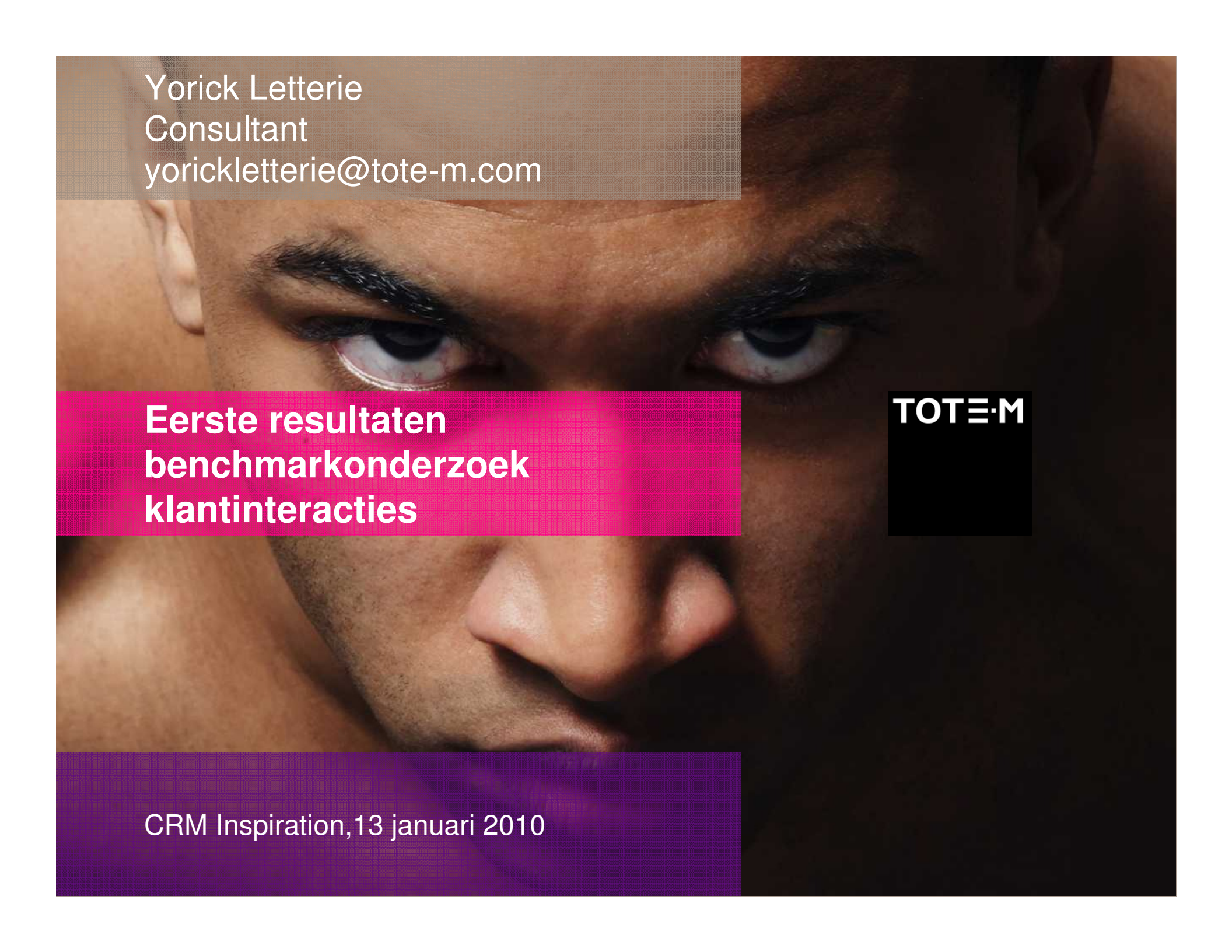


A close-up, high-contrast photograph of a man's face, focusing on his eyes and nose. The image is dark and moody, with the man's skin appearing in shades of brown and black. The lighting is dramatic, highlighting the texture of his skin and the intensity of his gaze.

Yorick Letterie
Consultant
yorickletterie@tote-m.com

**Eerste resultaten
benchmarkonderzoek
klantinteracties**

TOTEM

CRM Inspiration, 13 januari 2010

Agenda

- Introductie TOTE-M
- De klant in de driver seat
- Resultaten
- Conclusies en aanbevelingen



TOTE-M dienstverlening



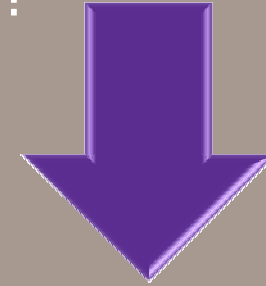


De klant in de drivers seat

TOTE·M

TOTE-M Consumer Research Report on
Loyalty, (Potential) Churn and Testimonials
2009

- 
- Wat is het klantgedrag anno 2009?
 - Hoe oriënteren en kopen klanten?
 - Wat doen zij bij vragen en/of problemen?

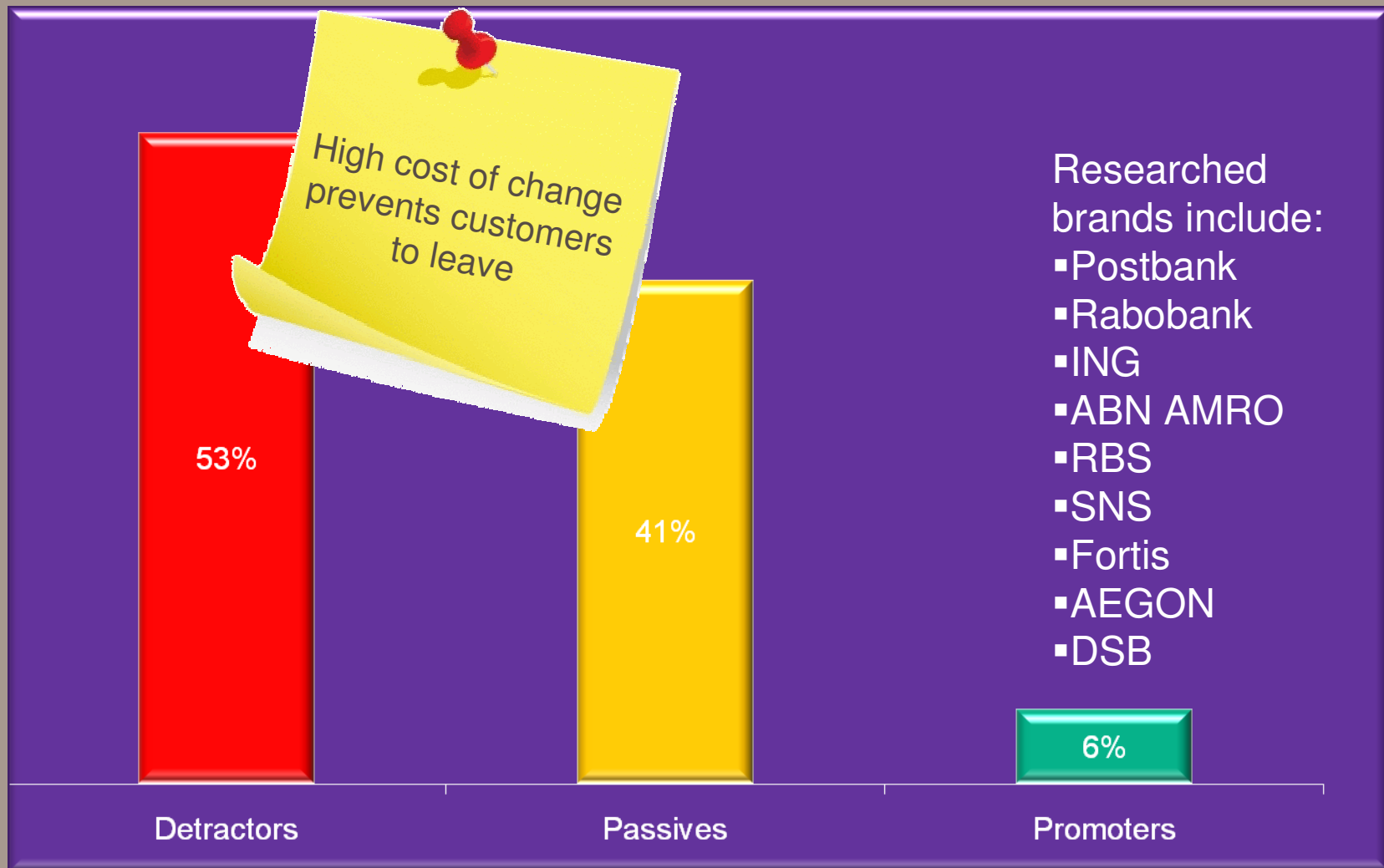


**TOTE-M Consumer
Research Report on
Loyalty, (Potential) Churn
and Testimonials 2009**

te downloaden op
www.tote-m.com

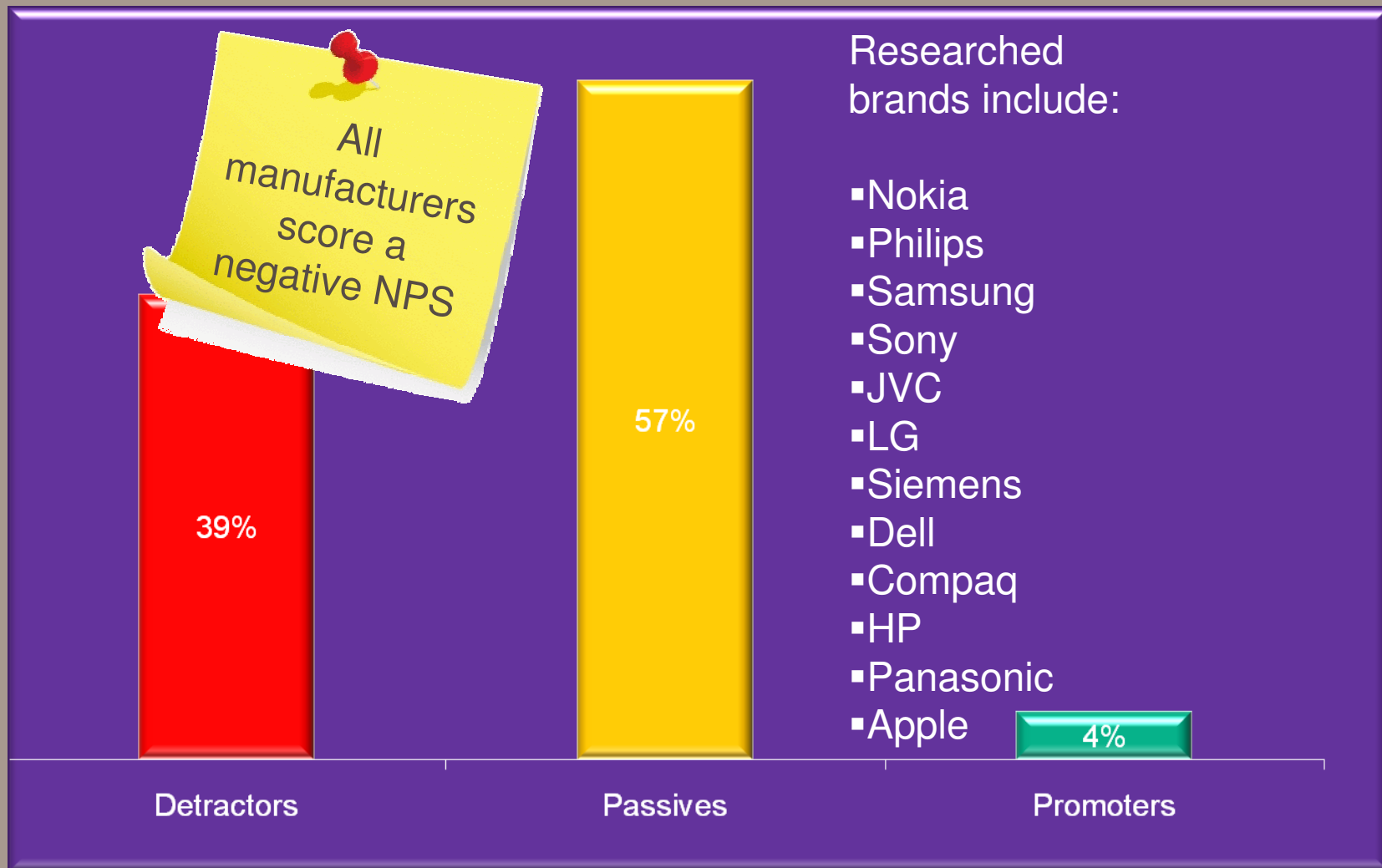


Klanten bevelen hun financiële dienstverleners niet aan: NPS = -47%



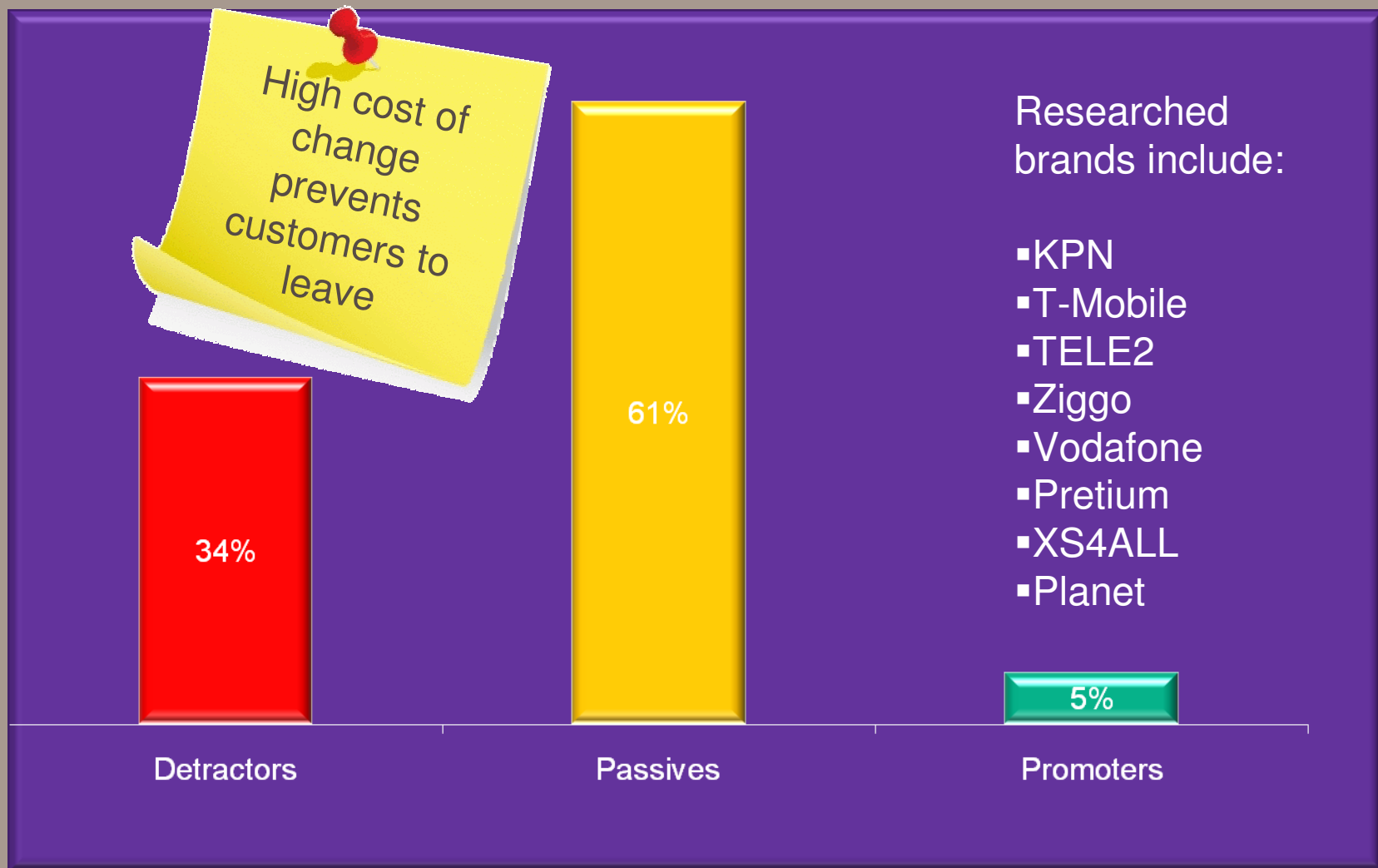
Bron: TOTE-M Consumer Research on Loyalty, (Potential) Churn and Testimonials 2009

Klanten bevelen hun Consumenten Electronica merk niet aan: NPS = -35%



Bron: TOTE-M Consumer Research on Loyalty, (Potential) Churn and Testimonials 2009

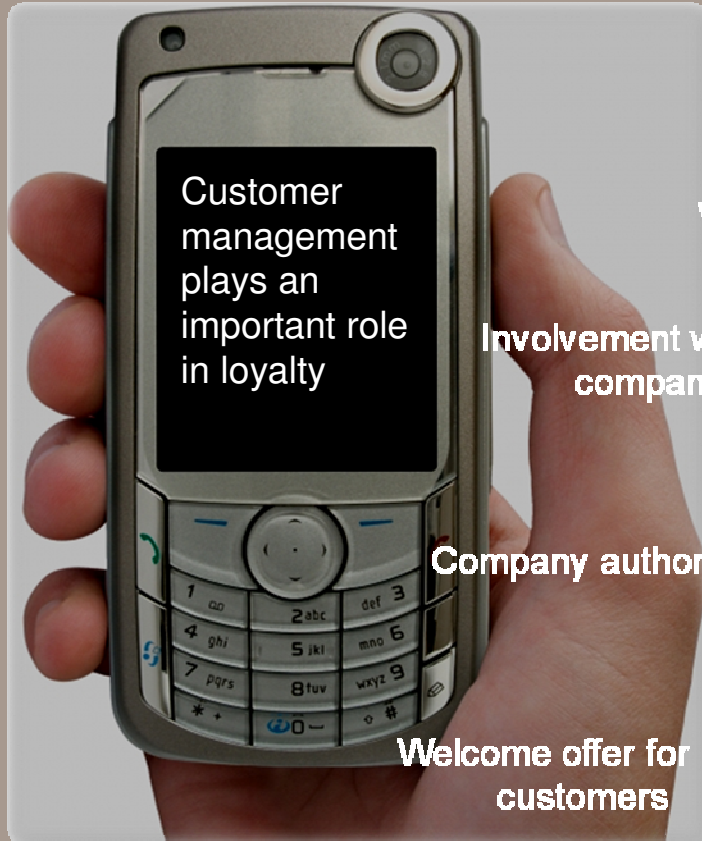
Klanten bevelen hun telecom operators niet aan: NPS = -29%



Bron: TOTE-M Consumer Research on Loyalty, (Potential) Churn and Testimonials 2009

Klantloyaliteit wordt gestuurd door:

Customer Interactions
spelen een belangrijke



Involvement with the
company

Company authority

Welcome offer for new
customers

Web testimonials

Brand experience

Company image

Company PR

Personal
recommendations

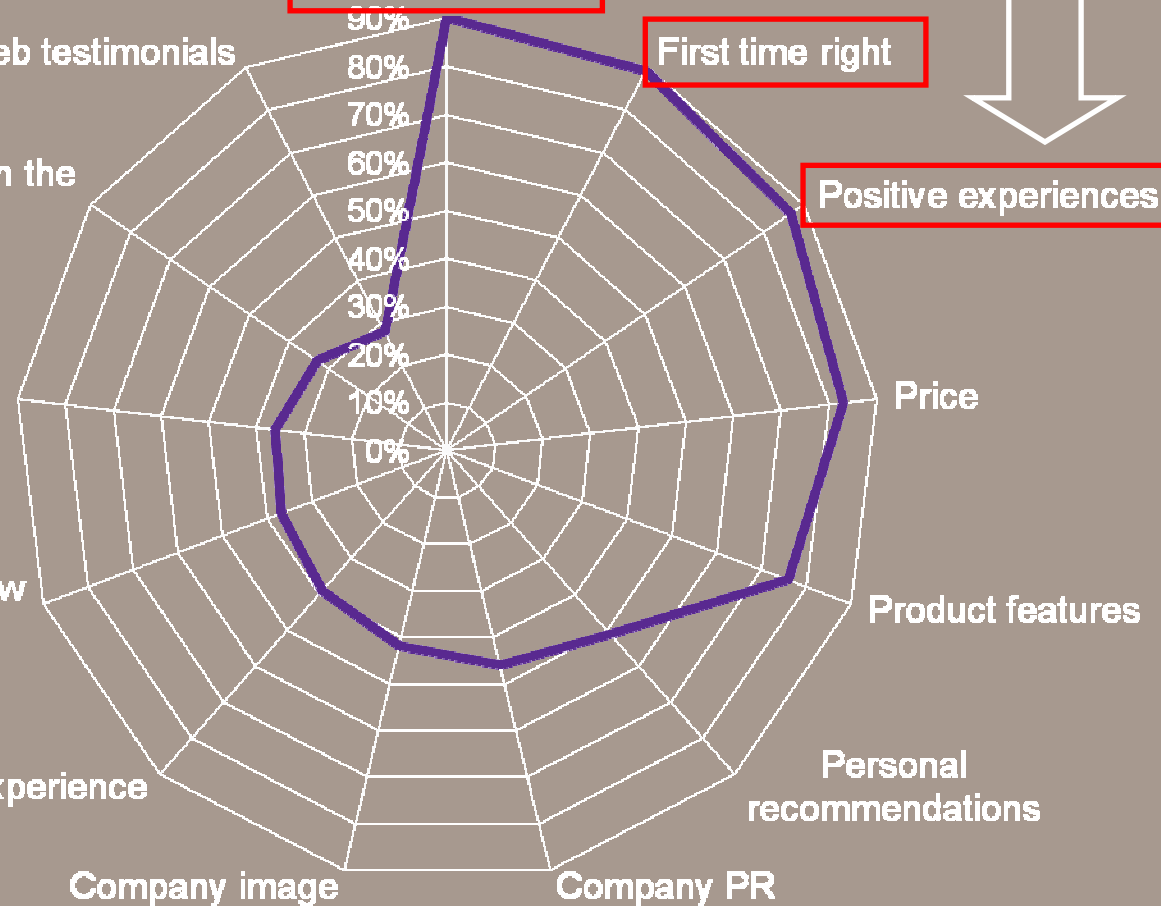
Product features

Price

Positive experiences

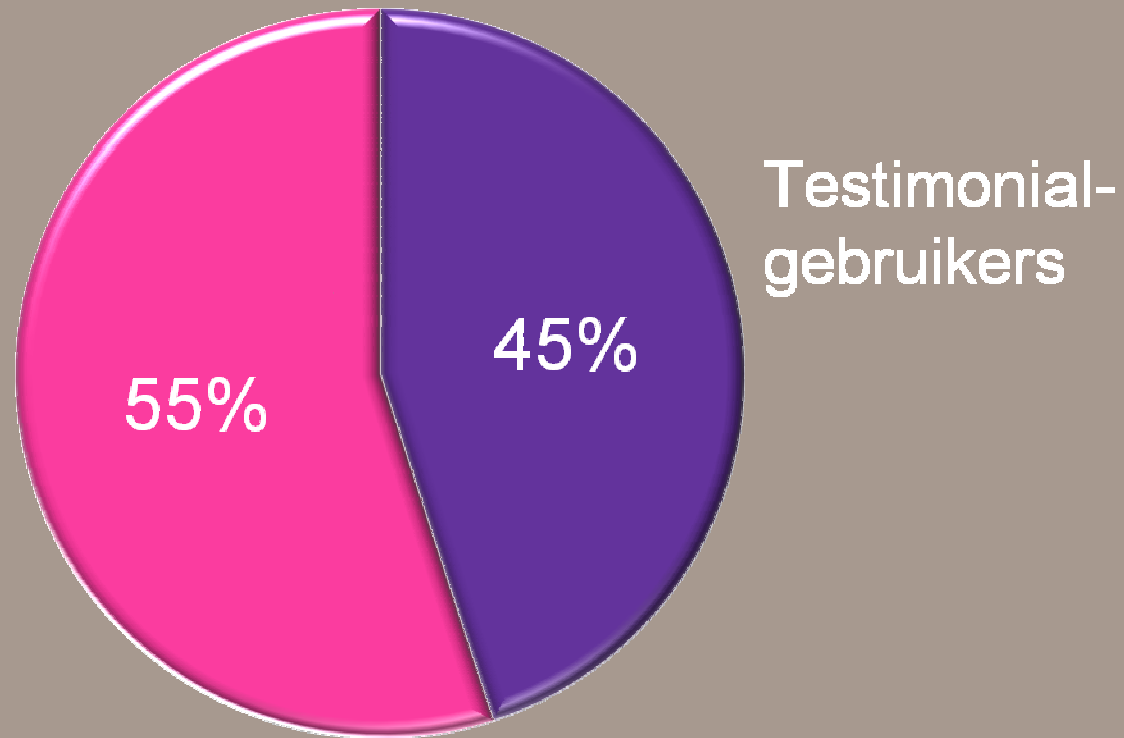
First time right

Customer service



Klanten praten met elkaar

Online testimonialgebruik





Meer dan **30%** van de mensen die
testimonials lezen, baseren
hun aankoopbeslissing hierop

Bij hoger
opgeleiden is
dat meer
(44% vs 25%)

Browsers hebben vrijwel dezelfde sales
conversie (38%) als **seekers** (44%)

50% of churners delen hun ervaring

A close-up portrait of a man's face, showing his eyes, nose, and mouth. The image is partially obscured by a pink rectangular overlay on the left side, which contains the title text. A black rectangular logo with the word 'TOTEM' in white is positioned on the right side of the face. The background is a light blue gradient.

Onderzoeksresultaten – een eerste inkijk

TOTEM

Over het onderzoek – Research Performance Customer Interactions 2010

- Jaarlijkse benchmark
- Doel: transparantie > professionaliteit
- Onderzoeksonderwerpen:
 - Management van klantinteracties
 - (Out-)sourcingsituatie
 - Prijsmodellen, KPI's en partnerships
 - Performance
- Respondenten: demand & supply
- Contractwaarde inhouse: € 421 mio., outsourced € 273 mio.
- Methodiek: online survey (oktober – december)
- 15 april: event Performance Customer Interactions 2010



Onderzoekspartners

Research Partners



Aanbevelingspartners



VERENIGING
CONTACTCENTERS
NEDERLAND



Verantwoordelijkheid voor de klant nog altijd versplinterd

- Veel afdelingen hebben klantcontact
- Deze afdelingen praten vaak niet met elkaar
- Eindverantwoordelijkheid vaak verdeeld. In veel gevallen nog 'bijbaan' van de CEO
- Chief Commercial Officer komt nog niet vaak voor of wordt gezien als service manager



Partners worden vaak nog gekozen op harde criteria

- Inhouse
 - Culturele fit
 - Partnership
 - Verplichte winkelnering
 - Dienstverleningsaanbod
- Outsourced
 - Professionaliteit
 - Track record
 - Prijs
 - Lang partnership

Culturele fit, sourcingstrategie spelen beperkte rol. COPC wordt niet genoemd.



Service providers worden nog niet toegelaten tot de boardroom

- Hebben als customer facing front office nog weinig in te brengen op het gebied van strategie en partnership
- Interne decision makers zijn vaak service, sales, marketing en operations



Prijzen en KPI's

- Nog veel 'ouderwetse' prijsmodellen, met name inhouse
- Outsourcers gebruiken meer KPI's. Ook deze zijn vaak klassiek
- KPI's ontwikkelen zich naar meer 'customer centric'
- Er bestaat de wens (meer) te sturen op FCR, C-sat en Beleving
- Employee satisfaction speelt geen rol, men heeft wel goede voornemens!



Prestaties

- Over inhouse is men minder ontevreden dan over outsourced
- Over beiden is men niet tevreden
- NPS scores zijn laag
- Meest gevraagde verbeteringen: partnership management (outsourced) en klantgerichtheid (inhouse)



Conclusies en aanbevelingen

- Organisaties zijn nog onvoldoende met de klant bezig
- Factoren die voor duurzaam resultaat op lange termijn zorgen, staan nog onvoldoende op het netvlies
- Opdrachtgevers (merken)
 - Stel de klant centraal
 - Zorg dat je merkbeloofte wordt geleverd, ongeacht wie het uitvoert
 - Betrek deze in de besluitvorming rondom customer management
- Service providers
 - Minder focus op prijs
 - Ga de discussie met de klant aan om gezamenlijk waarde voor de klant te creëren
 - Focus je op het partnership met je opdrachtgever
 - Reageer proactief op marktsignalen en klantontwikkelingen



Kom naar het Performance Customer Interactions event op 15 April

Voor meer informatie over het Performance Benchmark Onderzoek en het Consumer Research on Loyalty, Churn and Testimonials 2009, ga naar www.tote-m.com



TOTE-M
Van Diemenstraat 314
1013 CR Amsterdam
The Netherlands
T +31(0)20 420 77 80
F +31(0)20 420 26 81
E nl.info@tote-m.com
www.tote-m.com

TOTE-M
Koningin Astridlaan 49
1780 Wemmel
Belgium
T +32(0)2 453 12 53
F +32(0)2 453 96 17
E be.info@tote-m.com
www.tote-m.com

