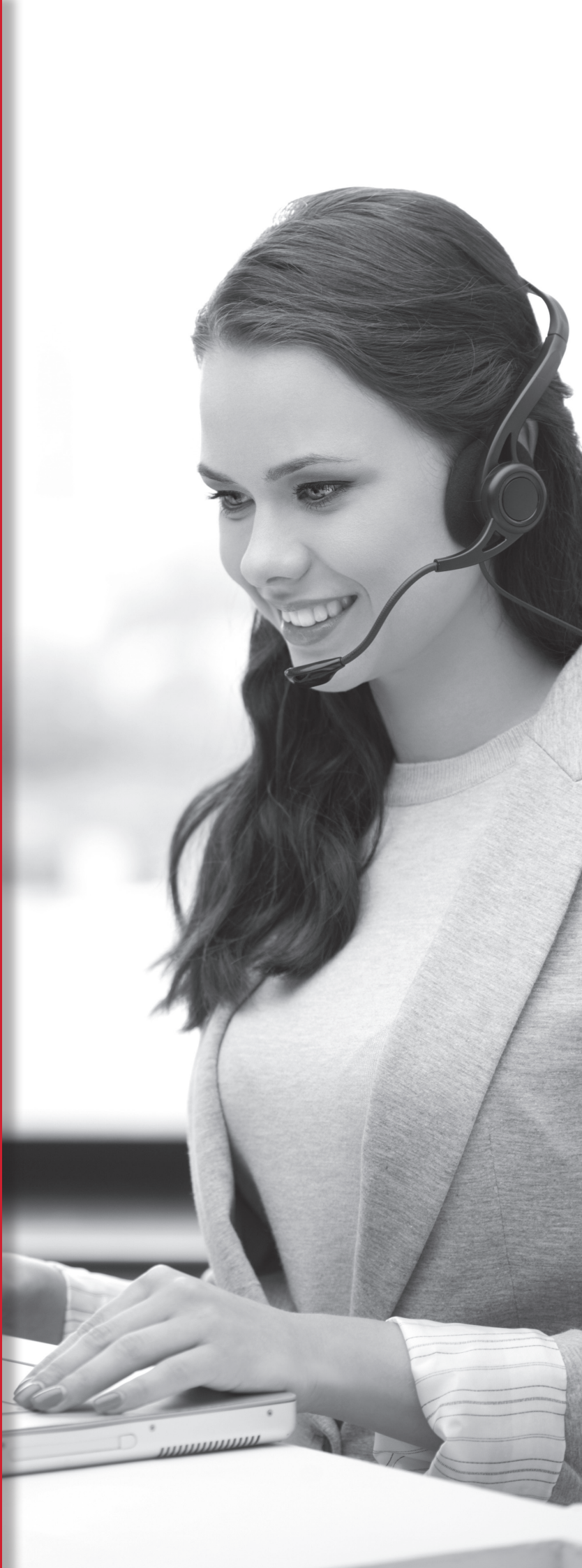


Telefonische bereikbaarheid in het MKB

Onderzoeksrapport
voor de ICT-reseller

2016

Omdat er meer in zit



2 Inleiding

3 Urgentie van bereikbaarheid

3 Situatieschetsen

- 4 Urgentie
- 4 Afhankelijk
- 4 Alternatieve manieren om contact te leggen
- 5 Maak van de eerste indruk geen definitieve indruk

6 De grootste ergernissen rondom telefonische bereikbaarheid

- 6 Nog even geduld a.u.b.
- 7 Maak het de klant zo comfortabel mogelijk

8 Gevolgen telefonische onbereikbaarheid

- 8 Hoort zeg het voort!
- 8 Creëer een positieve ervaring met de juiste oplossing

9 Kansen voor ondernemers in het MKB

- 10 De juiste telefonieoplossing selecteren
- 10 Telefonie in de Cloud
- 10 Vast-Mobiel Integratie

Inleiding

Maximale bereikbaarheid realiseren: als ICT-reseller én als ondernemer wil je niets liever. Wat wordt er in 2016 verwacht van de telefonische bereikbaarheid van het MKB? Dit rapport biedt waardevolle nieuwe inzichten en reikt handvatten aan om in gesprek te gaan over de noodzaak van telefonische bereikbaarheid.

In een onafhankelijk onderzoek dat uitgevoerd is in opdracht van Infopact, IP-communicatie specialist voor de zakelijke markt, is in kaart gebracht hoe we er in Nederland voor staan op het gebied van telefonische bereikbaarheid. Wat is het belang hiervan anno 2016? Hoe denkt de Nederlandse consument over de bereikbaarheid van organisaties? Waar valt nog wat te winnen? En wat zijn de gevolgen van telefonische onbereikbaarheid? Maar liefst 1044 Nederlanders hebben hun mening gegeven. De resultaten lees je hier!



Urgentie van bereikbaarheid

Situatieschetsen

Een goede telefonische bereikbaarheid is een absolute must voor elke organisatie. Dit zal in dit rapport vele malen worden bevestigd. Voordat de diepte wordt opgezocht is het goed om vanuit vogelperspectief te kijken naar telefonische bereikbaarheid. Daarom vroeg Infopact de Nederlandse consument om een cijfer te geven voor de telefonische bereikbaarheid van organisaties. Wat bleek? De resultaten waren niet positief. Een kwart van de Nederlanders geeft de bereikbaarheid van organisaties een onvoldoende. Dat betekent dat 25 procent van de Nederlanders ontevreden de telefoon ophangt. Een kwalijke zaak - anno 2016 zouden vormen van onbereikbaarheid geen issue meer mogen zijn.

Toch wordt vaak gezegd dat de situatie waarin de consument zich bevindt bepalend is voor de urgentie om telefonisch in contact te komen met een organisatie. Om te kijken of dit daadwerkelijk het geval is, zijn er drie verschillende situaties voorgelegd aan de respondenten. De resultaten geven inzicht in hoe een organisatie zijn telefonische bereikbaarheid kan afstemmen op verschillende situaties.

76%

Nederlanders wijken uit naar e-mail wanneer een organisatie telefonisch niet te bereiken is

De volgende drie situaties zijn voorgelegd:

De CV-ketel

Het is hartje winter en de CV-ketel begeeft het. U gaat op zoek naar een monteur die deze zo snel mogelijk voor u kan repareren en gaat bellen. Er wordt echter niet opgenomen, wat doet u?

Abonnement mobiele provider

U heeft een abonnement bij een telefoonaanbieder. U kunt alleen bij dit bedrijf uw vraag stellen. Er wordt echter niet opgenomen. Wat doet u?

Onderhoudsbeurt CV-ketel

De CV-ketel heeft een onderhoudsbeurt nodig. Niets dringends, maar het moet wel een keer gebeuren. Er wordt echter niet opgenomen. Wat doet u?

	Urgent	Afhankelijk	Minder urgent
Er wordt niet opgenomen. Wat doet u?	Kapotte CV-ketel	Abonnement mobiele provider	Onderhoudsbeurt CV-ketel
Ik bel verder, net zolang tot ik iemand vind die mij nu kan helpen	52%	/	7%
Ik probeer het later nog een keer	21%	33%	56%
Ik zoek een andere manier om contact te leggen, via chat of e-mail bijvoorbeeld	15%	48%	21%
Ik spreek de voicemail in en wacht tot ik word teruggebeld (indien mogelijk)	8%	6%	14%
Ik hang gefrustreerd de telefoon op en deel dit met anderen (op social media)	2%	3%	1%
Ik hang gefrustreerd de telefoon op	2%	3%	1%
Ik zeg bij het volgende contact mijn abonnement op	/	7%	/



	Urgent	Afhankelijk	Minder urgent
U wordt in de wacht gezet, hoelang blijft u wachten?	Kapotte CV-ketel	Abonnement mobiele provider	Onderhoudsbeurt CV-ketel
1 minuut	4%	5%	11%
3 minuten	21%	21%	32%
5 minuten	22%	27%	27%
7 minuten	9%	11%	6%
Ik hang niet op, maar blijf wachten tot iemand opneemt	44%	36%	24%

Urgentie

Infopact constateert een aantal opvallende uitkomsten. Wanneer er sprake is van een urgente situatie, zoals een defecte CV-ketel, besluit 52 procent van de Nederlanders bij onbereikbaarheid van de desbetreffende organisatie contact te leggen met een andere organisatie. Slechts één onbeantwoord telefoontje en de meerderheid van de consumenten stapt over naar de concurrent. Dat betekent dat organisaties in deze situatie meer dan de helft van het aantal prospects - en dus potentiële inkomsten - mislopen.

Het scenario verandert wanneer er wel wordt opgenomen, maar de consument vervolgens in de wacht wordt gezet. Dit geeft de consument blijkbaar wel het vertrouwen dat ze geholpen gaat worden, want het doorzettingsvermogen is hier een stuk groter (44%). Wanneer wordt gekeken naar een minder urgente situatie, zoals het verzoek om een onderhoudsbeurt van de CV-ketel, ligt dit percentage 20 procent lager.

Afhankelijk

Dan is er nog de situatie waarbij consumenten afhankelijk zijn van een organisatie, zoals bij een abonnement van een mobiele provider. Een ander gedragspatroon verschijnt in beeld. In 48 procent van de gevallen gaat de consument bij onbereikbaarheid in deze situatie op zoek naar een andere manier om contact te leggen.

Alternatieve manieren om contact te leggen

Wanneer er dieper wordt ingezoomd op het uitwijkgedrag naar andere middelen bij telefonische onbereikbaarheid komt e-mail op nummer één te staan. Dit is niet situatie-afhankelijk. 76 procent geeft aan in geval van onbereikbaarheid contact te leggen per e-mail.

	Telefonische bereikbaarheid in het algemeen			
Legt u op een alternatieve manier contact wanneer het bedrijf telefonisch niet bereikbaar is?	Student	In loondienst	Ondernemer/ ZZP'er	VUT/ gepensioneerd
Ja, contact via e-mail	72%	79%	81%	75%
Ja, contact via social media (Facebook, Twitter, etc.)	9%	2%	0%	3%
Ja, contact via chat	5%	3%	3%	1%
Ja, contact via WhatsApp	2%	2%	3%	4%
Ja, contact via sms	0%	2%	5%	5%
Nee	12%	12%	8%	12%



52%

Potentiële klanten stappen over naar een andere organisatie bij onbereikbaarheid in een urgente situatie

Andere alternatieve contactmogelijkheden, zoals social media en WhatsApp, zijn minder populair. Studenten wijken met 9 procent nog het vaakst uit naar social media, ten opzichte van medewerkers in loondienst (2%), ondernemers (0%) en gepensioneerden (3%). 7 procent van de personen in de leeftijd 40 t/m 49 jaar geeft aan contact te zoeken via WhatsApp wanneer een organisatie niet bereikbaar is.

25%

Nederlanders geven telefonische bereikbaarheid organisaties een onvoldoende

Maak van de eerste indruk geen definitieve indruk

De situatie waarin de consument zich bevindt heeft dus veel invloed op het bijbehorende gedrag. Er is duidelijk onderscheid te maken tussen urgente situaties, waarin de consument direct hulp nodig heeft, en situaties waarin de consument afhankelijk is van één specifieke organisatie.

In alle gevallen draait het bij telefonische onbereikbaarheid uiteindelijk om gemist klantcontact. Wanneer de eerste poging tot contact zich uit in een teleurstelling is de toon voor het verdere verloop van het contact vaak al gezet.

Organisaties staan bij telefonische onbereikbaarheid in alle situaties al 1-0 achter en zullen keihard moeten knokken om van die eerste indruk geen definitieve indruk te maken.

Dat hier nog veel te winnen valt blijkt uit het volgende hoofdstuk, waarin de grootste ergernissen van de consument centraal staan.

De grootste ergernissen rondom telefonische bereikbaarheid

Nog even geduld a.u.b.

Organisaties kunnen tijdens het eerste telefonische contact met een klant een onuitwisbare indruk achterlaten: het kan de relatie met de klant letterlijk maken of breken. Bij telefonische onbereikbaarheid kan de relatie onherstelbaar beschadigen, doordat de (potentiële) klant overstapt naar de concurrent. Het realiseren van maximale telefonische bereikbaarheid is dus essentieel en vergt de juiste telefonieoplossing. Om te toetsen of de juiste telefonieomgeving alle grote ergernissen rondom bereikbaarheid teniet kan doen, heeft Infopact de grootste frustraties van de Nederlandse consument op een rij gezet.

Zoals de visual al weergeeft, ervaren consumenten te lang in de wacht gezet worden als grootste ergernis. Niet geheel verrassend gezien het feit dat de mentaliteit van de Nederlanders over het algemeen als ongeduldig wordt omschreven. Toch is het een opvallende uitkomst gezien de resultaten uit het vorige hoofdstuk. Ondanks dat dit ergernis nummer één is, blijven consumenten namelijk wel – al dan niet geduldig – wachten.

Opvallend: Een groot aantal Nederlanders blijft aan de lijn na in de wacht te zijn gezet, ondanks dat dit gegeven wordt aangemerkt als de grootste ergernis.

Daarnaast zijn er onderlinge verschillen in de top drie ergernissen tussen vrouwen en mannen. Vrouwen zijn over het algemeen geduldiger dan mannen als het gaat om de hoeveelheid keuzes in een keuzemenu. Bijna driekwart van de vrouwen geeft aan alle stappen in een keuzemenu te doorlopen (73%). Bij de mannen is dit net iets meer dan de helft (58%). Ook blijkt uit de resultaten dat mannen vaker dan vrouwen hun ergernissen en negatieve ervaringen proactief delen met anderen. Hier wordt in het volgende hoofdstuk verder op ingegaan.

Ergernissen top 3



Ergernissen top 3 bij mannen



Ergernissen top 3 bij vrouwen



Maak het de klant zo comfortabel mogelijk

Deze meest voorkomende ergernissen laten zien waar de potentiële winst ligt voor ondernemend Nederland. Ze zijn als handvat of slimme checklist te gebruiken om tot een betere klantbeleving en optimale telefonische bereikbaarheid te komen.

Vrouwen zijn een stuk geduldiger dan mannen als het gaat om ophangen bij teveel keuzemenu's.

Nieuwe telefonieoplossingen, zoals Telefonie in de Cloud of Vast-Mobiel Integratie, bieden uitkomst bij het minimaliseren of zelfs voorkomen van deze ergernissen. Deze oplossingen zijn bijvoorbeeld voorzien van real-time beschikbaarheidsweergaven waarmee ondernemers direct kunnen zien welke collega's bereikbaar zijn, zodat klanten niet onnodig in de wacht worden geplaatst. Klanten die toch in de wacht staan kunnen horen wat de wachttijd bedraagt, waardoor duidelijkheid wordt geschept. Ondernemers hebben met deze oplossingen bovendien continu inzicht in hun telefonische bereikbaarheid, dankzij actuele wallboards en rapportages. Zo kan op elk gewenst moment worden bijgestuurd.

Voor organisaties is het belangrijk om te bepalen waar de knelpunten zitten, zodat hier rekening mee kan worden gehouden bij de inrichting van de telefonie. Elke ergernis is er immers één teveel en wordt door de consument direct onder een vergrootglas gelegd. Met nieuwe telefonieoplossingen binnen handbereik kunnen ergernissen veelal op een eenvoudige manier voorkomen worden.

Gevolgen telefonische onbereikbaarheid

Hoort zeg het voort!

Veel organisaties staan voor nieuwe uitdagingen als het gaat om optimaal telefonisch bereikbaar zijn. Er spelen een hoop factoren mee, bleek al uit de voorgaande hoofdstukken. Waar organisaties vroeger voldeden aan een optimale bereikbaarheid wanneer zij van negen tot vijf bereikbaar waren, slaan sommige bedrijven hier nu volledig de plank mis.

32%

Nederlanders klagen actief bij anderen over de telefonische bereikbaarheid van organisaties

De vele laagdrempelige mogelijkheden om in contact te komen met een organisatie hebben geleid tot hogere klantverwachtingen. Zo moeten MKB'ers opboksen tegen de grote organisaties die de klant 24/7 telefonisch te woord staan. En wordt er van enterprise organisaties verwacht dat zij gedurende de dag ook direct online antwoord kunnen geven op klantvragen en -verzoeken. De klant wil snel te woord worden gestaan en mag dit anno 2016 ook verwachten.

De lat ligt dus hoog en wanneer niet aan deze verwachtingen kan worden voldaan, wordt dit actief gedeeld met anderen. Dit blijkt als de Nederlandse consument wordt gevraagd of zij ervaringen met de telefonische bereikbaarheid van organisaties deelt.

Deelt u ervaringen rondom telefonische bereikbaarheid met uw omgeving?	Positief	Negatief
Ja, ik begin hier zelf over	17%	32%
Ja, als er naar gevraagd wordt	52%	47%
Nee	31%	21%

Imagoschade is een logisch gevolg van slechte telefonische bereikbaarheid, blijkt uit deze resultaten. Ruim 32 procent van de consumenten geeft aan zelf te beginnen over zijn negatieve ervaring met de bereikbaarheid van organisaties. En als erom gevraagd wordt, geeft nog eens 47 procent aan zijn negatieve ervaring te delen met anderen. Slechts een

Een situatie die iedereen herkent:

Stel je voor, je bent op een verjaardag en hoort daar dat iemand negatieve ervaringen heeft met bedrijf X, omdat zij telefonisch zo slecht bereikbaar zijn. Dan gaan de alarmbellen rinkelen. Als het speciaal ter sprake wordt gebracht, dan zal het bedrijf wel erg slecht te bereiken zijn. Verhalen als deze worden volop gedeeld en verspreiden zich als een lopend vuurtje.

vijfde deelt een vervelende ervaring niet met anderen.

Vooraf de leeftijdscategorie 18 t/m 29 jaar is een groep die graag zijn ervaringen deelt. Met 62 procent is dit de grootste groep die positieve ervaringen deelt met anderen wanneer erom gevraagd wordt. Het is tevens de grootste leeftijdsgroep die negatieve ervaringen deelt met anderen.

Creëer een positieve ervaring met de juiste oplossing

De mate waarin je als ondernemer bereikbaar moet zijn is afhankelijk van de dienstverlening die je biedt. Zo is het voor sommige MKB-bedrijven niet mogelijk of noodzakelijk om 24/7 bereikbaar te zijn. Juist daarom is het wel belangrijk dat consumenten weten waar zij aan toe zijn. Het draait om het creëren van duidelijkheid. Het gaat hierbij niet alleen om het communiceren van tijden waarop je als organisatie telefonisch bereikbaar bent, maar ook wanneer iemand reactie kan verwachten op een e-mail of van de webcare.

Zolang het verwachttingsmanagement overeenkomt met de daadwerkelijke bereikbaarheid van een organisatie, is de kans klein dat de consument negatieve ervaringen gaat delen. Bovendien laten deze resultaten duidelijk zien waar winst te behalen valt. De kansen om het delen van een negatieve ervaring om te buigen naar een positieve liggen vooral bij 18 t/m 29 jarigen. Zij staan garant voor de toekomst, zijn het meest actief in het delen van hun ervaringen, maar ook het meest ongeduldig. Ook vormen zij de grootste groep die via social media contact probeert te leggen met een organisatie wanneer deze telefonisch onbereikbaar is. Kortom, genoeg kansen voor organisaties om de klant voor zich te winnen met behulp van verwachttingsmanagement op alle kanalen.



Kansen voor ondernemers in het MKB

Het belang van telefonische bereikbaarheid blijkt in 2016 onverminderd groot. Een slechte bereikbaarheid is funest voor imago, omzet en klanttevredenheid. De onderzoeksfeiten dragen stuk voor stuk bij aan de bewustwording hiervan. Actie is dus vereist bij organisaties die hun telefonie niet

op orde hebben. Geen enkel bedrijf wil immers de kans op inkomsten mislopen door onbereikbaarheid. Dit onderzoeksrapport sluiten we daarom af met een overzicht van de 5 belangrijkste argumenten om optimale telefonische bereikbaarheid in te richten.

De 5 belangrijkste argumenten om optimale telefonische bereikbaarheid in te richten

- 1** Een kwart van de Nederlandse consumenten is anno 2016 **ontevreden over de bereikbaarheid** van organisaties. Een uitgelezen kans voor ondernemers die de relatie met de klant willen maken in plaats van breken.
- 2** Telefonische onbereikbaarheid werkt **omzetverlies** in de hand. Meer dan de helft van de consumenten legt bij onbereikbaarheid in urgente situaties contact met een concurrerende organisatie. Een direct gevolg is dat ondernemers deze prospects – en dus potentiële inkomsten – mislopen.
- 3** Telefonische bereikbaarheid speelt een grote rol bij de **klantbeleving van de service** die ondernemers bieden. Nederlandse consumenten ervaren volop frustraties op het gebied van telefonische bereikbaarheid; van te lang in de wacht gezet worden tot te vaak doorverbonden worden. Ergernissen die niet nodig zijn en met de juiste oplossingen voorkomen kunnen worden. Juist op dit vlak kunnen organisaties zich onderscheiden van de concurrentie.
- 4** De vele laagdrempelige mogelijkheden om in contact te komen met een organisatie hebben geleid tot hogere klantverwachtingen. Voldoet de bereikbaarheid niet aan deze verwachtingen? Dan wordt dit actief gedeeld met anderen en is **imagoschade** onvermijdelijk. Bedenk: bijna 80% van de Nederlandse consumenten deelt zijn negatieve ervaringen met anderen. Door duidelijker te zijn over wat klanten kunnen verwachten kunnen ondernemers deze negatieve berichten voorkomen.
- 5** Nieuwe telefonieoplossingen bieden **belangrijke sturingsinformatie** over de telefonische bereikbaarheid van organisaties. Met de bereikbaarheidsrapportages en real-time wallboards van deze oplossingen is er geen excuus meer om hier geen inzicht in te hebben en kan er op elk gewenst moment worden bijgestuurd waar nodig. Onmisbaar voor ondernemers die er elke dag uit willen halen wat erin zit.

De juiste telefonieoplossing selecteren

De juiste telefonieomgeving kan helpen bij het realiseren van maximale telefonische bereikbaarheid. Klanten verwachten in de huidige tijd immers dat bedrijven op elk moment van de dag uitstekend bereikbaar zijn. Ondernemers die bewust omgaan met hun telefonische bereikbaarheid vragen het zich dan ook dagelijks af: Hebben er klanten in de wacht gestaan? Hoe lang duurde het voordat zij in contact kwamen met de juiste persoon? Zijn er klanten die hebben opgehangen doordat zij niet tijdig geholpen werden – en zo ja, wie waren dat dan? Wat zijn de piekmomenten waarop de telefonische bereikbaarheid nóg beter moet worden gewaarborgd?

Slimme telefonieoplossingen kunnen direct antwoord geven op deze vragen. Het realiseren van optimale telefonische bereikbaarheid vergt de juiste telefonieoplossing. De onderstaande oplossingen helpen bij het effectief inrichten van de telefonische bereikbaarheid én het waarborgen van effectieve communicatie met collega's en klanten.

Telefonie in de Cloud

Telefonie in de Cloud biedt een zeer complete IP-telefooncentrale. Slimme telefonie-functionaliteiten zoals nummerherkenning en -routing, keuzemenu's, wachtrijen, doorschakelingen en gespreksopnamen zijn direct toegankelijk. De bereikbaarheid van de organisatie is op elk moment inzichtelijk met behulp van actuele digitale wallboards en bereikbaarheidsrapportages. Werk daarnaast efficiënt samen met collega's door gebruik te maken van tools als real-time beschikbaarheid, chat en SMS.

- ✓ **Complete IP-telefooncentrale met uitgebreide functionaliteiten**
- ✓ **Real-time beschikbaarheidswaarschuwing en chat**
- ✓ **Actuele digitale wallboards en rapportages**
- ✓ **Gratis demo op locatie**
- ✓ **Vanaf € 6,95 per werkplek per maand**

Meer weten? www.infopact.nl/telefonieindecloud

Vast-Mobiel Integratie

Met Vast-Mobiel Integratie zijn alle functionaliteiten uit de vaste telefonieomgeving ook beschikbaar op elk mobiel toestel. Van het beantwoorden van gesprekken naar vaste nummers tot het doorverbinden naar collega's. Werk plaatsonafhankelijk op een PC, laptop, tablet of smartphone en beantwoord telefoongesprekken via elk gewenst device. Intelligente rapportages bieden handige sturingsinformatie over het vaste én mobiele telefonieverkeer.

- ✓ **Alle functionaliteiten uit de vaste telefonieomgeving ook mobiel beschikbaar**
- ✓ **Meerdere (vaste en mobiele) nummers op één simkaart**
- ✓ **Sturingsinformatie over vast én mobiel telefonieverkeer**
- ✓ **Plaatsonafhankelijk werken via elk gewenst device**
- ✓ **Vanaf € 15,- per werkplek per maand**

Meer weten? www.infopact.nl/vastmobiel



Infopact Network & Communicatie is ruim 20 jaar actief op de zakelijke markt. Samen met onze Partners versterken wij het hart van de zaak bij ondernemers in het MKB. Infopact werkt als verlengstuk van uw eigen organisatie en dit merkt u op allerlei vlakken: van accountmanagement tot technisch support en van productontwikkeling tot marketing.

Benieuwd naar de voordelen van een partnership?

Ga naar www.infopact.nl, bel **088 – 463 67 30** of mail sales@infopact.nl.

Omdat er meer in zit