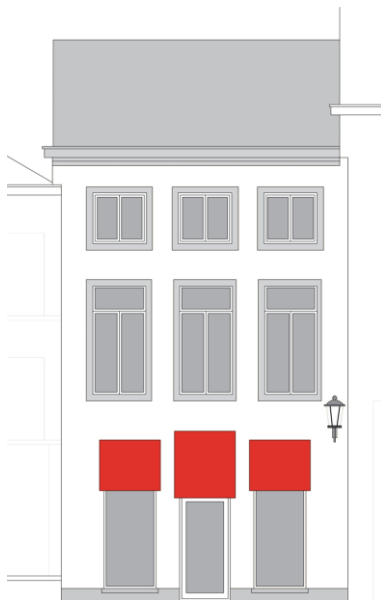


REMOTE ACCESSIBILITY & CHANNEL PREFERENCE

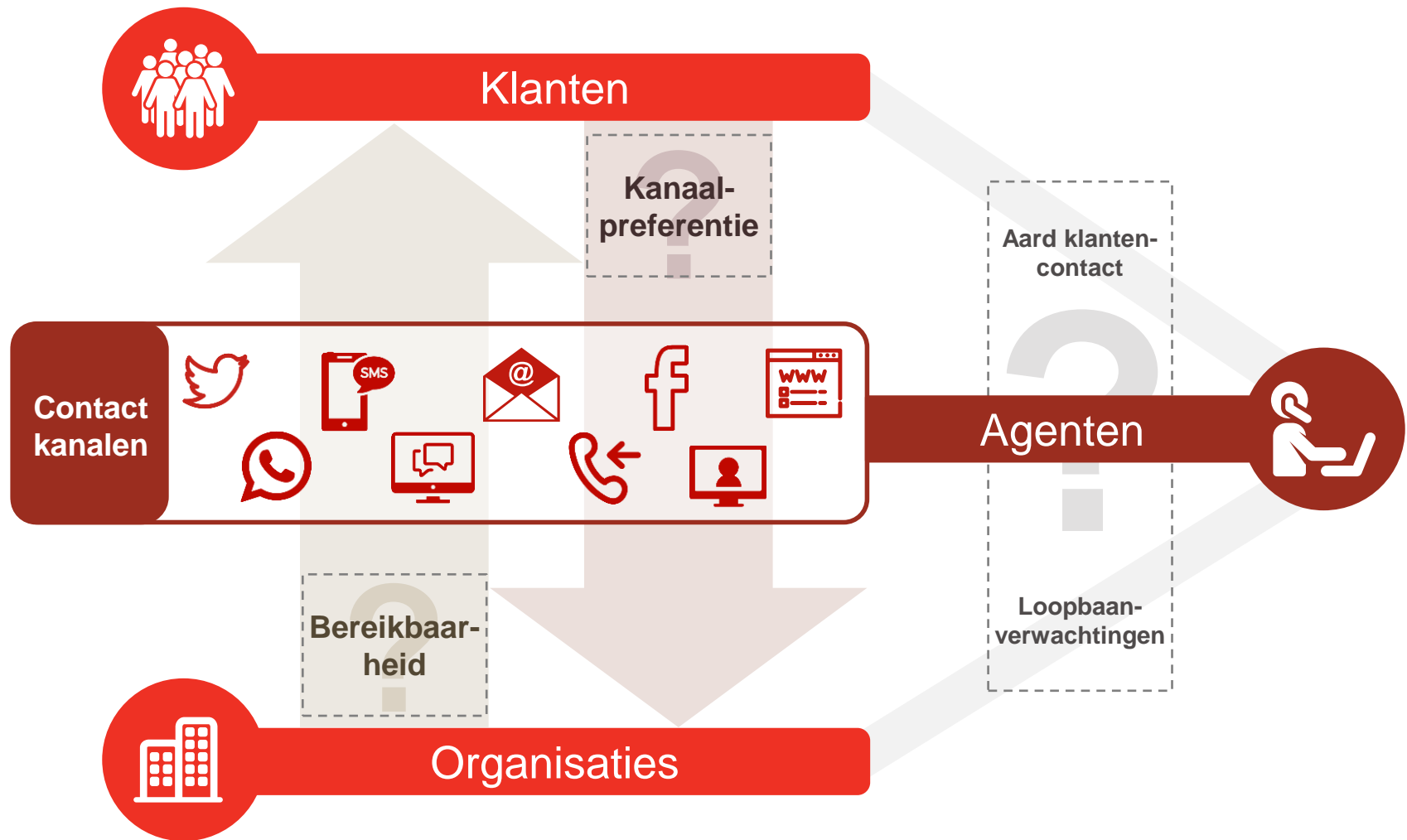
SURVEY @ ORGANISATIONS, CUSTOMERS & CONTACTCENTERPROFESSIONALS

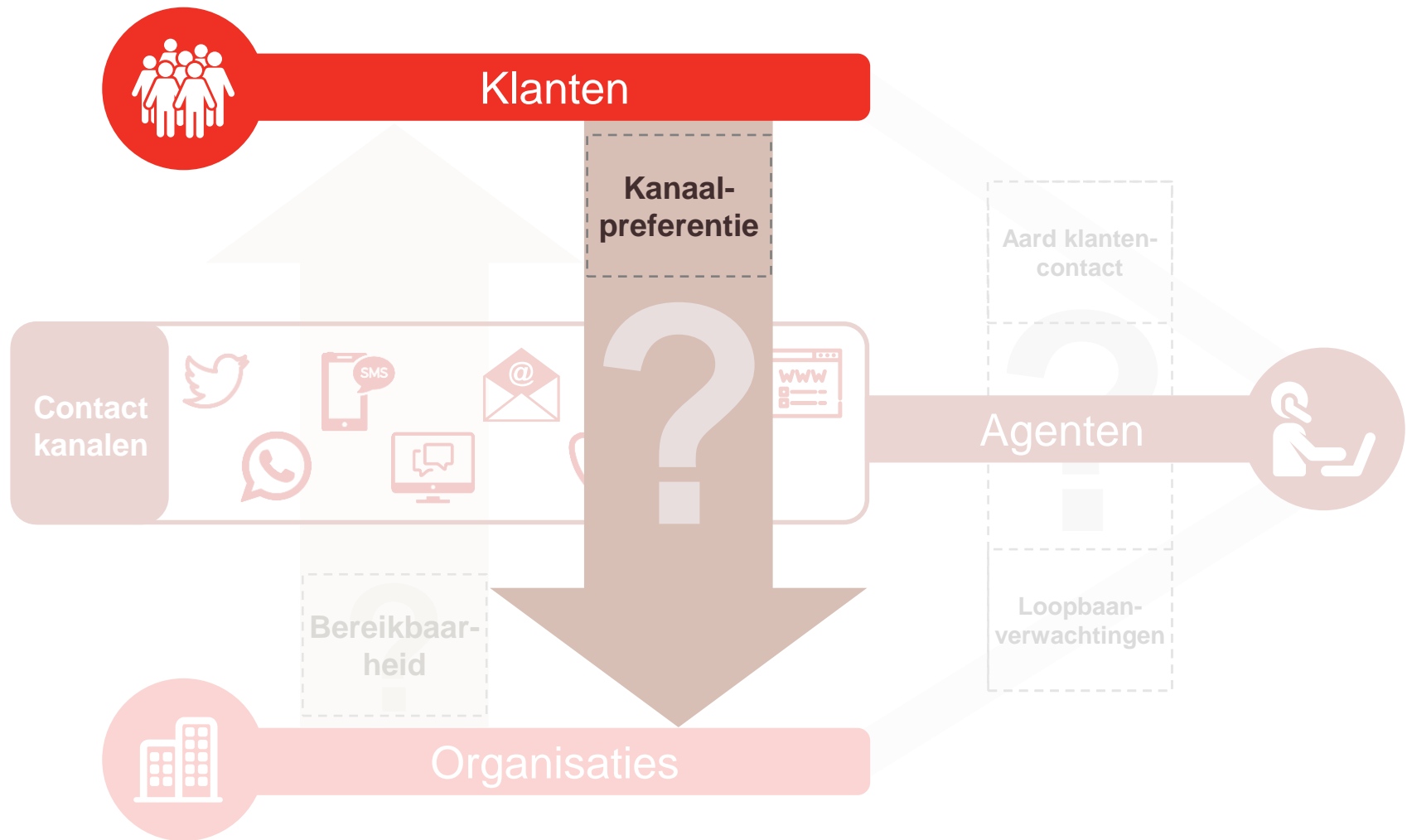


THoCC
RESEARCH
the house of contact centers

Johan Schockaert
David Gybels

29/08/2016





1.1 Kanaalpreferentie: het onderzoek

Doel



Inzicht krijgen in de kanaalvoorkeur

- In de verschillende fases van de 'customer journey'
- In verschillende sectoren

Methode



Kwantitatief onderzoek

- Steekproef: 1000 Belgen tussen 15-75 jaar bevraagd
- Online: vragenlijst 15 minuten
- Veldwerk: juni 2016

Analyse



Relatief aandeel contactcenter in kanalenmix

- Kanaalvoorkeur tijdens de 'Moments of Truth' in de Customer journey: marketing, sales, service
- Inzicht in de service levels

1.2 Onderzoeksopzet

	Doelstelling	Kanaalpreferentie en verwachte service levels in kaart brengen
	Doelgroep	<ul style="list-style-type: none">• Woonachtig te België• 16 tot 75 jaar
	Onderzoeksmethode	Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
	Oorsprong respondenten	Panel:  SSI [®] Survey Sampling
	Datum bevraging	3 tot 16 augustus 2016
	Aantal respondenten	n=1009
	Duurtijd vragenlijst	Ongeveer 15 min.

1.2 Onderzoeksopzet: methode van bevraging

Situaties

Moments of truth

1. **Marketing**
2. **Sales**
3. **Service**

23 sectoren

1. Auto
2. Online Aankoop
3. Winkelpunt
4. Klein Electro
5. Groot Electro
6. Pechverhelping
7. Financiële instellingen
8. Verzekeringen
9. Consumptiegoederen
10. Interimbureaus
11. Ontspanning
12. Pers
13. Tv & Radio
14. Ziekenfonds
15. Koerierservice
16. Telecom
17. Toerisme
18. Trein, Tram, Bus
19. Vliegtuigreizen
20. Energie
21. Overheidsdiensten
22. **Meubelsector**

Voorbeeld

Meubelsector

Marketing: U bent op zoek naar enkele accessoires voor de decoratie van uw woonkamer en wil weten of deze verkrijgbaar zijn.

Sales: U wil een aantal accessoires voor de decoratie van uw nieuwe woonkamer aanschaffen.

Service: U merkt dat er een onderdeel ontbreekt voor de montage van uw nieuwe boekenkast.

Vragen

Situatie

Contactkanalen



Voorkeurskanalen

Bij het contacteren van een organisatie in bovenstaande situatie, kiest u dan voor...

- *Fysiek contact / Contact via een afstandskanaal*

Als u uit volgende afstandskanalen moet kiezen bij het contacteren van een organisatie in bovenstaande situatie:

- Welk kanaal geniet dan uw voorkeur? *Eerste keuze*
- Welke kanaal zou u daarnaast het meest overwegen wanneer uw voorkeurskanaal niet beschikbaar is? *Tweede keuze*

Servicelevels

Na hoeveel dagen, uren, minuten of seconden zal u **aangenaam verrast** zijn dat u al een antwoord hebt gekregen via dat betreffende kanaal?

In bovenstaande situatie : na hoeveel dagen, uren, minuten of seconden zal u **geïrriteerd** zijn dat u **nog geen antwoord** hebt gekregen via dat betreffende kanaal?

1.4 Kanaalvoorkeur

Synthese over de 66 situaties (22 sectoren)

Bij het contacteren van een organisatie in bovenstaande situatie, kiest u dan voor...

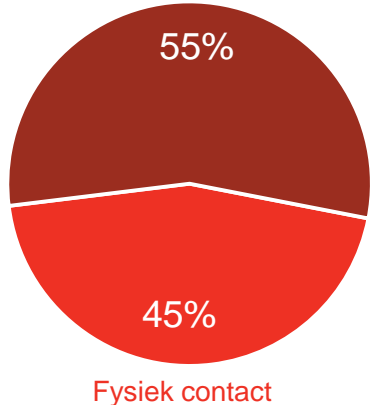
- o *Fysiek contact / Contact via een afstandskanaal*

Als u uit volgende afstandskanalen moet kiezen bij het contacteren van een organisatie in bovenstaande situatie:

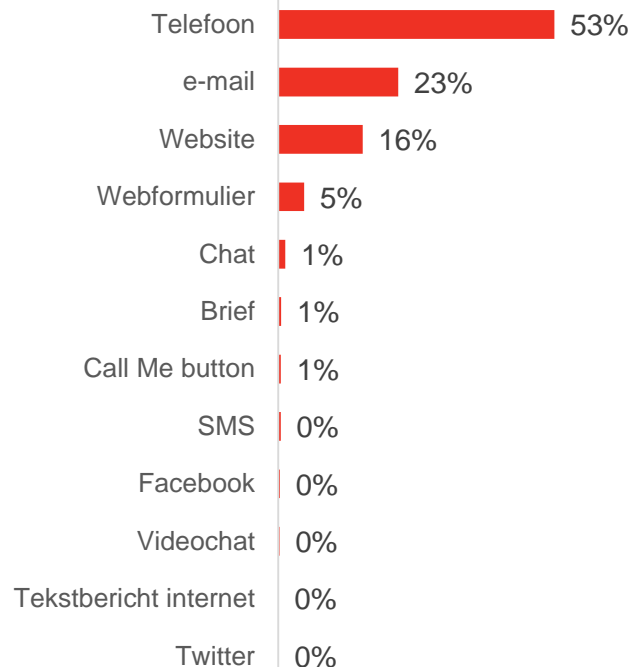
- o Welk kanaal geniet dan uw voorkeur? **Eerste keuze**
- o Welke kanaal zou u daarnaast het meest overwegen wanneer uw voorkeurskanaal niet beschikbaar is? **Tweede keuze**

Voorkeur fysiek- of afstandskanaal

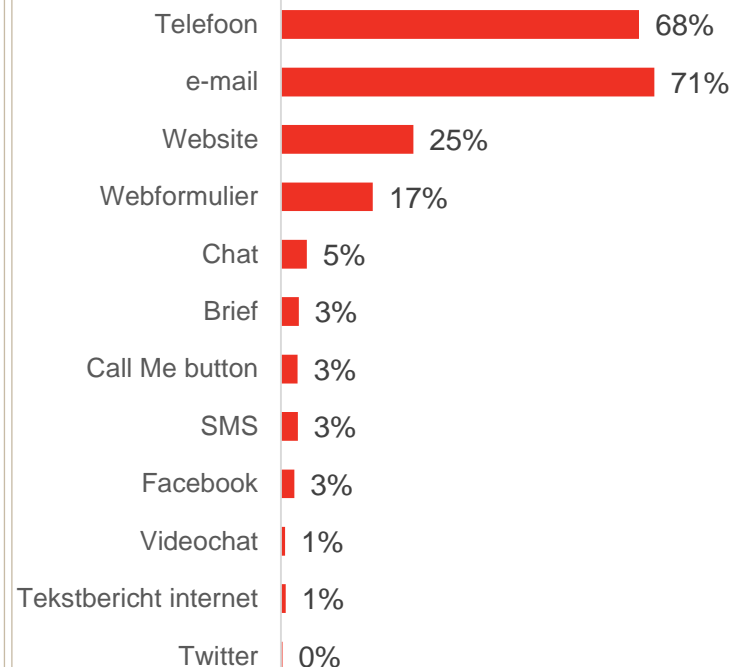
Contact via een afstandskanaal



1^e keuze afstandskanaal





1^e of 2^e keuze afstandskanaal



1.4 Top 5 situaties per voorkeurskanaal

	Fysiek	Telefonisch	Digitaal
1	U hebt een beslissing genomen en wil een nieuw toestel klein electro (bijvoorbeeld GPS, Laptop, Smartphone,...) aankopen. 78%	Er staat iets op uw telefoonfactuur dat niet klopt en u neemt verdere inlichtingen. 79%	U wil met vakantie gaan, maar hebt nog geen idee hoe of waarheen. U bent op zoek naar ideeën. 81%
2	U hebt een beslissing genomen welke verzekering u wil afsluiten en wenst deze nu ook af te sluiten. 78%	U wil weten wat de levertermijn is van uw nieuwe wagen. 78%	U wil voor het eerst een abonnement aanvragen voor een dag-, week- of maandblad en u vraagt zich af wat de promoties zijn. 80%
3	U hebt uw beslissing genomen en wil een nieuw toestel groot electro (bijvoorbeeld koelkast, wasmachine, oven,...) aankopen. 76%	U werkt via een interimkantoor en wil graag weten wanneer uw loon gestort wordt. 75%	U wil weten welke producten klein electro (bijvoorbeeld GPS, Laptop, Smartphone,...) er in aanbieding zijn alvorens een beslissing te nemen i.v.m. aankoop. 74%
4	U wil meer informatie krijgen over de opties en bijhorende prijzen van een wagen waarin u geïnteresseerd bent. 75%	U bent langtijdig ziek geweest en u moet met uw ziekenfonds heel wat zaken afhandelen om in orde te zijn. 74%	U wil bekijken met welke maatschappij u het goedkoopst kan vliegen voor uw volgende vakantie. 74%
5	U hebt een nieuw voertuig of nieuwe woning aangekocht die verzekerd moet worden. Er moet een afspraak gemaakt worden zodat er iemand langskomt om de verzekeringspremie vast te leggen. 73%	U wordt ziek en u moet uw vakantie annuleren. 74%	U wil een taalfout in een televisieprogramma melden. 73%

1.5 Service levels van de voorkeurskanalen

	Aangenaam verrast 	Geïrriteerd 	
Telefonisch contact	38,9	107,2	Sec.
SMS	2,5	11,6	Min.
Chat	4,6	13,9	Min.
Videochat	5,4	17	Min.
Facebook	1,3	2,5	Uren
Online tekstbericht	1,5	1,8	Uren
Twitter	1,5	2,2	Uren
'Call me'-button	1,9	9,9	Uren
E-mail	11,1	34,9	Uren
Web-form	11,3	33,9	Uren
Brief	2,7	5,3	Dagen

Na hoeveel dagen, uren, minuten of seconden zal u **aangenaam verrast** zijn dat u al een antwoord hebt gekregen via dat betreffende kanaal?

In bovenstaande situatie : na hoeveel dagen, uren, minuten of seconden zal u **geïrriteerd** zijn dat u nog geen antwoord hebt gekregen via dat betreffende kanaal?



2. Kanaalbereikbaarheid: het onderzoek

Doel



De theoretische bereikbaarheid van organisaties

- Telefonische openingsuren
- Aanwezigheid digitale kanalen

Methode



Nauwgezette inventarisatie van telefonische en digitale bereikbaarheid

- 23 verschillende sectoren
- 271 bedrijven en organisaties

Analyse



Bereikbaarheidsindex

- Rangschikking van meest tot minst bereikbaar
- Vergelijking vooral zinvol binnen sectoren

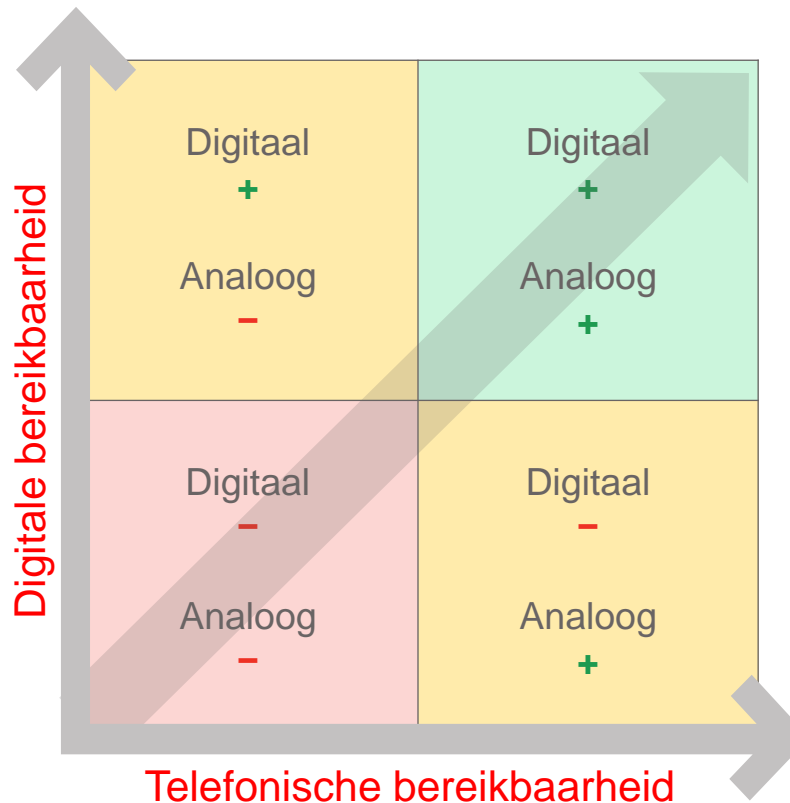
2.1 Bereikbaarheidsindex: berekening



Berekening index:

Online kanaal Gewicht

	E-mail	18,4%
	Webformulier	13,2%
	Chat	5,3%
	CallMe Button	3,7%
	SMS	3,7%
	Facebook	2,6%
	Videochat	2,6%
	WhatsApp	1,6%
	Twitter	1,6%
Totaal gewicht		52,7%



Berekening index:

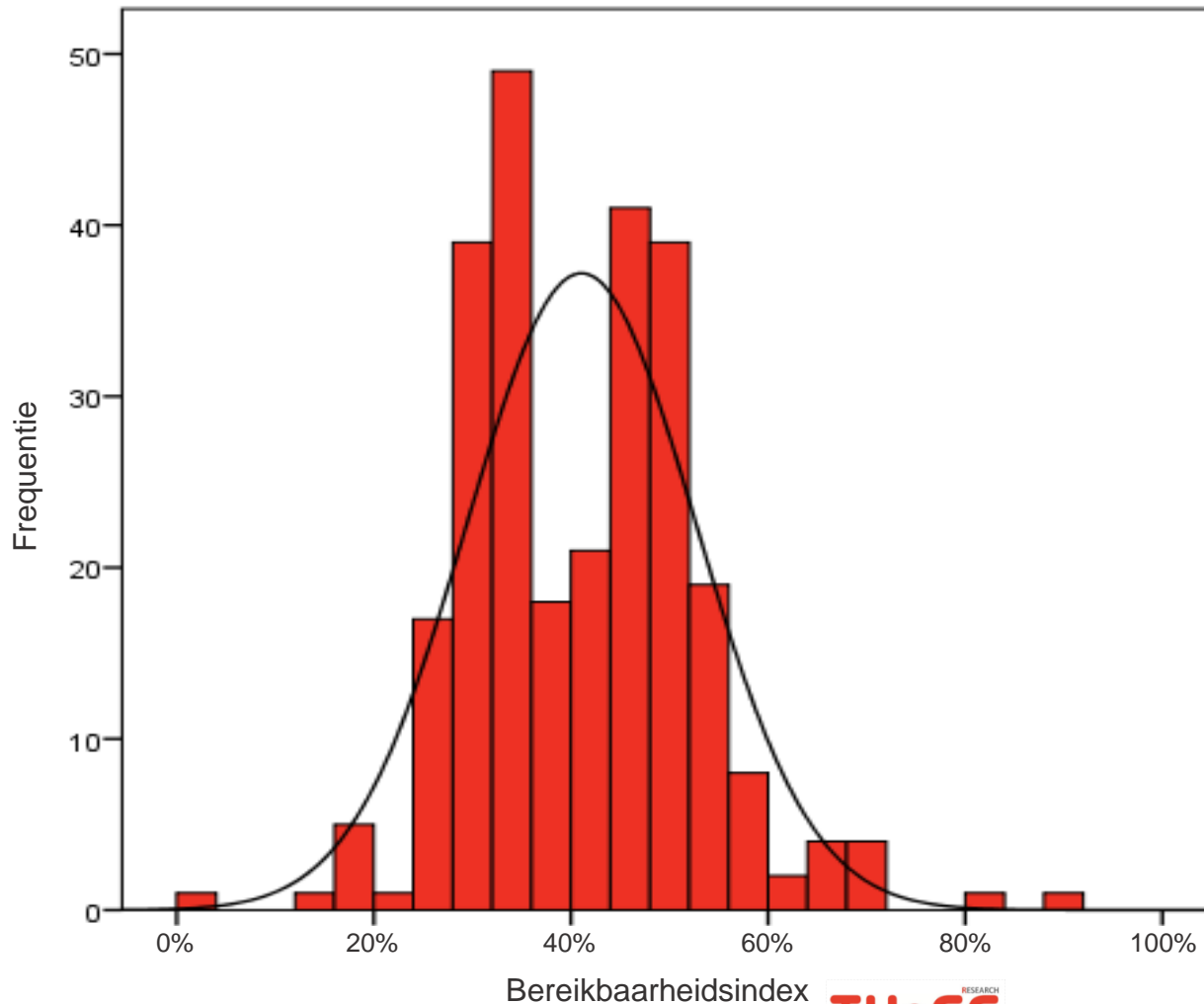
$$\% = \frac{\text{aantal uur bereikbaar}}{168 \text{ uur (24/7)}}$$

- Openingsuren weekdagen
- Middagpauze
- Kortere openingsuren op vrijdag
- Bereikbaarheid op zaterdag
- Bereikbaarheid op zondag

Totaal gewicht = 47,3%



2.1 Bereikbaarheidsindex: resultaten alle organisaties



Nationale bereikbaarheidsindex

(van 0 tot 100)

Gemiddelde score:

Totaal **46%**

(bereikbaarheidsscore berekend door combinatie telefonisch en digitaal bereikbaar)

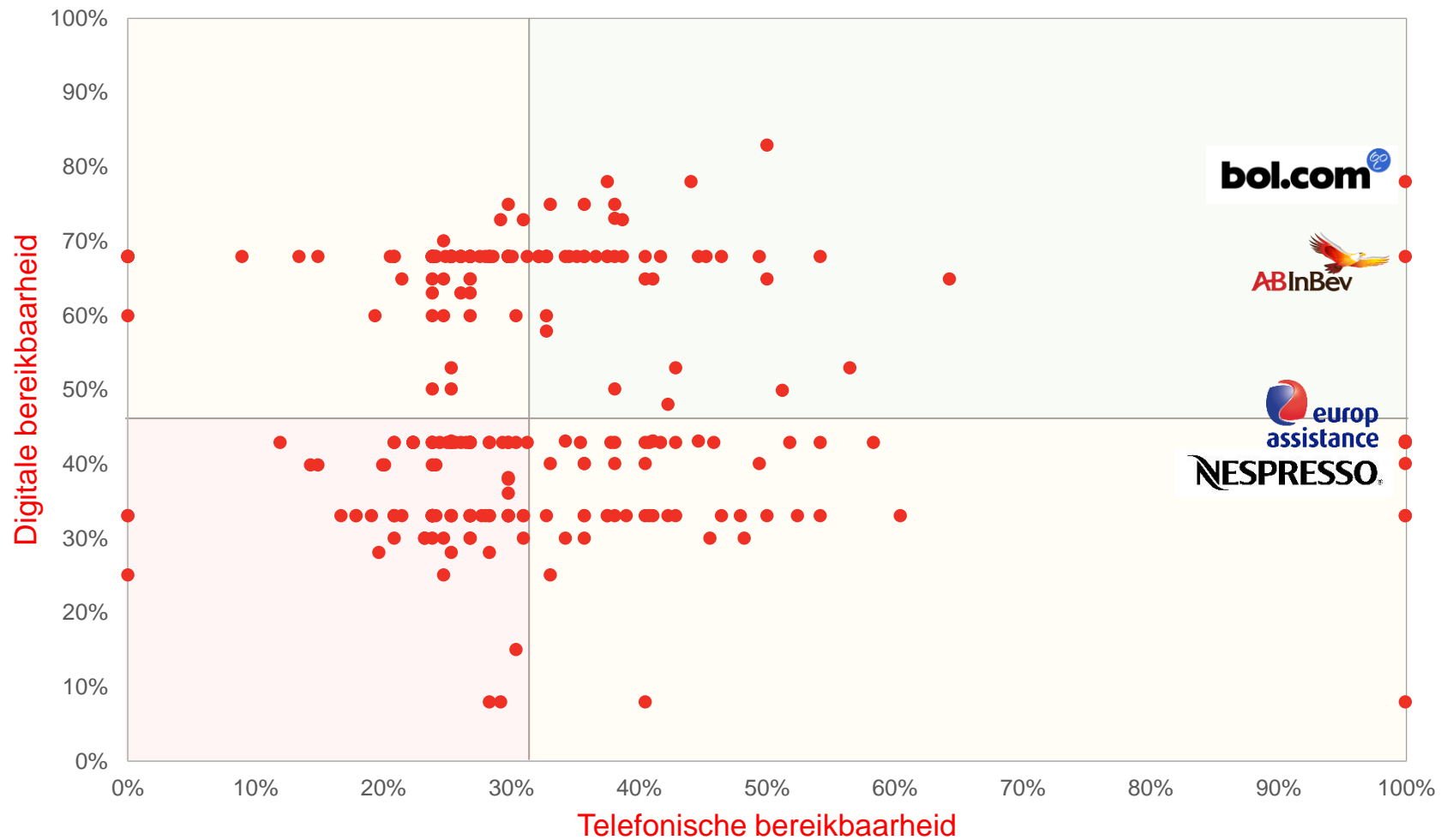
Telefonisch **32%**

(men is gemiddeld 32% van alle uren 24/7 bereikbaar)

Digitaal **59%**

(men heeft een gemiddelde score van 59% berekend o.b.v. de aanwezigheid van de digitale kanalen en de hierbij bijhorende gewichten)

2.1 Bereikbaarheidsindex: analoog versus digitaal



2.2 Analoge en digitale bereikbaarheid: banksector

