar over het algemeen zit je met WhatsApp in ieder geval goed!

Uit onderzoek van Zendesk blijkt dat van alle bedrijven die afgelopen jaar kanalen hebben toegevoegd aan hun kanalenmix 53% koos voor messaging kanalen. Daarnaast bleek dat bedrijven die de kortste doorlooptijd en de hoogste tevredenheidsscores hebben, juist die bedrijven zijn die via messaging met hun klanten communiceren. ■■■■■■



## 2. WAAR MOET JE AAN DENKEN VOORDAT JE BEGINT MET MESSAGING?



Denk je er klaar voor te zijn om je klantkanalen uit te breiden? Vergeet je dan niet af te vragen wat je wil bereiken met het toevoegen van messaging kanalen aan je contactstrategie. En bedenk dat het ook wat van je organisatie vraagt als je eenmaal begint met messaging. Wil je bijvoorbeeld beter bereikbaar zijn of je klanten sneller helpen? Of hoop je juist meer omzet te genereren? Messaging kanalen zijn bij uitstek geschikt voor persoonlijke en laagdrempelige service, maar verlangen wel een snellere reactietijd dan een kanaal als e-mail.

Rutger den Toom van Gemeente Goes voegt hier nog een belangrijk punt aan toe:

**“Sommige kanalen zijn voor specifieke doelgroepen minder gebruiksvriendelijk dan andere. Zo vinden mensen met een verstandelijke beperking het lastiger om ons te bereiken via de traditionele kanalen.**



**Een correcte e-mail opstellen kan voor deze doelgroep uitdagender zijn dan een simpele app sturen. Omdat de drempel om contact op te nemen met de gemeente laag moet zijn, is WhatsApp een zeer geschikt communicatiekanaal voor deze specifieke doelgroep. WhatsApp is bovendien simpel in gebruik en het is vanuit onze kant ook heel makkelijk te managen.”**

**- RUTGER DEN TOOM, GEMEENTE GOES**

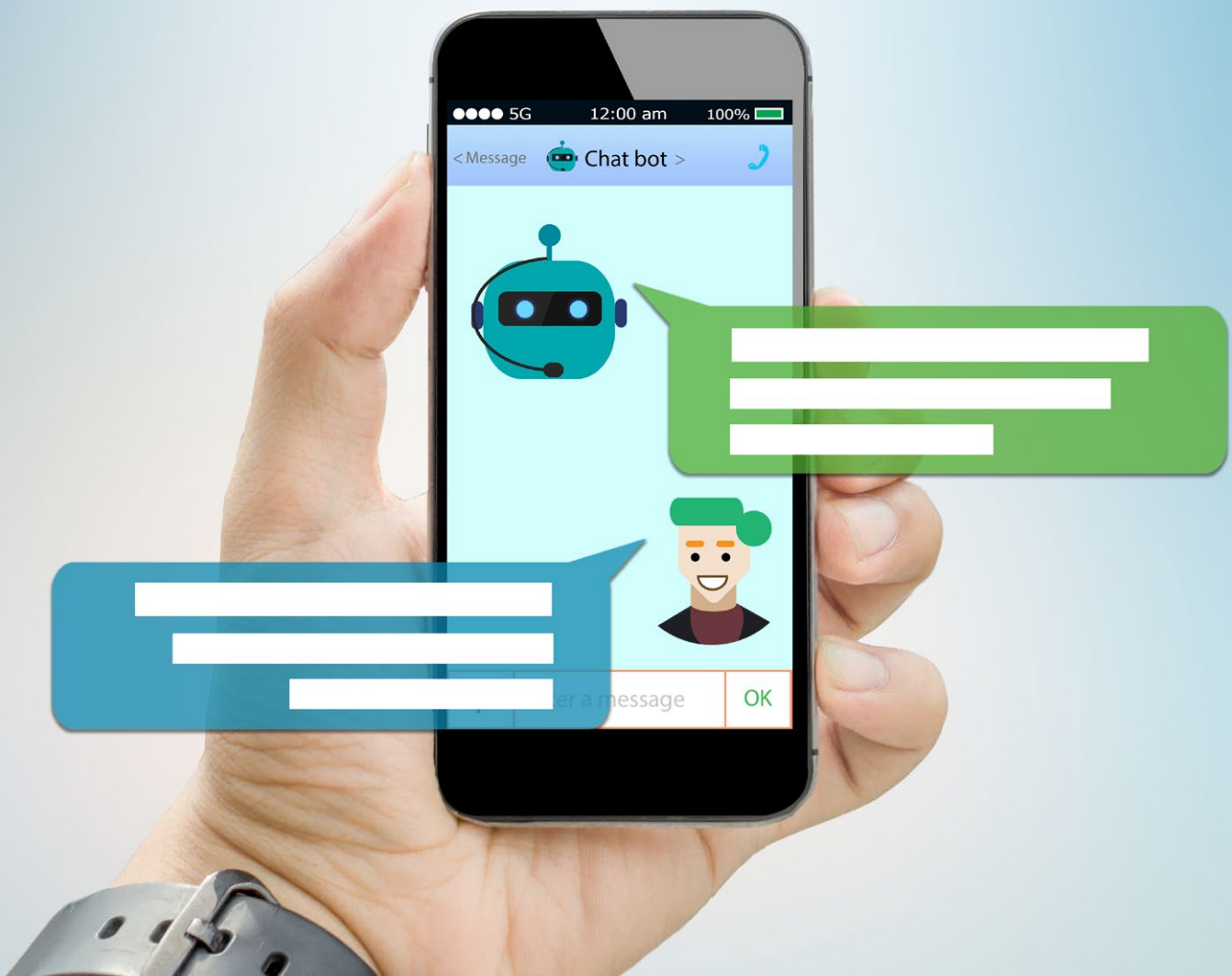
In sommige gevallen is het ook aan te raden om een case telefonisch te behandelen, in plaats van via WhatsApp of Messenger. Bijvoorbeeld als het om een complexe klacht of vraag gaat. Uiteindelijk moet het oplossen van de case het doel zijn en niet het sturen op kanalen. Daarvoor moet je goed kunnen luisteren naar een klant en de tijd nemen om eventuele negatieve sentimenten om te buigen. Wees dus altijd kritisch op welk gesprek je voert op welk kanaal.

Bepaal van te voren dus goed wat de KPI's zijn. Voor welke responstijd, first time fix-rate, volume per kanaal en beschikbaarheid ga je. Vergeet vooral niet klanttevredenheid mee te nemen als KPI. Je wilt tenslotte wel dat je klanten tevreden zijn over deze nieuwe kanalen van klantcontact. Start daarom direct op dag 1 met het meten en analyseren van je klantcontact via je messaging kanalen. Alleen zo weet je natuurlijk of de door jou vastgestelde KPI's worden behaald. ■■■■■■



### 3. OPSCHALEN NODIG? IMPLEMENTEER CHATBOTS!

Maken je klanten veelvuldig gebruik van de messaging kanalen om in contact met je te komen? En worden er ook vaak dezelfde eenvoudige vragen gesteld? Weet dan dat het heel gemakkelijk is om op te schalen. Het integreren van chatbots in je messaging kanalen, WhatsApp en live chat is vrij eenvoudig. Niet alleen kunnen chatbots eenvoudige vragen afvangen, ook kunnen zij ingezet worden als werkvoorbereider. Bijvoorbeeld door alvast een ordernummer uit te vragen aan de klant die een gesprek begint. Is alle benodigde informatie compleet of blijkt een vraag toch te lastig voor de chatbot? Dan volgt er een soepele handover naar een live-medewerker. ■■■■■■







Bij reorganisatie Sunweb zijn ze al aan de slag gegaan met een chatbot. André Tuinenburg, Hoofd Customer Care zegt daarover:

**“We hebben een chatbot toegevoegd aan ons WhatsApp kanaal om berichten efficiënt te kunnen afhandelen. De chatbot doet op dit moment drie dingen, als host verwelkomt de bot op vriendelijke wijze de klant, hij vangt de eerste vragen af en fungeert als werkvoorbereider door het boekingsnummer op te vragen. Hoewel de chatbot nog volop in ontwikkeling is, zien we dat hij een groot deel van de eerstelijns vragen al kan beantwoorden.”**

- ANDRÉ TUINENBURG, HOOFD CUSTOMER CARE

# 4. DE NEXT STEP IN MESSAGING: CONVERSATIONAL COMMERCE

Vragen of klachten via messaging oplossen? Dat is nog maar het begin. We werken toe naar een situatie waarin een steeds groter deel van de customer journey zich op messaging kanalen zal gaan afspelen. Hiermee wordt niet alleen de behoefte aan persoonlijk contact ingelost, maar hebben consumenten ook een optimale klantbeleving. Conversational commerce gaat de komende jaren dé trend worden. Hierbij worden klanten via messaging niet alleen geholpen als er vragen of problemen zijn, maar zullen zij ook daadwerkelijk aankopen gaan doen via messaging.



Alex Slatman, CTO van OBI4wan ziet nu al dat de techniek er klaar voor is.

**“De API’s zijn zelfs al beschikbaar. Grote bedrijven zoals Facebook, met WhatsApp en Instagram, Pinterest en Apple maken zich al klaar voor deze manier van klantcontact waarbij organisaties consumenten via één-op-één contact verder helpen naar de volgende stap in de customer journey. Dit zal grote veranderingen brengen in de manier waarop klantcontact ingericht is. De branche werkt er al langzaam naartoe, maar de grote vraag is wanneer de consument hier ook klaar voor is. Vertrouwen in organisaties en kanalen zal daarbij essentieel zijn, want consumenten zullen uiteindelijk ook betalingen gaan doen via deze één-op-één kanalen, iets waar ze volgens Alex nu nog niet helemaal aan gewend zijn.”**

- ALEX SLATMAN, CTO VAN OBI4WAN

Het kan echter niet lang meer duren. Juniper Research voorspelt dat de uitgaven die consumenten via messaging kanalen doen de komende vier jaar met 590% zal toenemen. Dit onderzoek voorziet dus een enorm potentieel aan commerciële kansen voor organisaties. Klantenservice zal daardoor niet langer een kostenpost zijn, maar juist een plek waar omzet gegenereerd wordt. ■■■■■■



# 5.

## DE VOORDELEN VAN MESSAGING

Het gebruik van messaging kanalen voor je webcare kent dus vele voordelen. Zowel op de korte als lange termijn. En zowel voor je organisatie als voor je klant. Hieronder hebben we de belangrijkste voordelen voor je op een rijtje gezet:

### Voordelen voor organisaties:


- Behandel meerdere chats tegelijk met behoud van berichtgeschiedenis;
- Pak verkoopkansen: loods je klant via messaging door een bestelproces heen;
- Implementeer chatbots voor 24/7 service bij hoge volumes;
- Alle kanalen overzichtelijk in OBI Engage;
- Bereid je met messaging nu alvast voor op conversational commerce.

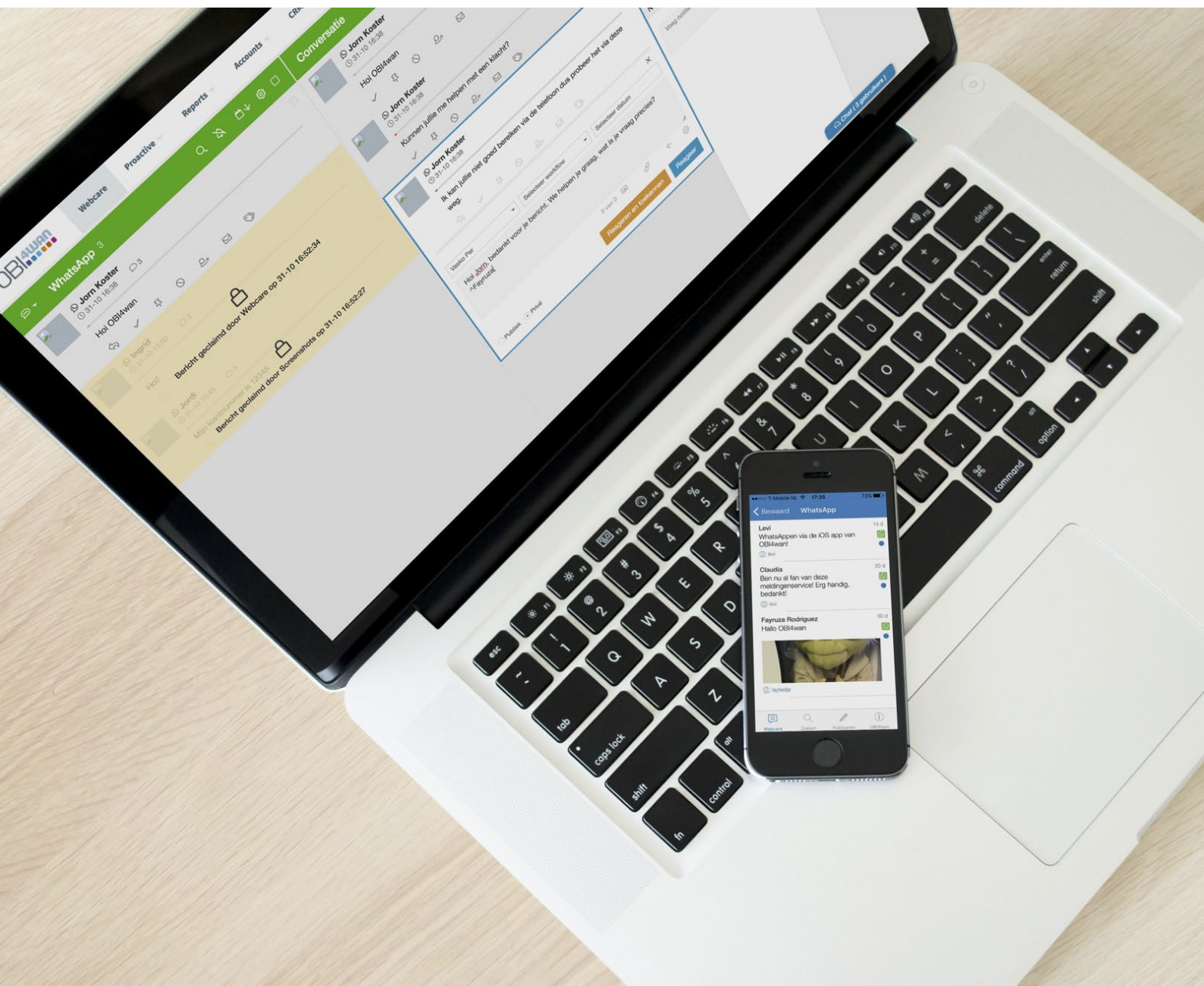
### Voordelen voor klanten:

- Realtime service;
- Nooit meer in de wacht;
- Delen van links, foto's of video's ter verduidelijking;
- 24/7 contact opnemen als de behoefte daar is;
- Persoonlijk en privé in gesprek met organisaties.



# 6. TOE AAN DE VOLGENDE STAP IN WEBCARE?

Staat jouw webcare nog in de kinderschoenen of ben je inmiddels toe aan een volgende verbetering? Geen probleem. OBI4wan denkt graag met je mee. Wil je alleen WhatsApp implementeren of ga je voor een uitbreiding van je kanalen en wil je die integreren met onze andere oplossingen of die van onze partners? Wij hebben ruime ervaring bij grote en kleinere organisaties, bij commerciële partijen en overheden, in zowel binnen als buitenland. Neem gerust vrijblijvend contact met ons op via +31 (0)85 210 50 60 of [info@obi4wan.com](mailto:info@obi4wan.com) 



**Email:** [info@obi4wan.com](mailto:info@obi4wan.com)  
**Telefoon:** +31 (0)85 210 50 60  
**Website:** [www.obi4wan.com](http://www.obi4wan.com)



[Vraag een gratis demo aan](#)

[Neem contact met ons op](#)

OBI4wan biedt een gebruiksvriendelijke oplossing voor messaging via WhatsApp en Facebook Messenger. OBI4wan haalt de smartphone uit het proces en stelt je in staat om samen met je collega's persoonlijk en laagdrempelig te communiceren met je klanten.



**OBI4WAN**