
Menselijke service in een digitale wereld

Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017

November 2017

Colofon

Titel:	Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017
Serie:	Thema's en inzichten in klantinteractie
Auteurs:	Martine Ferment, Cris Donze
Redactie:	Sharmila Badloe
Uitgever:	Stichting Klantinteractie Research Centrum, Nieuwegein, www.kirc.nl
ISBN:	978-94-91390-11-1
Vormgeving:	BBP Media, Woerden, www.bbpmedia.nl
Infographics:	Tosca Buren & Paul Vromen, icons door Freepik, Gregor Cresnar en Mobeituxedo via www.flaticon.com
Druk:	MullerVisual Communication, Amsterdam, www.mullervisual.nl
Copyright:	©Klantinteractie Research Centrum, 2017
Sectorpartner:	Klantenservice Federatie, Zeist, www.klantenservicefederatie.nl



Alle rechten voorbehouden

Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Hierbij geldt echter wel dat, aangezien de gegevens en de informatie in het Nationaal Benchmark- en Trendonderzoek Klantinteractie 2017 bedoeld zijn voor informatieve doeleinden, de uitgever toestaat dat het kopiëren van bepaalde delen van dit werk, zoals tabellen, grafieken en bepaalde uittreksels toegestaan is onder de voorwaarde dat: 1) degeijkte onderdelen niet een substantiële reproductie van het werk (of een deel) vormen en 2) de volgende mededeling al deze delen begeleidt: 'Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017, ©Klantinteractie Research Centrum 2017'.

Inhoud

Hoewel de Stichting Klantinteractie Research Centrum ernaar streeft om in deze publicatie betrouwbare en actuele informatie te verschaffen, zijn kennelijke druk- en zetfouten niet bindend. De uitgever is niet aansprakelijk voor claims, verliezen of schade, van welke aard ook, als gevolg van gebruik van data of informatie uit dit rapport. In deze publicatie worden verwijzingen gedaan naar websites van derden, bijvoorbeeld bij bronvermeldingen. De stichting Klantinteractie Research Centrum heeft geen invloed op websites van derden en kan geen garantie geven ten aanzien van juistheid, mate van onderhoud of elk ander aspect van deze informatie. Het commentaar en hypothesen in dit onderzoeksverslag zijn gebaseerd op data-analyse en marktervaring. De gegevens en de informatie in dit document bevatten niet noodzakelijkerwijs de standpunten en meningen van individuele betrokkenen bij de stichting Klantinteractie Research Centrum.

Stichting Klantinteractie Research Centrum

Het Klantinteractie Research Centrum (afgekort KIRC) heeft als doel het optimaliseren van klantenservice en klantinteractie in Nederland en daarbuiten.

De stichting Klantinteractie Research Centrum is het enige not-for-profit instituut in de klantinteractie-branche. KIRC genereert kennis en inzichten middels onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek en beschrijft best practices, ten behoeve van professionals in klantinteractie, customer experience en customer service.

KIRC verricht zelfstandig onderzoek en verzamelt wereldwijd data over klanten-service. Deze kennis en inzichten worden beschikbaar gesteld aan belangstellenden, zoals contact center managers, marketing professionals, studenten of leveranciers van oplossingen in klantinteractie- en customer service.

KIRC doet naast het onderzoek-op-eigen-initiatief, ook onderzoeken in opdracht. Middels deze onderzoeken vergroten wij de inzichten binnen de sector en inspireren wij de ontwikkeling van klantinteractie en klantenservice.



Donateurs van de stichting Klantinteractie Research Centrum

De stichting Klantinteractie Research Centrum verwezenlijkt haar doelen met behulp van donateurs en sponsors.

Professionals in klantinteractie die donateur zijn van de stichting Klantinteractie Research Centrum ontvangen alle onderzoeksrapporten gratis en worden actief uitgenodigd om bij te dragen aan de onderzoeken door bijvoorbeeld het aanleveren van onderwerpen of vragen over thema's die zij onderzocht willen zien.

Organisaties kunnen sponsor worden van KIRC. Zij ontvangen 30-50 exemplaren van de nieuwste researchrapporten en worden op de website van de stichting KIRC (www.kirc.nl) genoemd. Verder geven zij actief ondersteuning aan KIRC door het initiatief in de branche kenbaar te maken.



Alle resultaten zijn gebaseerd op onafhankelijk wetenschappelijk verantwoord onderzoek. Donateurs en sponsoren hebben **geen** invloed op de resultaten van de onderzoeken.

Inhoudsopgave

Voorwoord door de Klantenservice Federatie	08
Menselijke service in een digitale wereld – Het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017	10
Management summary 2017	15
Thema 1 Trends & Strategie	19
Thema 2 Customer Experience	31
Thema 3 Technologie	55
Thema 4 Operational Excellence	73
Thema 5 Medewerkers	87
Thema 6 Multichannel Klantinteractie	99
Verantwoording	109
Onze publicaties	112
Strategic Decisions Monitor	113
Donateur worden	115
Literatuur en verwijzingen	116

Voorwoord door de Klantenservice Federatie

Beste lezer,

Voor u ligt weer een prachtige publicatie met de trends en cijfers in klantcontact. En het is elk jaar weer de moeite waard de uitkomsten te lezen, omdat er in een jaar tijd in ons vakgebied heel veel gebeurt. We zien de arbeidsmarkt omslaan en hebben plotseling te maken met heel veel vacatures in ons vakgebied. Daar moeten we op inspelen. Zeker gezien het thema van dit rapport: menselijke service in een digitale wereld.

De digitalisering is in volle gang, maar we leggen opnieuw de focus op de mens en zijn unieke kwaliteiten. Op intelligentie op zich gaan we de techniek niet overtroeven, maar op dit moment nog wel op emotionele en morele intelligentie en op creativiteit. En ook in het ontwerpen van self service-omgevingen is de menselijkheid natuurlijk van harte welkom!

Kijkend naar de cijfers in deze publicatie valt een aantal zaken op. Om te beginnen met een punt waar nog een uitdaging ligt: twee van de drie organisaties zeggen nog onvoldoende in staat te zijn de klant, die zich over de verschillende kanalen beweegt, goed te kunnen volgen. Een getal dat niet afwijkt van dat van twee jaar geleden, en waar we maar wat graag verandering in willen brengen. Het goed kunnen koppelen van de verschillende systemen en informatiebronnen in contact is nog steeds een grote wens van veel organisaties.

Waar al grote stappen worden gemaakt is in de inzet van technologie en nieuwe contactkanalen. 45% van de organisaties biedt WhatsApp als contactkanaal, 56% live chat en in 66% van de organisaties is Webcare inmiddels onderdeel van het contact center.

45% van de organisaties maakt gebruik van spraaktechnologie. Dat kan zijn in het keuzemenu, bij quality monitoring, maar ook steeds meer voor analyse van gesprekken op de inhoud. En ook Internet-of-Things en artificiële intelligentie klopt aan de deur.

Op het gebied van techniek hebben we als contact centermanagers een prachtige kans, maar ook een verantwoordelijkheid. We zullen moeten weten wat er te koop is, wat er mogelijk is, wat de huidige systemen wel en niet kunnen, en met die kennis de juiste keuzes maken voor de toekomst.

In de aanloop naar mei 2018 is er speciale aandacht voor data in het kader van de privacy-wetgeving. Consumenten zullen meer op hun strepen gaan staan en hun rechten omtrent hun data opeisen. Het is verstandig om daar in het contact center op voorbereid te zijn. Privacy en zorgvuldigheid kunnen ook als USP ingezet worden: "wij nemen uw privacy serieus en gaan er ook zo mee om!"

Voor nu zie ik in de media graag mooie verhalen verschijnen over het werken in ons vakgebied. Verhalen die recht doen aan de realiteit en waarmee we kunnen laten zien dat werken in klantcontact leerzaam en enerverend is en voldoening geeft. En natuurlijk moeten we met een frisse blik naar het werk zelf en de randvoorwaarden blijven kijken. Dat helpt om ervoor te zorgen dat er voldoende nieuwe mensen in ons vakgebied komen werken. En dat is nodig om de kwaliteit van menselijke service in een digitale wereld hoog te houden.

Ik wens u veel leesplezier!



Geeske te Gussinklo,
directeur Klantenservice Federatie

Zeist, november 2017
www.klantenservicefederatie.nl

Menselijke service in een digitale wereld

Het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017

Het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017 is een joint-industry, niet-commercieel onderzoek in de Nederlandse klantinteractie industrie.

Een onderzoek met een missie

Om professionalisering van klantcontact te kunnen voorspellen is er behoefte aan kengetallen uit groot Nederlands onderzoek, waarmee de ontwikkelingen in de branche kunnen worden gevolgd en de bedrijfsvoering kan worden vergeleken met anderen. Het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017 voorziet in die behoefte. Dit onderzoek heeft als uitdagende missie:

*constante en effectieve verbeteringen
in klantcontactmanagement te bewerkstelligen
door middel van onderlinge informatie-uitwisseling
zodat klantinteractie in Nederland toonaangevend is
in interne en externe professionaliteit.*

Actuele thema's in klantinteractie, customer experience en customer service

Het onderzoek is ontworpen om als referentiepunt te dienen voor aspecten die van invloed zijn op customer service en klantinteractie. Voor het literatuuronderzoek zijn vele trendrapporten onderzocht om zo te komen tot 10 leidende trends voor klantinteractie in Nederland, op weg naar 2021.

Breed draagvlak

Het jaarlijkse Nationaal Benchmark en Trendonderzoek creëert een breed draagvlak in de branche. Het onderzoek wordt uitgevoerd door de stichting Klantinteractie Research Centrum 2017 met steun van gerenommeerde marktpartijen die op deze manier bijdragen aan de professionalisering van de branche.

Gedurende 2016-2017 zijn er diverse online onderzoeken gehouden door de stichting met een expertpanel van circa 400 professionals in de zogenaamde Strategic Decisions Monitor. In april, mei en juni 2017 zijn 61 vragen gesteld over 6 thema's, mede tijdens het 2-daagse event Multichannel Conference.

In totaal bijna 700 klantinteractie professionals uit ruim 450 verschillende organisaties hebben meegewerkt aan dit onderzoek, waarmee dit het grootste onderzoek in de Nederlandse klantcontact geschiedenis is.

Een schat aan managementinformatie en analyses

Voor u ligt het resultaat van onze recente inspanningen: een onderzoek naar ontwikkelingen en kengetallen van klantinteractie in Nederland. Hiermee kunt u:

- kenmerken van klantinteractie in Nederland bestuderen;
- uitwisseling van best practices tussen professionals faciliteren;
- de meest recente trends in de contact center sector volgen en gebruiken;
- de performance van klantinteractie optimaliseren.

Het rapport bevat kengetallen, gebaseerd op gegevens van grote en kleine contact centers, uit allerlei sectoren en regio's. De reeks kengetallen heeft betrekking op uiteenlopende aspecten van klantinteractie, zoals performance management, financieel management, HRM, en kwaliteitsmanagement. Tevens komen belangrijke onderwerpen aan de orde, zoals de effectiviteit van ICT-middelen en trends en uitdagingen voor de toekomst.

Zes thema's

Het onderzoek is verdeeld in de volgende zes thema's:

Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017



Combinatie van nationaal en internationaal onderzoek

Dit onderzoek gaat over klantinteractie; de stand van zaken anno 2017 en de trends op weg naar 2021. De meest recente cijfers van het Klantinteractie Research Centrum worden aangevuld met relevante en interessante (inter)nationale onderzoeksgegevens, vanuit de volgende onderzoeken:

- Dimension Data:
 - 2017 Global Customer Experience Benchmarking Report
 - Netherlands Data Extract for KIRC, speciaal samengesteld voor het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017
- KCM: De Klantcontact Monitor: Benchmark Klanttevredenheid, NPS® en CES 2016. Sectorrapport, speciaal samengesteld voor het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017
- Top 30 Contact centers: Jaarresultaten Top 30 Contact centers 2016-2017: Jaarrapport, speciaal samengesteld voor het Nationaal Benchmark en Trendonderzoek Klantinteractie 2017
- De Strategic Decisions Monitor (SDM): een maandelijks terugkerend online onderzoek van KIRC. Het onderzoek wordt gehouden in een panel van klantinteractie-professionals. Per keer komt een specifiek thema aan de orde. De resultaten worden gepubliceerd in Customer First, op klantcontact.nl en zijn separaat op te vragen bij KIRC als onderzoekspaper.

Leeswijzer

Het rapport bevat de uitkomsten van het onderzoek, op leesbare wijze weergegeven middels infographics, per thema. De bevindingen worden ondersteund door conclusies en verdere verdieping.

Co-writing

In plaats van het schrijven van het rapport door uitsluitend de onderzoekers, organiseert KIRC co-writing sessies voor donateurs, sponsors, vrijwilligers van de stichting en participanten. In deze sessies worden de resultaten van het onderzoek besproken, geëvalueerd en beoordeeld. Hun visies op de resultaten staan verwerkt in het onderzoek in de enkele katernen bij de thema's.

Voor deze publicatie heeft de co-writing sessie plaatsgevonden op 4 juli 2017. Aan deze sessie hebben medewerkers meegedaan van Frontline, CX Company, IPG, Call-IT, Platform voor Klantgericht Ondernemen, Talent4Service, Skywalker Recruitment, BRW Groep, Klantcontact.nl en Top 30 Contact Centers.

Wij danken hen hartelijk voor hun deskundige bijdrage. Wat zij hebben gezegd, is door dit hele boekje opgenomen.



Wilt u ook meedoen aan een co-writing sessie én de nieuwste cijfers al in een vroeg stadium zien? Meld u dan aan op kirc.nl, of stuur een mail naar info@kirc.nl.