



“It's the new soc

Door: **Jeroen Derynck**

Op 14 mei organiseerde F&G Publishing i.s.m. Contactcentres.be het derde Contact Centre Congres. Dit jaar was het thema 'Le client nouveau est arrivé'. Jeroen Derynck van The thinking ape was een van de sprekers. Dit artikel is een neerslag van zijn presentatie. De foto's geven een indruk van het (zeer geslaagde) congres.

Niemand had enkele jaren geleden durven voorspellen dat sociale netwerksites als Facebook, Twitter, Flickr of Hyves het internet stormenderhand zouden veroveren. Ondertussen zijn blogs en sociale netwerken tegenwoordig populairder dan e-mail. Dit in tegenstelling tot het bedrijfsleven waar e-mail nog steeds de meest gebruikte vorm van elektronische communicatie is. We zien her en der wel andere vormen van digitale communicatie zoals instant messaging opduiken, maar dit blijft meestal beperkt tot intern gebruik. Elk voordeel heeft zijn nadeel en in het geval van e-mail zijn de nadelen gekend: e-mail overload, een groeiende

vraag naar opslagcapaciteit en het gevaar dat belangrijke informatie en kennis ergens in de mailbox van de ontvanger blijft hangen. En het is net die cruciale informatie en kennis die een contact center agent nodig heeft om de klant op een efficiënte en effectieve manier te woord te staan.

On hold

Zo heb ik onlangs meer dan een uur met het call center van onze interprovider aan de lijn gehangen omdat de digitale decoder het niet meer deed. Nu beschik ik over aardig wat technische kennis waardoor ik zelf al een eerste diagnose kon stellen, maar hier had de CSR niet echt oren naar. Hij bleef trouw zijn script aframmelen, zette me geregeld on hold om met zijn collega's te overleggen en toen dit geen soelaas bood, werd er voorgesteld om een technicus ter plaatste te sturen. Uiteindelijk heb ik het probleem zelf kunnen verhelpen door de modem een uurtje offline te zetten. Dus bel ik terug met de boodschap dat de afspraak met de technicus kon geannuleerd worden en gaf terloops ook mee hoe het probleem opgelost kon worden. "Ik kan uw afspraak niet terugvinden in het systeem", was het enige wat ik toen

te horen kreeg. Wat voor nut heeft het te investeren in technologieën als CTI, IVR, WFM of CRM als je uiteindelijk te woord gestaan wordt door een onervaren agent met een beperkte kennis? Veel heeft natuurlijk te maken met het grote personeelsverloop in call centers of het gebrek aan opleiding en training. Om dit op te vangen zien we overal kennisbanken opduiken, maar deze worden vaak als log en moeilijk in gebruik ervaren. Bovendien vragen deze systemen een zware investering terwijl het ROI-plaatje op het einde van de rit niet altijd duidelijk is.

Web 2.0

Ondertussen wisselen miljoenen mensen buiten de bedrijfsmuren kennis, ervaringen en informatie uit met behulp van web 2.0-technologieën als wiki's, chat, social bookmarking, blogs, micro-blogs, media-sharing sites en sociale netwerken. Deze User Generated Content is het resultaat van wereldwijde interacties gebaseerd op vertrouwen, openheid en toegankelijkheid. Het succes van Wikipedia - de grootste online encyclopedie - is een typisch voorbeeld van dit nieuwe 'sociale' mediagedrag. Deze encyclopedie is niet het werk van een select clubje van mensen met heel veel

Wat is belangrijker, de toekomst of het verleden?

iAct

ialism, stupid!



grijze hersencellen. Duizenden vrijwillige auteurs hebben er samen voor gezorgd dat Wikipedia nu meer dan 2,7 miljoen individuele wiki's (lees artikels) bevat terwijl de encyclopedie par excellence, the Encyclopedia Britannica, het met 200.000 moet stellen. Als je alle filmpjes vandaag op Youtube wil bekijken, dan neem je er best je tijd voor. Het duurt meer dan 450 jaar om alle filmpjes één keer te bekijken. Dat is het nieuwe 'socialism': iedereen kan dankzij het internet zijn verhalen, ervaringen en al wat ie wil kwijt op een van de vele sociale softwareplatformen.

Bedrijven zijn natuurlijk niet blind voor deze trend en langzaam maar zeker zien we ook de eerste social software opduiken binnen de bedrijfsmuren. Onder de noemer Enterprise 2.0 worden Really Simple Syndication (RSS), blogs, tagging, wiki's en mashups gebruikt om interne kennis, klanteninformatie of productinformatie te delen. Werknemers kunnen hun eigen communities opstarten rond een bepaald thema, product of service. In de genetwerkte organisatie maken interne nieuwsbrieven plaats voor podcasts en worden nieuwe bedrijfsprocessen toegelicht aan de hand van een videocast in plaats van de traditionele memo. Dankzij RSS en aggregatie wordt

de informatie gefilterd en op een gepersonaliseerde manier tot bij de gebruiker gebracht. De communicatiestroom wordt niet meer centraal beheerd door een klein groepje mensen maar meandert nu door alle lagen van de organisatie.

Enterprise 2.0 gaat echter verder dan het uitrollen van een nieuwe technologie. Het vraagt een verandering van de bedrijfscultuur en een nieuwe attitude ten aanzien van kennis. Dat hebben ze bij Dell goed begrepen: sinds ze wiki's in het call center hebben ingevoerd, is de call handling time van hun 5000 agenten met zo'n 10 tot 20 procent gedaald. Sneller informatie vinden met minder clicks zorgt er niet alleen voor dat de agenten nu productiever zijn, maar verhoogt ook de kans op een first call resolution. Hierdoor bespaart het call center op jaarlijkse basis zo'n 4 miljoen dollar. IBM komt met gelijkaardige cijfers op de propen na de invoering van tagging op hun intranet. Deze tags (kernwoorden) zorgen ervoor dat gebruikers informatie sneller kunnen terugvinden. Als je weet dat de gemiddelde kenniswerker 25 procent van zijn tijd spendeert aan het zoeken naar informatie – en hier heeft IBM er zo'n 380.000 van rondlopen – dan is de rekensom natuurlijk snel gemaakt.

Uitdagingen

Als je net als je collega call center managers onder zware druk staat om de kosten te drukken, de productiviteit te verbeteren en de klantentevredenheid te verhogen, dan kan Enterprise 2.0 helpen om deze uitdagingen aan te gaan. Het zorgt ervoor dat informatie tussen virtuele teams, partners en front- en backoffice makkelijker ontsloten wordt. Social software bevordert bovendien de interne networking in de organisatie en draagt op deze manier bij tot een cultuur van innovatie, open communicatie en transparantie.

Met zijn beroemde uitspraak "It's the economy, stupid" gaf Bill Clinton in 1992 aan dat zijn voorganger te weinig aandacht besteedde aan de interne economie en zich te veel op het buitenland focuste. Het is net hetzelfde met Enterprise 2.0 – we kunnen wel een multi-channel call center opzetten maar uiteindelijk zorgen de agenten ervoor dat de klant een tevreden klant blijft. En daar zit de economie voor niets tussen.

Jeroen Derynck is Enterprise 2.0 strateeg bij The thinking ape – een management consultancy bedrijf dat werkt op het snijvlak van IT, HR en communicatie.