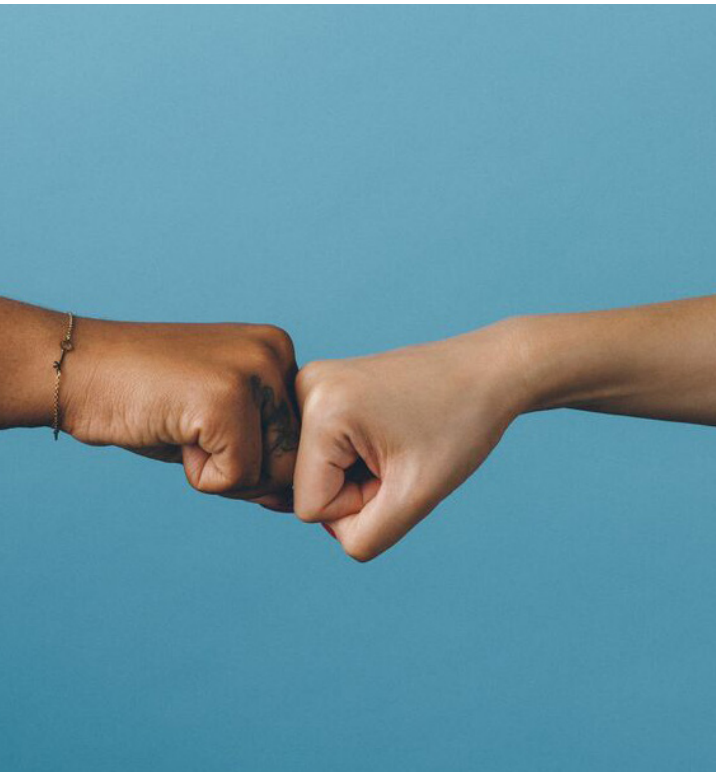
Waarom een positieve werknemerservaring een belangrijke bouwsteen is voor een goede klantenservice

zendesk

Bedrijven zijn momenteel erg gefocust op klantenservice en klantervaring. Dit is te verwachten omdat zowel klanten als bedrijven overschakelen naar volledig digitale samenwerking, communicatie en support. Nu de coronacrisis wereldwijd heeft toegeslagen, hebben klanten talloze vragen en zijn ze, volgens gegevens van Zendesk Benchmark, voor hulp in grote mate afhankelijk van digitale kanalen.



Met een positieve klantervaring kan een bedrijf zich in belangrijke mate onderscheiden van concurrenten. Daarom hebben bedrijven al zeer veel geïnvesteerd op het gebied van klantenservice. Bedrijven die het klanten gemakkelijk maken door gepersonaliseerde service te bieden via de favoriete communicatiekanalen van de klant en die transacties soepel laten verlopen, hebben de meeste kans om de komende maanden hun klantenbestand op peil te houden of zelfs te laten groeien. Door echter te gehaast te investeren in tools die een beter inzicht in het klanttraject bieden, hebben bedrijven misschien een andere effectieve tool over het hoofd gezien die de klantervaring verbetert: de werknemerservaring, ook wel EX genoemd.

Net zoals de klantervaring wordt gevormd door alle fysieke en digitale contactmomenten tussen klanten en een bedrijf, is EX het totaalresultaat van alle contactmomenten tussen een bedrijf en het personeel. De invloed van een positieve EX is duidelijk: “Betrokken werknemers die ervaren dat er op hun werk persoonlijk in hen wordt geïnvesteerd, zijn meer bereid en gemotiveerd om de klantervaring positief te beïnvloeden”, volgens een Gartner-rapport.[1]

In tijden van crisis zijn bedrijven nog meer afhankelijk van technologie die hun werknemers betrokken en op de hoogte houdt. Nu werknemers overal ter wereld snel zijn overgeschakeld op thuiswerken, toont het ‘nieuwe normaal’ aan dat bedrijven flexibel moeten zijn om te kunnen inspelen op onverwachte ontwikkelingen. Communicatietools als Zoom en Slack maken nu deel uit van het dagelijks leven, maar bedrijven moeten vooruitkijken en creatiever worden in het ontwikkelen van een infrastructuur die een verspreid personeelsbestand verbonden houdt. Dit verbetert de werknemerservaring, die vervolgens weer de klantervaring beïnvloedt, waardoor bedrijven zich sneller kunnen aanpassen aan onverwachte omstandigheden.

Deze handleiding geeft aan wat een werknemerservaring inhoudt en beschrijft de rol die technologie speelt bij het realiseren van een voortreffelijke werknemerservaring.

1. Gartner, ‘De ervaring van werknemers verbeteren om te zorgen voor verbeteringen in de klantervaring’, Gene Phifer, 26 november 2019

Wat houdt een werknemerservaring in?

De werknemerservaring is het totaalresultaat van alle fysieke en digitale contactmomenten tussen een bedrijf en het personeel. Dit kan in grote lijnen als volgt worden ingedeeld:

Waaraan we werken

Hebben werknemers de gelegenheid om zinvol werk te doen dat van grote invloed is op het bedrijf?

Met wie we werken

Werken werknemers bij leidinggevenden en in teams die inclusief zijn en die hen helpen zich te ontwikkelen?

Hoe we werken

Stel jezelf voor hoe de ervaring van een werknemer is: vanaf het moment dat deze de laptop opent totdat hij of zij aan het einde van de dag de laptop weer sluit. Een positieve werknemerservaring verloopt naadloos, zoals ook in grote lijnen bij een positieve klantervaring het geval is. Denk hierbij aan vragen als: Sluiten de verschillende technologieën goed op elkaar aan? Kunnen werknemers gemakkelijk de kennis vinden die ze nodig hebben om hun werk te doen?

Hoe we worden beloond

Worden werknemers gestimuleerd om hun werk goed te doen?

Technologie gebruiken om de werknemerservaring te verbeteren

Een betere werknemerservaring kan echt van grote invloed zijn op de bedrijfsresultaten. Sinds 2009 overtroffen een aantal van de 'beste bedrijven om voor te werken' van de Fortune-lijst de S&P 500 met 84,2 procent, volgens een onderzoek van Glassdoor. Het Gartner-rapport waaruit bleek dat werknemers die zich persoonlijk betrokken voelen, meer bereid en gemotiveerd zijn om de klantervaring positief te beïnvloeden, bevatte verder nog de bevinding dat ook het omgekeerde geldt. De werknemerservaring kan de prestaties en klantervaring negatief beïnvloeden wanneer de werknemers niet persoonlijk investeren in hun werk en organisatie.

Hoewel de 'juiste' werknemerservaring uniek is voor elk bedrijf, zijn er enkele algemene best practices voor 'hoe we werken', waarmee een bedrijf de werknemerservaring en dus ook de klantervaring kan verbeteren.

2. Gartner, 'De ervaring van werknemers verbeteren om te zorgen voor verbeteringen in de klantervaring', Gene Phifer, 26 november 2019

Omnichannel platforms

Een kenmerk van een positieve klantervaring is dat klanten zelf kunnen kiezen op welke manier ze contact opnemen met een bedrijf. Dit zou voor werknemers ook het geval moeten zijn. Werknemers zouden onder meer via e-mail, Slack, andere socialemediakanalen of chats moeten kunnen communiceren als ze een vraag hebben. Dit geldt vooral wanneer het overgrote deel van het personeel op afstand werkt en afhankelijk is van digitale kanalen. Als werknemers gemakkelijker antwoord op hun vragen krijgen, kunnen ze uiteindelijk efficiënter werken.

Institutionele kennis voor iedereen beschikbaar stellen

Werknemers met vragen weten vaak niet aan wie ze deze moeten stellen. “Wie is deskundig op het gebied van ___?” lijkt institutionele kennis te zijn die niet is vastgelegd en voortdurend verandert. Help werknemers de weg te vinden in je bedrijf door een interne helpdesk of workflows op basis van leidraden op te zetten, zodat vragen automatisch aan de juiste afdeling worden gesteld. Werknemers zijn dan niet meer afhankelijk van wie ze kennen om efficiënt te kunnen werken of vragen beantwoord te krijgen.

Communicatie personaliseren

Werknemers waarderen, net als klanten, communicatie die is afgestemd op hun persoonlijke situatie. Maar het kan lastig zijn om dit op grote schaal te doen. Sommige bedrijven hebben personalisatie op grote schaal toegepast door interne kennisbanken en helpcenters te implementeren. Door alle bedrijfsinfo (beleid, nieuws, processen, institutionele kennis) op één plek te hebben, kunnen werknemers zich dankzij kennisbanken zelf redden in uiteenlopende, unieke situaties en bij allerlei vragen.
Met een kennisbank kan een bedrijf ook snel informatie onder een grote hoeveelheid mensen verspreiden en bedrijfsbeleid in real-time bijwerken. Deze benadering, ‘één voor velen’ is nuttig gebleken voor bedrijven die snel grote delen van hun personeel moesten inzetten voor nieuwe opdrachten of nieuwe werkwijzen.

Automatiseren voor meer efficiency

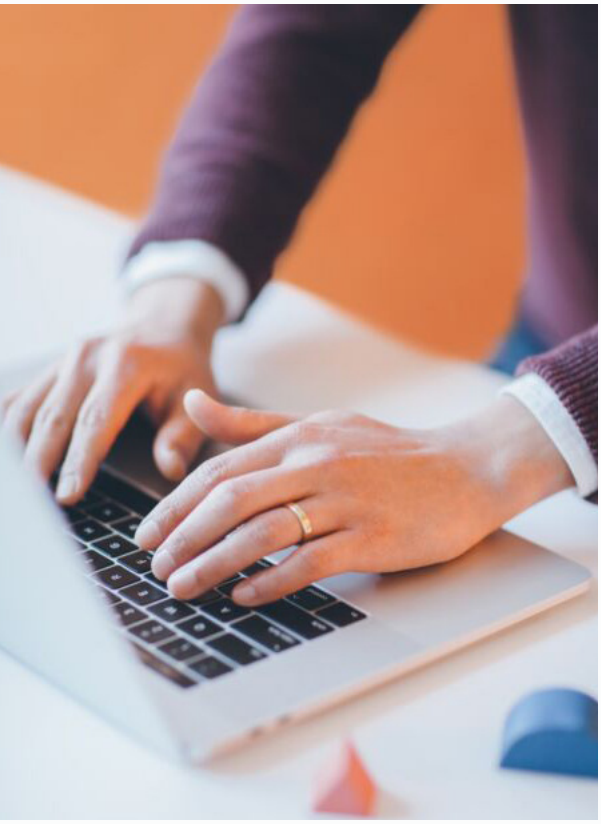
Door interne processen zo efficiënt en productief mogelijk te maken, kunnen mensen sneller hun werk afronden. Dankzij technologieën als workflowautomatisering, selfservice en AI ervaart de werknemer meer efficiency, waardoor deze vervolgens meer tijd heeft om zich op andere aspecten van het werk te richten, zoals klantervaring.
Door de workflow te automatiseren kunnen routinetaken snel worden afgehandeld (bijvoorbeeld kennis en rechten aan nieuwe werknemers beschikbaar stellen of vragen naar de juiste afdeling routeren), terwijl werknemers bij bepaalde zaken zich dankzij selfservice in hun eigen tempo zelf kunnen redden. Wanneer AI samen met een kennisbank of interne helpdesk wordt gebruikt, kunnen antwoorden worden geautomatiseerd om routinevragen te beantwoorden en kunnen zelfs routinetaken worden afgehandeld zonder dat er een mens voor nodig is.

De interne helpdesk van Zendesk stimuleert de werknemerservaring

Aangezien bedrijven in snel tempo hun werkwijze moeten aanpassen vanwege de Covid-19-pandemie, is de behoefte aan een prettige werknemerservaring van een leuke bijkomstigheid veranderd in een een echte noodzaak. Werknemers, vooral als ze een eerste aanspreekpunt zijn, moeten zich snel aanpassen aan samenwerking die volledig op afstand plaatsvindt, terwijl ze ook efficiënte, empathische service aan klanten moeten verlenen die misschien ongerust of ontdaan zijn. Veel bedrijven zijn de interne helpdesk-oplossing van Zendesk gaan gebruiken. Deze kan snel worden aangepast om interne vragen en workflows te stroomlijnen om samenwerking gemakkelijker te maken.

Tesco, de Britse levensmiddelengigant, is aanvankelijk begonnen met Zendesk omdat het bedrijf software zocht die ‘snel, flexibel en eenvoudig’ was. Tegenwoordig gebruiken ze de interne helpdesk-oplossing van Zendesk voor support voor een personeelsbestand van 460.000 werknemers in negen landen.

De Amerikaanse staat Tennessee heeft de interne helpdesk-oplossing van Zendesk geïmplementeerd om waardevolle institutionele kennis vast te leggen, waardoor de gemiddelde tijd voor onboarding van nieuwe werknemers werd verkort van zes maanden tot zes weken.



Organisaties zijn de interne helpdesk-oplossing van Zendesk gaan gebruiken want:

Het is gemakkelijk te implementeren

Vooral nu bedrijven misschien snel een interne oplossing moeten implementeren. Zendesk heeft onlangs bedrijven geholpen om oplossingen in slechts twee dagen te realiseren en verkort daarmee de aanlooptijd voor gebruik.

Het is intuïtief en gebruiksvriendelijk

Een intuïtieve interface betekent dat teams de voordelen meteen kunnen zien zodra de oplossing is ingezet. Bedrijven profiteren ook van een hoge adoptiegraad, wat naar verloop van tijd leidt tot meer efficiency en meer gegevens over de werknemerservaring. Bedrijven kunnen deze gebruiken om nog andere verbeterpunten te vinden.

De totale kosten voor bezit van de oplossing zijn laag

Met een focus op gebruikerservaring en door oplossingen zo intuïtief en gebruiksvriendelijk te maken, is het met de Zendesk-oplossing niet nodig om een heel leger aan medewerkers in dienst te nemen om een interne helpdesk te beheren. Bovendien zorgt een doeltreffende marketplace voor apps ervoor dat je gewoon met bestaande systemen kunt blijven werken en niet naar andere platforms hoeft te migreren.

Werknemers hebben al veel veranderingen meegemaakt en zullen nog meer meemaken wanneer iedereen zich moet aanpassen aan nieuwe manieren om te werken.

Werknemers zijn ook klanten De interne helpdesk van Zendesk zorgt ervoor dat werknemers plezier in hun werk hebben. Zij zijn in feite de eerste klanten van je bedrijf. Als je de basis legt voor een fantastische werknemerservaring, biedt je bedrijf ook een fantastische klantervaring.

Meer informatie over de interne helpdesk-oplossing van Zendesk.

zendesk