

Telefonische bereikbaarheid organisaties in 2017 verslechterd

Eén op drie klanten voelt zich niet geholpen

OOSTERBEEK, 20180305 -- **De telefonische bereikbaarheid van organisaties in Nederland is in 2017 verslechterd ten opzichte van het jaar daarvoor. Dat blijkt uit onderzoek van Quality Support BV op basis van ruim 15.000 mystery calls in 2017. Belangrijkste conclusie: Organisaties zijn druk bezig met hospitality en een 9+ klantbeleving, maar in de dagelijkse telefonie is deze ver te zoeken.**

Techniek

‘Wanneer we een organisatie of een medewerker van een organisatie bellen krijgen we in 1 van de 12 gevallen niet eens iemand aan de lijn en moeten we terugbellen,’ zegt Godert de Bordes, samen met Ron Gubbels eigenaar van Quality Support. ‘Dit noemen we de technische bereikbaarheid. Oplossingen liggen enkel en alleen in de techniek.’

Frontoffice

‘Wat verder duidelijk uit onze metingen naar voren komt is dat de frontoffice (telefoniste of KCC) goed bereikbaar is,’ vult Ron Gubbels aan. ‘Maar vraag je vervolgens naar iemand uit de rest van de organisatie, dan start de zoektocht. In één op de zes gevallen kom je dan weer terug bij de telefoniste (KCC). In één van de vier gevallen kom je in een voicemail terecht.’

Terugbellen

Beloftes om de klant terug te bellen worden bovendien vaak niet nageleefd, zo blijkt uit het onderzoek. De Bordes: ‘Wanneer je bij een collega uitkomt of terug bij de telefoniste, wordt er vaak een terugbelafsprak aangeboden. Ook wanneer je een voicemail inspreekt wordt er beloofd dat je wordt teruggebeld. Slechts in 62% van de gevallen word je binnen 24 uur teruggebeld.’

Volgens Gubbels is het meest opvallende cijfer dat de klant zich slechts in 67% van de gevallen geholpen voelt: ‘Dit betekent dat 1 op de 3 bellers zich niet geholpen voelt. De definitie van ‘beller geholpen’ is dat de beller óf de juiste persoon aan de lijn krijgt, óf een collega die de vraag verder afhandelt óf de beller de voicemail kan inspreken óf dat er een terugbelafsprak gemaakt wordt waarbij binnen 24 uur wordt teruggebeld.’

Mogelijke oorzaken

Een mogelijke oorzaak is dat het bij veel organisaties drukker is geworden, denken De Bordes en Gubbels. De economie groeit, organisaties zijn moeilijker te bereiken. Daarnaast wordt er ook steeds meer aandacht besteed

aan andere klantcontactkanalen zoals sociale media, dit zou ten koste kunnen gaan van de aandacht voor telefonie.

Belangrijke aandachtspunten uit het onderzoek zijn:

- **slechts 67% van de zakelijke bellers voelt zich geholpen**
- **1 op de 3 medewerkers belt niet binnen 24 uur terug wanneer dit wel is beloofd**
- **in 30% van de gevallen krijgt de klant niet het juiste antwoord**
- in 51% van de gesprekken wordt geen betrokkenheid en empathie getoond

De Infographic 'Telefonische bereikbaarheid in Nederland' maakt in een oogopslag duidelijk wat er mis is.

Telefonische bereikbaarheid in Nederland

Kengetallen zijn gebaseerd op meer dan 15.000 mystery calls



Klant belt organisatie

92%
Wel contact

8%
Geen contact:
Klant moet opnieuw bellen



Gemiddelde wachttijd

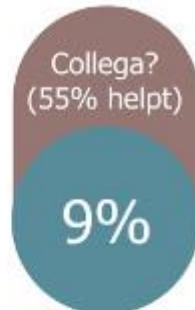
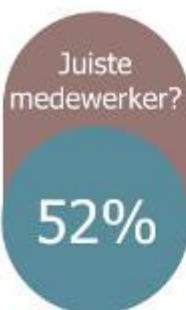
Centrale / telefoniste: **20 sec.**

Doorkiesnummers: **22 sec.**



Gemiddelde wachttijd bij doorverbinden: **37 sec.**

Wel contact



Terugbelafsprake:
64% belt terug < 24 uur

Klant voelt zich geholpen

67%

Over Quality Support

Quality Support bestaat ruim 25 jaar en houdt zich bezig met het meten en verbeteren van de kwaliteit van klantcontacten. Quality Support meet jaarlijks de kwaliteit van het klantcontact op alle kanalen. Daarnaast voert Quality Support onderzoeken uit naar telefonische bereikbaarheid van organisaties **door middel van mystery calling. Het bedrijf kruipt 'in de huid van de klant' en** beleeft op deze manier wat de klanten ook beleven. De cijfers zijn gebaseerd op circa 15.000 mystery calls die Quality Support in 2017 heeft uitgevoerd. Alle meetpunten zijn vooraf duidelijk gedefinieerd zodat objectiviteit zoveel mogelijk gewaarborgd is.

2018: 'Beleving' en 'echt contact'

Quality Support heeft eind 2017, op verzoek van en in samenspraak met een aantal opdrachtgevers de **'Quality Support Belevingsmeter' ontwikkeld en gaat** daarmee in 2018 van start. De traditionele manier van het beoordelen in contact centers, of bij een klantenservice, is vaak gebaseerd op het meten van zoveel mogelijk onderdelen. Het is de overtuiging van Quality Support, en onderzoek heeft inmiddels ook aangetoond, dat een beperkt aantal elementen (in hun samenhang) de klanttevredenheid echt beïnvloeden. Sturen op deze **'keydrivers' gaat de beoordeling van de klanten positief beïnvloeden. Hoe maken we 'echt contact' met de klant? Welke elementen spelen hierin een rol?** Deze Belevingsmeter zet Quality Support in op alle klantcontactkanalen en bestaat uit 5 indicatoren. Met deze Belevingsmeter meet Quality Support 'zachte criteria' en de mate van 'echt contact' met de klant. Voor een deel een **subjectieve beoordeling. 'Het persoonlijke contact wordt door klanten als een steeds belangrijker factor gezien in het klantcontact',** zegt Gubbels. **Beleving** is volgens Quality Support de factor waarmee je het verschil maakt. **'Je zou het kunnen vergelijken met 'gastvrijheid' of 'hospitality'. In het face-to-face klantcontact besteden we daar heel veel aandacht aan, maar hoe zit dit met de andere kanalen?' aldus Gubbels.**