

Detailhandel

Detailhandelaren begrijpen dat het succes van hun bedrijf afhangt van het succes van hun klantenserviceteams. Toch kunnen inflexibele systemen en een gebrek aan zichtbaarheid van data hen tegenhouden.

Detailhandelaren die hun omzet willen verbeteren door hun klantenservice een impuls te geven, kunnen daarvoor naar hun eigen klanten kijken. Klantenservice is uitgegroeid tot een factor waar bedrijven zich mee kunnen onderscheiden en die bijdraagt aan de winst. Daarnaast is het een belangrijke overweging voor klanten. Wereldwijd zegt nu 61 procent van de klanten na de crisis van het afgelopen jaar hogere normen voor klantenservice te hanteren. Een even groot aantal stapt over naar een concurrent na slechts één slechte klantervaring.

Het leveren van een uitstekende klantenservice kan het verschil betekenen tussen opvallen of achterop raken. Detailhandelaren moeten echter snel handelen om veel voorkomende valkuilen te vermijden die hun groeiplannen kunnen verstoren:



Je klantenservice maakt niet genoeg indruk op je klanten

Hoewel 62 procent van de detailhandelaren zichzelf een hoog cijfer geeft voor de kwaliteit van hun service, blijft hun aanbod niet aan wat klanten van hen verwachten. Het is zelfs zo dat 54 procent van de klanten het gevoel heeft dat klantenservice bijzaak is voor de meeste bedrijven waar ze kopen. Dat is een probleem voor die detailhandelaren die indruk willen maken op hun klanten en ervoor wil zorgen dat ze terugkomen.

Oplossing: Focus je op het verminderen van de inspanningen die klanten moeten leveren, het bieden van snellere oplossingen en het verbeteren van de kwaliteit van elke interactie met je klantenservice.

54%

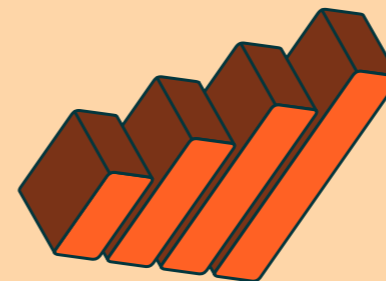
van de klanten heeft het gevoel dat de klantenservice bijzaak is voor de meeste bedrijven waar ze kopen.



Leidinggevendenden hebben de plannen, maar niet de ervaring

Voor een perfecte klantenservice zijn inspanningen van leidinggevendenden nodig. Hoewel 76 procent van de retailmanagers het ermee eens is dat klantenservice een kritieke bedrijfsprioriteit is, meldt 44 procent dat veel leidinggevendenden aan de top van het bedrijf zich hiervoor meer zouden moeten inzetten. Bovendien geeft slechts 18 procent aan dagelijks de klantenservicestatistieken te bekijken.

Oplossing: Zorg voor een klantenservice-gerichte mentaliteit binnen het gehele bedrijf met actieve betrokkenheid van leidinggevendenden.



Huidige investeringen zijn te laag om een topteam te ondersteunen

Klantbetrokkenheid wordt steeds belangrijker: 26 procent van de retailers verwacht dat het budget de komende twee jaar met minstens 25 procent zal stijgen. De budgetverwachtingen blijven echter achter bij de voorspelde vraag: slechts 31 procent van de detailhandelaren is het er sterk mee eens dat ze voldoende investeren in supportinitiatieven.

Oplossing: Ga verder dan CSAT en volg de nodige statistieken om de business case te maken voor je klantenservice.

76%

van de leidinggevendenden in de detailhandel is het ermee eens dat klantenservice een essentiële bedrijfsprioriteit is.

31%

van de detailhandelaren is het er sterk mee eens dat ze voldoende investeren in supportinitiatieven.



Agents zijn uitgeput en voelen zich ondergewaardeerd

De rol van agents is belangrijker en strategischer geworden. 83 procent van de bedrijfsleiders in de detailhandel is het ermee eens dat agents een cruciale rol spelen bij het behoud van klanten. Slechts een derde van de detailhandelagents voelt zich echter voldoende in staat om goed werk te leveren. En dit kan van kwaad tot erger gaan, want ontevreden agents kunnen snel veranderen in ontevreden klanten.

Oplossing: Zorg voor je agents door ze de training, tools en flexibiliteit te geven die ze nodig hebben om klanten betere ervaringen te bieden.



Onsamenhangende systemen verwarren klanten en blokkeren de groei

Wanneer agents met meerdere tools moeten werken, is het ongelooflijk moeilijk om een uniform beeld van klanten te krijgen. Het is een gemiste kans, want 90 procent van de klanten is bereid meer uit te geven voor een gepersonaliseerde ervaring, maar slechts 34 procent van de retailagents zegt zeer effectief te zijn in het vinden van de informatie die nodig is om aan die verwachtingen te voldoen. 30 procent van de detailhandelaren zegt nieuwe werkprocessen te moeten ontwerpen en implementeren om dat te bereiken, en om meer frustratie bij alle betrokkenen te voorkomen.

Oplossing: Geef agents toegang tot de informatie die ze nodig hebben om problemen efficiënter op te lossen en het bedrijf te laten groeien.

83%

van de bedrijfsleiders in de detailhandel is het ermee eens dat agents een cruciale rol spelen bij het behoud van klanten.

90%

van de klanten is bereid meer uit te geven aan gepersonaliseerde ervaringen.

Laat je niet tegenhouden door deze veel voorkomende valkuilen op het gebied van klantenservice. Vergelijk je prestaties met die van je branchegenoten en ontdek hoe de best presterende bedrijven telkens weer eersteklas service leveren.

