



Live Chat

Bereik optimale service en meer verkoop

Alex van Ginneken



Van dezelfde auteur:

- Internet marketing, Word online marktleider in uw branche
- E-mail marketing, Opzetten van succesvolle e-mail campagnes
- Zoekmachine Marketing, Meer bezoekers, meer klanten
- Affiliate marketing, Verkoop maximaliseren door partners
- Opzetten van een Webwinkel, De weg naar ultieme online aankoopervaring
- Eye tracking & Usability, Bereiken van ultieme bezoekerservaring
- Live Chat, Bereik optimale service en meer verkoop
- Online Franchisen, Versneld uitbreiden van uw online vestigingen
- Aanvragen van offertes, Bespaar geld en ergernis met een duidelijke offerte aanvraag
- Webteksten, Van bezoekers naar klanten
- CRM in uw Internet Marketing Strategie, Automatisch klantrelaties opbouwen
- Lanceren van Websites, Maximale aandacht door inzet van media
- Personal Branding, Ontwikkel uw online persoonlijkheid
- Google Adwords & Online Advertiseren, Slim en betaalbaar uw doelgroep bereiken
- Onmisbare Marketingbronnen, Websites, boeken, PODcasts en radio/tv-programma's
- Blauwdruk Internet Marketing Plan, Ontwikkel uw eigen internet marketing plan





“Meer Verkopen. Betere Support.”

F. Leegstra



Omslagontwerp: Caspar Hardholt, mediaCT, Groningen

Redactie: Edwin Dijkstra, mediaCT, Groningen

Vormgeving & Productie: SU©KS media & design, Leeuwarden

2008 eerste uitgave

GEGEVENS:

Ginneken van, Alex

Live Chat, Bereik optimale service en meer verkoop

www.deblauwedoos.nl

© **2008 De Blauwe Doos, Alex van Ginneken**

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, verkocht, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, het zij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j het Besluit van 20 juni 1974, St. b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St. b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient met de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, syllabi, readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden. Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.



Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	1
2.	Voor u start met Live Chat	4
3.	Voordelen van Live Chat.....	5
	Verkoop stimuleren	5
	Klantensupport verbeteren	6
	Voordelen van service en support via chat:.....	7
	Kosten verlagen	8
4.	Implementatie & gebruik van Live Chat	11
	Implementatie van Live Chat.....	11
	Implementatietraject	15
	Chatten met uw bezoeker	16
	Informatiestromen en Live Chat	19
	Zeven tips voor effectieve Live Chat	21
	Live Chat en Privacy.....	22
4.	Integreren van LiveChat met CRM	24
5.	Partner integratie	26
6.	Meetbaar maken van Live Chat.....	27
7.	Selecteren van een Live Chat systeem	28
8.	Investering.....	29
9.	Case Study	30
	CASE I: VOYS TELECOM.....	30
	CASE II: Huis & Hypotheek.....	32
	Case III: Delta Airlines.....	33
10.	Checklist	34



1. Inleiding

Uw klant wil geholpen worden. En wel direct! Speelt u hier op in, dan verhoogt u de klanttevredenheid. Dit zorgt voor loyaliteit en dus indirect voor nieuwe verkopen uit uw bestaande klanten. Klanten ervaren support via chat daarnaast erg prettig. Volgens eMarketer is 62% van de mensen meer tevreden met support via de chat dan de telefoon. Dit heeft drie oorzaken:

- Minder emotie (bijvoorbeeld bij zware klachten)
- Minder miscommunicatie (dialecten, verstaanbaarheid)
- Mogelijkheid om terug te lezen (niet noteren of onthouden)

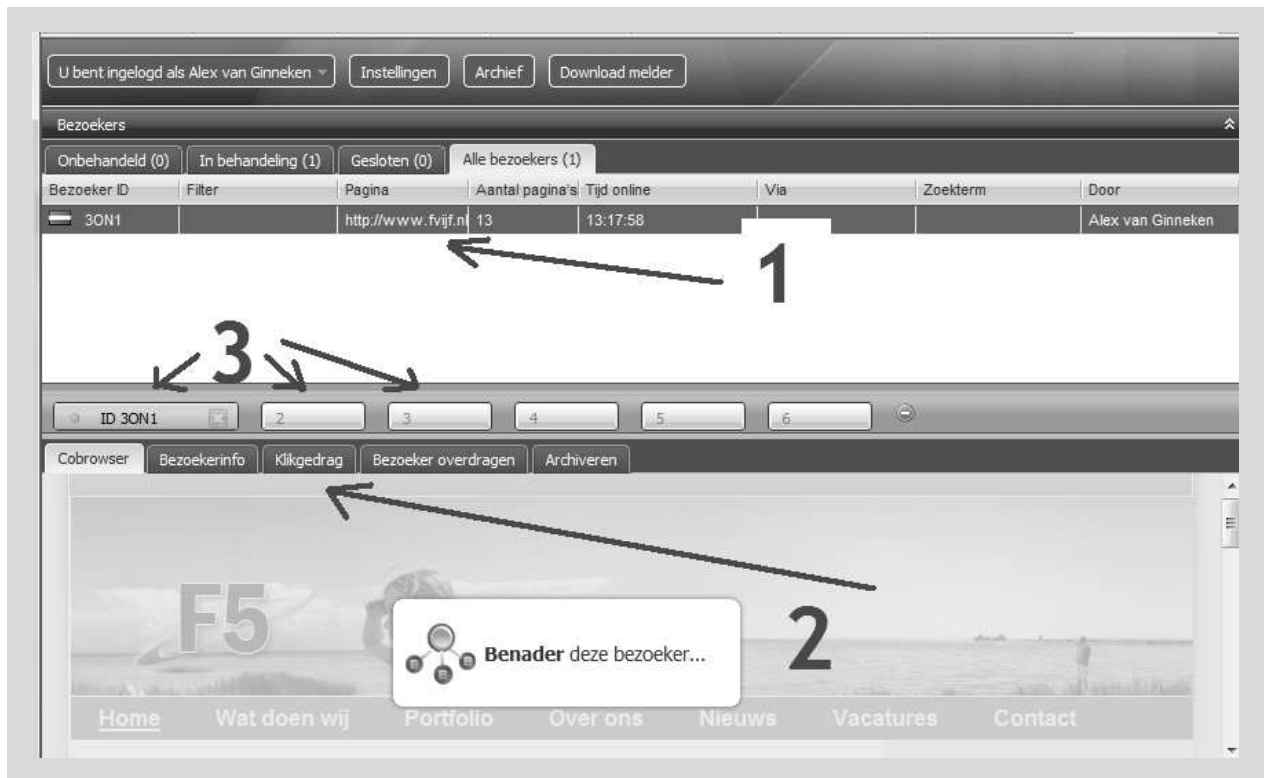
De chatbuttons, proactieve chats en chatbots worden met name ingezet om de support naar een bezoeker toe te verbeteren. Sommige websites gebruiken het ook om online sales te verhogen. Over het algemeen heeft een website veel afhakers in de bestel- of informatieaanvraagprocedure. Het percentage van 60% wordt vaak genoemd ¹. Voor veel eigenaren van websites en webshops zou dit (afhaak)moment hét moment moeten zijn om samen met de websitebezoekers de bestelling af te ronden. Deze optie biedt Live Chat.

Hoe werkt Live Chat?

Tijdens een bezoek aan een website (met Live Chat) kan een bezoeker op een knop drukken. Vervolgens komt bij medewerker (agent) een melding binnen dat er iemand is die graag wil chatten. De agent reageert daarop en de chat is gestart. Naast chatten is het soms ook mogelijk om voice-chat te gebruiken. Dit betekent dat er direct met elkaar gepraat kan worden. In het volgende figuur wordt duidelijk wat een agent ziet zodra er een bezoeker op de website komt.



¹ Volledige onderzoek uitgevoerd door Jungle Rating:
http://www.holistique.nl/downloads/Jungle_Rating_Webwinkel_Onderzoek_2006.pdf



Agent ziet één bezoeker in zijn Live Chat systeem

Toelichting op figuur:

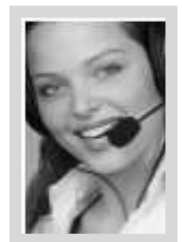
1. Bezoeker op de website van www.fvijf.nl. Deze bezoeker is inmiddels 13 uur en 17 minuten op de website. De agent kan op deze bezoeker klikken en ziet dan wat de bezoeker ziet (2).
2. De pagina die de bezoeker momenteel bekijkt is de Home pagina (te zien aan het streepje onder het woordje 'Home'). De agent kan meer informatie van de bezoeker opvragen door te klikken op bezoekerinfo of klikgedrag. De agent kan de bezoeker benaderen door te klikken op de grote knop met de tekst 'Benader deze bezoeker'. Als een agent hierop klikt, wordt er een chat gestart.
3. U ziet zes knoppen. Achter elke knop kan een chatsessie gestart worden en kan er geschakeld worden tussen diverse chatgesprekken.

Cobrowse

Bezoekers maken vaak gebruik van chat omdat zij hun weg kunnen vinden in een website. Via een goede Live Chat applicatie is het mogelijk voor agents om samen met de bezoeker te surfen over de website. Dit fenomeen wordt ook wel ‘cobrowse’ genoemd. Op deze manier kunt u samen informatie bekijken en formulieren invullen.

Reactieve en proactieve chats

Er zijn twee manieren van chatten. De meeste gebruikte variant is reactief. Dit betekent dat een bezoeker zelf een chat initieert en de agent hierop reageert. De tweede manier is een proactieve benadering. Dit houdt in dat er door een agent een chat gestart wordt. De bezoeker krijgt dan op zijn scherm een chatvenster te zien met daarin een vraag zoals ‘Kan ik u ergens mee helpen?’.



Chatbot

Steeds wordt er naast Live Chat ook gebruik gemaakt van een Chatbot. Een computer treedt daarbij als gesprekspartner op en voert intelligente dialogen met de gebruiker.

Chatbots vormen steeds vaker een eerste aanspreekpunt voor klanten. Niet alleen kunnen klanten vragen stellen, een chatbot kan ook worden ingezet als self service- of dialoogkanaal.

Chatbots bestaan er in een aantal verschillende varianten. De meest eenvoudige variant is een computerprogramma dat alleen reageert op een beperkte set commando's van een gebruiker. Maar complexe chatbots kunnen daadwerkelijk een dialoog aangaan met de gebruiker en dieper ingaan op verschillende problemen. De mate van complexiteit is afhankelijk van de mate van selfservice die een bedrijf wil bieden aan haar klanten. Op zowel chatbotoverzicht.nl als Chatbots.org is een actueel overzicht te vinden van chatbots van Nederlandse bodem.

2. Voor u start met Live Chat

Onderzoek eerst wat u concurrenten doen. Bekijk de websites en kijk of ze Live Chat aanbieden (en cobrowsing). Breng de volgende zaken in kaart:

- Hoeveel concurrenten bieden Live Chat aan? Bieden ze ook Cobrowsing aan?
- Is de chatfunctie gratis beschikbaar voor alle gebruikers? Of wordt dit alleen aangeboden aan leden of op bepaalde pagina's?
- Worden er ook documenten ter download aangeboden (of andere Multi-media)?
- Wordt er proactieve chat aangeboden? Op welke plekken en na hoeveel tijd op de website gebeurt dat?
- Hoe lang duren de chatsessies gemiddeld?
- Zijn de agents geïnformeerd en volledig met de informatie?
- Zijn er typefouten in de chatsessies?
- Wordt u doorgestuurd naar andere agents?
- Werkt de techniek goed bij de chatsessies (geen onderbrekingen)?

Door het bovenstaande te onderzoeken doet u ook gelijk 'klantervaring' op en ontdekt u hoe bezoekers/klanten hiernaar kijken.

Live Chat kan kostenbesparend werken. Bijvoorbeeld als u veel telefonisch contact hebt met uw klanten die om hulp vragen. Via Live Chat kunt u meerdere bezoekers tegelijkertijd helpen. Daarnaast is Live Chat bij uitstek een kanaal om sales te stimuleren.

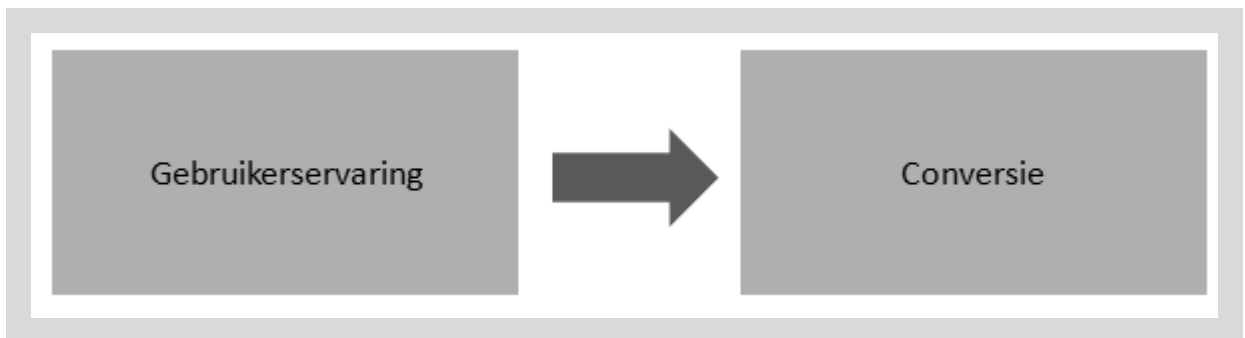
Meest gehoorde klacht

De meest gehoorde klacht van gebruikers van Live Chat is dat gebruikers niet tevreden zijn over het kennisniveau van de agents. Het beste Live Chat systeem maakt de inzet nog niet succesvol. Het succes hangt voor een groot deel af van de kennis de agent. Zorg dus dat uw agents goed zijn geïnformeerd over uw producten, diensten en bedrijf.

3. Voordelen van Live Chat

Verkoop stimuleren

Over het algemeen haakt 60% van website bezoekers af tijdens het bestelproces vanwege gebrek aan informatie. Via CoBrowser.net stelt u deze afhakers in de gelegenheid direct vragen te stellen via de Live Chat. Daarnaast volgt u uw bezoekers realtime en u kunt hen proactief benaderen. Op deze manier haken minder bezoekers af.



Een positieve gebruikerservaring leidt tot (hogere) conversie

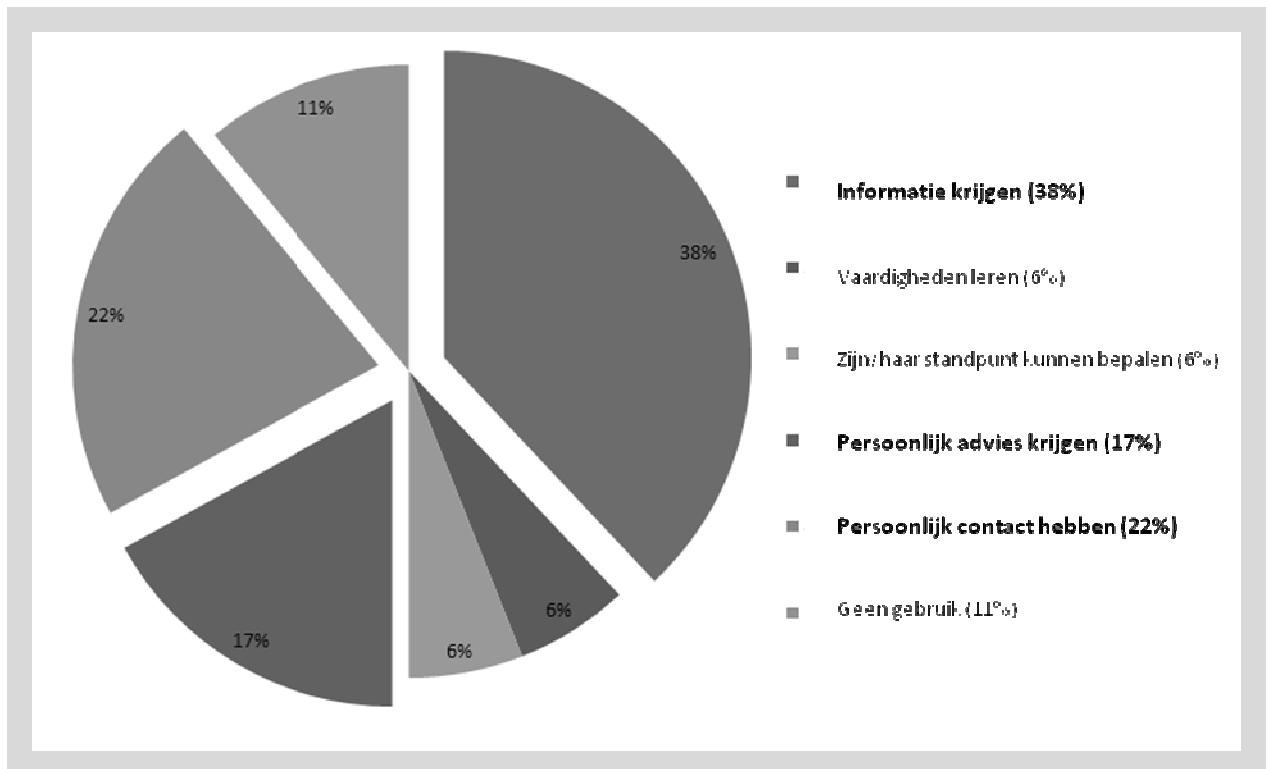
Verkopen via uw helpdesk

Het is tegenwoordig onmogelijk om klanten te bereiken via reclamemail. Wanneer u echter een support e-mail verstuurt, wordt 75% van de e-mail gelezen. De beste plaats om te verkopen is daarom bij de support (Point-of-support / POS). Uw klanten hebben namelijk al aandacht voor uw product. Via Live Chat benadert u uw bezoekers op het moment dat u support verleent.

Klantensupport verbeteren

Via de Live Chat kunnen uw website bezoekers contact met u opnemen. Bezoekers zien wanneer u beschikbaar bent voor een chat en kunnen u direct benaderen. Volgens eMarketer is 62% van de mensen meer tevreden met support via de chat dan de telefoon.

In het volgende figuur wordt duidelijk aan welke verschillende vormen van support een bezoeker behoefte heeft.



Voordelen van service en support via chat:

Minder emotie

Als een klant contact opneemt met uw supportafdeling, dan is de kans groot dat hij een probleem heeft. Vaak komt hier een emotie bij kijken: ergernis, frustratie, et cetera. Emotie kan vaak het supportproces belemmeren. Via de chat zijn deze emoties aanzienlijk minder dan bij telefonische support.

Minder miscommunicatie

Via de telefoon heeft een supportmedewerker vaak te maken met miscommunicatie. Dit kan komen door accenten of dialecten die moeilijk te verstaan zijn, of door verschillen in cultuur. Communicatie via de chat is duidelijk, helder en geeft minder miscommunicatie.

Mogelijkheid tot teruglezen

In tegenstelling tot support via de telefoon, kunt u support via de chat archiveren. Dit betekent dat u uw chats kunt teruglezen. Hieruit haalt u waardevolle informatie: waar liggen verbeterpunten, wie wacht nog op een vervolgactie etc. Ook houdt u eenvoudig statistieken bij: hoeveel website bezoekers hebben gebruik gemaakt van de chat, en hoeveel procent verkoopt u meer dankzij Live Chat.

Al deze bovengenoemde voordelen hebben als resultaat een hogere klanttevredenheid. In het volgende figuur staan alle voordelen nog eens op een rij.

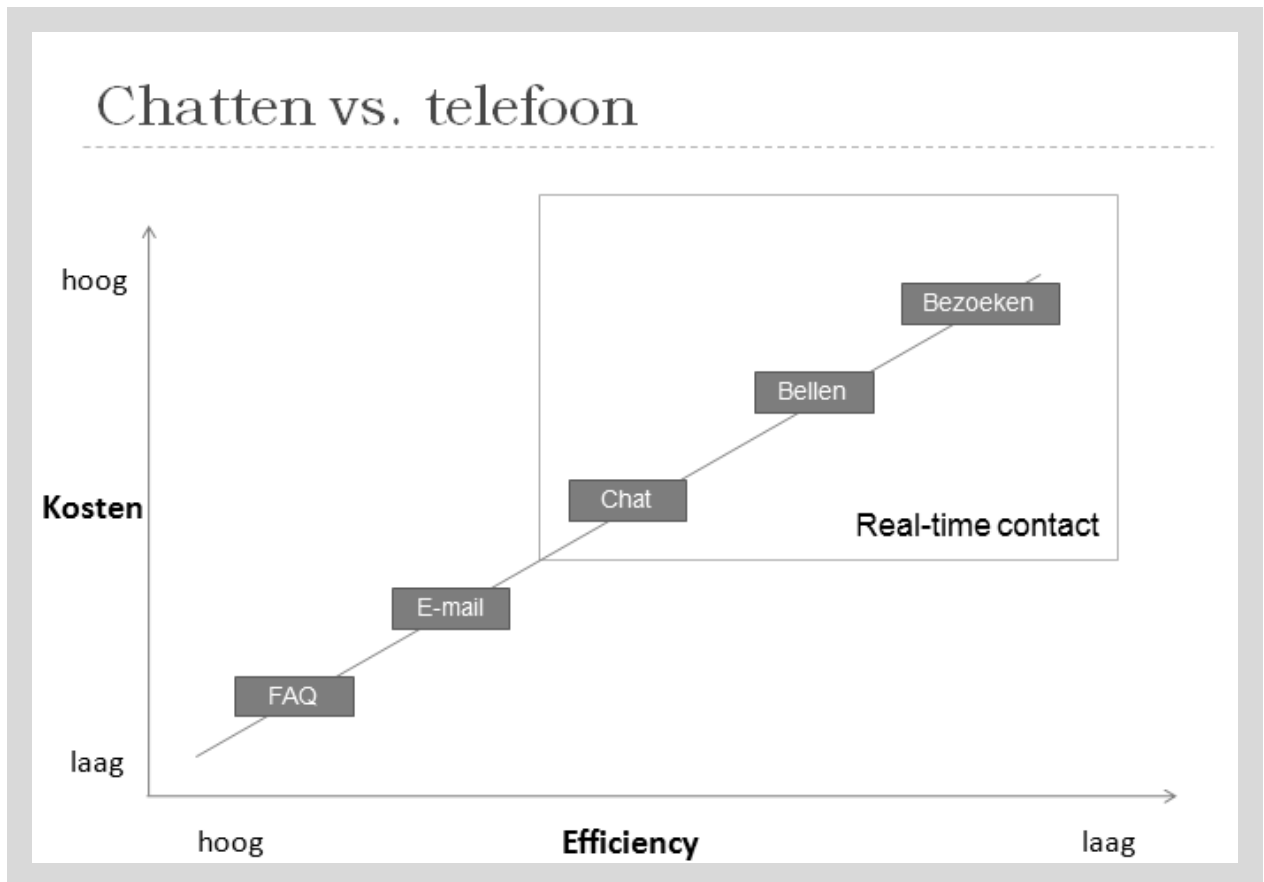
hogere klanttevredenheid

Direct	Realtime	Eenduidig
<ul style="list-style-type: none">- Bezoekers weten direct of er een agent beschikbaar is- Bezoekers hoeven niet te wachten op reactie- Problemen kunnen direct worden verholpen	<ul style="list-style-type: none">- Agents werken direct samen met bezoekers- Agents zien wat bezoekers zien- Agents kunnen het werk voor de bezoeker doen	<ul style="list-style-type: none">- Agents kunnen oude chats teruglezen om te leren- Agents kunnen gebruik maken van "standaard" antwoorden- Agents kunnen verwijzen naar documenten en FAQ's

Kosten verlagen

Live Chat is in te zetten als online customer support en klantenservice. Op deze manier helpt u uw klanten via uw website. Dit betekent dat u minder klanten via de telefoon hoeft te benaderen. U gebruikt de telefoon alleen nog voor intensieve gesprekken.

Meer chatten en minder bellen betekent minder kosten. Chatten is namelijk 70% goedkoper dan bellen (Forrester research). Zie ook het volgende figuur.



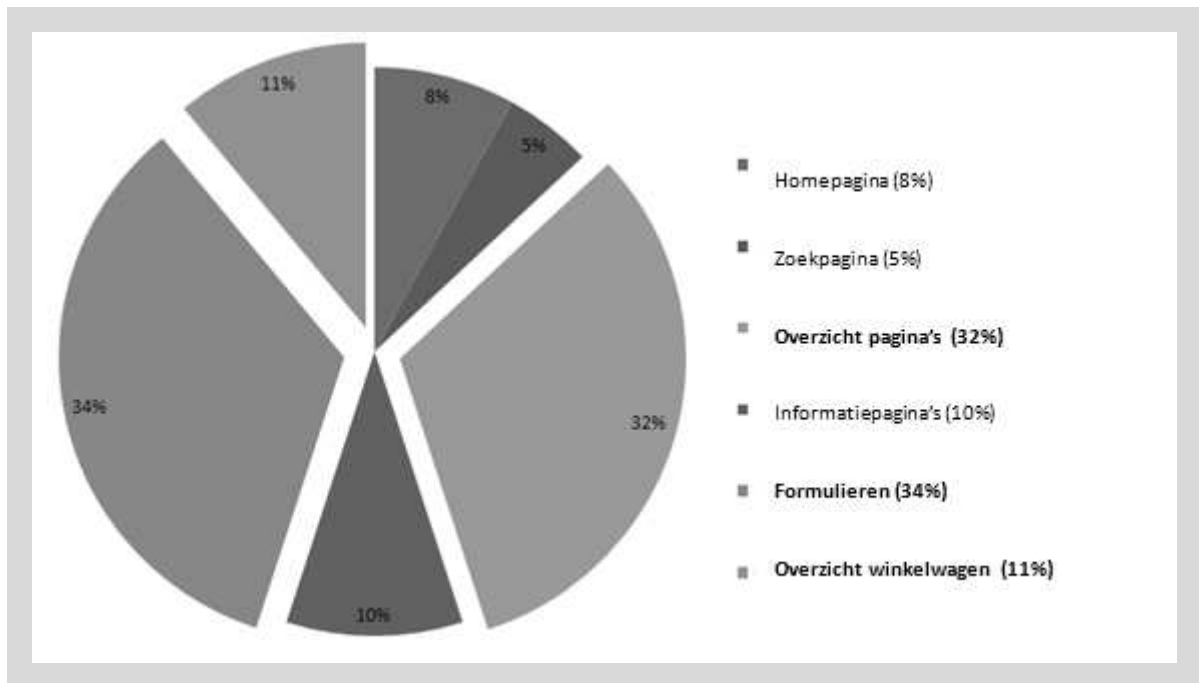
Laag kosten en efficiënt in real-time contact

Meerdere personen tegelijk behandelen

Via de telefoon behandelt u maar één klant tegelijk, terwijl u via chat drie tot vijf bezoekers tegelijk kunt behandelen. U kunt dus met minder supportmedewerkers een groter aantal bezoekers en klanten van dienst zijn.

Verschillende behoeften van support

Het moment dat bezoekers behoefte hebben aan support via chat verschilt per onderdeel binnen de website. In figuur 7 wordt duidelijk wanneer de behoefte het grootst is.



Verschillende behoefte in support

Zoals u ziet is de behoefte het grootst als het gaat om overzichten en formulieren.

De resultaten van het bovenstaande onderzoek komen voort uit diverse reiswebsites en webwinkels.

4. Implementatie & gebruik van Live Chat

Implementatie van Live Chat

Hoe moet het Chatvenster er uit zien?


Tijdens het onderzoek van Adrienne van Dijken heeft ze aan respondenten de vraag voorgelegd hoe het Chatvenster eruit moet zien op de website. 90% gaf als antwoord dat het chatvenster moest lijken op het MSN venster. Dit kwam het meest natuurlijk over. Door het chatvenster te laten lijken op die van MSN messenger wordt deze ook sneller begrepen door bezoekers.



Voorbeeld van een MSN-venster

Veel mensen geven overigens de voorkeur aan een verplaatsbaar chatvenster op de website. Houd hier rekening mee als u een dergelijke applicatie wilt inzetten.

Informatie-icoon

U kunt als u vermoed dat gebruikers niet begrijpen hoe het werkt een informatie-icoon plaatsen in het chatvenster. Een icoon kan als volgt uit zien: 

Als een bezoeker klikt op het icoon kan uitgelegd worden hoe het werkt en wat hij/zij hier mag verwachten.

Smileys

Uit het onderzoek kwam ook naar boven dat mensen het belangrijk vinden om smileys te kunnen gebruiken.

Smileys maken een gesprek al snel persoonlijker en voegt waarde toe aan de gebruikte zinnen.

Rechts ziet u bij de rode pijl de mogelijkheid om een smiley in te voegen. Sommige chatapplicaties vertalen de smileycodes (zoals: ;), :), :() direct in een icoontje. Hierdoor hoeven gebruikers dit niet apart aan te klikken. Het heeft de voorkeur dat dit zo werkt omdat mensen het in MSN en andere messenger services dit ook op deze manier gewend zijn.

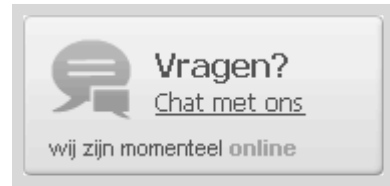


Foto

Veel mensen geven aan dat ze het prettig vinden om een foto te zien met wie ze chatten. Dit maakt het ook 'socialproof'. Deze foto kan worden getoond in het chat venster. U hoeft natuurlijk niet uw eigen foto te plaatsen (maar moet wel echt lijken!).

Wat is de juiste knop?

De juiste knop voor het aanbieden van Live Chat heeft de volgende eigenschappen:



1. Een niet-commerciële foto tonen van een persoon (geen stockfoto met een tandpasta smile)
2. Geeft de werkelijkheid weer (bv met een headset of handen op een toetsenbord)
3. Een support gerichte tekst (U heeft een vraag? Wij geven antwoord)

Beschikbaarheid

Wilt u Live Chat door uw hele website aanbieden, zorg dan dat de chatknop elke keer op dezelfde locatie zit. Dit kan als menu item (geeft een betrouwbaar gevoel) in een menu en als een knop (banner). Wij adviseren om de knop altijd op dezelfde plaats te tonen binnen de website.

The screenshot shows the Kuoni website interface. At the top left is the Kuoni logo with the tagline 'dé verre reizen specialist'. Below it is a navigation menu with items like 'Strandvakanties', 'Groepsreizen', 'Autoreizen', 'Vliegtickets', 'Cruises', 'Hotels', 'Autohuur', and 'Camperbuur'. A search bar is visible with the text 'Beds', 'Autoreizen', 'Mexico', and 'Mundo Maya'. On the left side, there is a vertical menu with 'Home', 'Onze bestemmingen', 'Onze brochures', 'Online boeken', 'Nieuwsbrief', 'Informatieplein', 'Werken bij Kuoni', 'Online support' (circled), and 'Incentives en groepsreizen'. The main content area features a search form for '8-daagse autoreis Mundo Maya' with fields for 'Arrangement', 'Van des tot des', 'Einde', 'Etr's', and 'Prijs/beschikbaarheid 1/m 31-03 vanaf 01-04'. Below this is a form to calculate the price, with a dropdown menu for 'Kamerbezetting' showing options like '2 volwassenen', '1 volwassene', '3 volwassenen', '1 volwassene, 1 kind', '2 volwassenen, 1 kind', '1 volwassene, 1 baby', '2 volwassenen, 1 baby', and '1 volwassene, 1 kind, 1 baby'. A 'Bereken prijs' button is at the bottom right of the form. On the right side, there are promotional banners for 'Uw Kuoni reis' and 'Uit onze brochure: Costa Rica & Mexico'. At the bottom right, there is a 'LIVE HELP' chat bubble with a woman's face and the text 'Questions? We're here to help if you need information' (circled).

Aanbieden van support op verschillende (maar vaste) plaatsen binnen de website

E-mail

U kunt ook een Live Chat knop toevoegen in uw e-mail nieuwsbrief. Dit kunt u doen naast een aanbieding die u in de e-mail doet.

Chat offline

Wanneer er geen agents beschikbaar zijn om chatgesprekken te voeren zijn er een aantal mogelijkheden wat u met de chatknop doet. Hier de mogelijkheden op een rij:

1. De knop wordt niet getoond
2. De knop wordt getoond met niet beschikbaar melding
3. De knop wordt getoond en toont na het klikken een chatvenster met de vraag om daar gegevens achter te laten zodat er later contact opgenomen kan worden
4. Dezelfde knop
5. Knop met melding offline en aangeven wanneer deze wel beschikbaar is (bijvoorbeeld bepaalde dagen en tijden)

Wij adviseren altijd om punt 3 of 5 toe te passen (of gecombineerd). Hiermee heeft u de meeste kans om als nog contact te krijgen met een potentiële klant.

Implementeren

Een goed Live Chat systeem is eenvoudig te implementeren door het toevoegen van enkele regels 'code'. In sommige gevallen kan de implementatie iets minder eenvoudig zijn doordat er gebruik gemaakt is van flashelementen in de website.



Bandbreedte

Indien u een 'hightraffic' (> 150.000 per maand) website heeft waarop u Live Chat wilt toepassen raad ik aan om te kijken of de Live Chat applicatie (vaak ergens anders gehost) al dit verkeer aan kan. Goede Live Chat applicaties doen namelijk ook aan 'datamining' om de

bezoekers en het gedrag te analyseren. Dit is een waardevolle functie maar kan als gevolg hebben dat als de Live Chat applicatie plotseling heel veel bezoekers krijgt, uw website traag wordt. Spreek dit daarom vooraf goed af met de leverancier. Investeer desnoods in een eigen server zodat de Live Chat applicatie geheel tot uw beschikking staat.

Implementatietraject

Voordat u Live Chat wilt inzetten, dient u het implementatietraject uit te stippelen. Hieronder vindt u een aantal stappen waar u rekening mee dient te houden. De aanpak verschilt uiteraard per leverancier.

Stap 1 - Bepaal uw doelstellingen

Bepaal van de doelstellingen voor de inzet van Live Chat. In eerste instantie ligt deze vraag bij u. Wat wilt u bereiken? Wat heeft u gezien bij de concurrentie? Enkele voorbeelden van doelen kunnen zijn: conversie verhogen, bezoekers op de website helpen of klantenservice verbeteren.

Stap 2 - Onderzoek uw website

Onderzoek of het gekozen Live Chat systeem zonder problemen in uw website kan worden geïmplementeerd. Analyseer de techniek en zorg dat u de statistieken kunt analyseren.

Stap 3 - Implementatie in uw website

In deze stap wordt de daadwerkelijke implementatie voltooid. Afhankelijk van de resultaten uit stap 2 en gemaakte afspraken wordt Live Chat geïmplementeerd. Dit kan de leverancier doen. Sommige leveranciers stellen u in staat om dit zelf te doen.

Stap 4 - Training

Na de implementatie dient u uw personeel op te leiden om met de applicatie te werken. Hierbij moet u denken aan een cursus om de techniek uit te leggen en een training in klantencontact.

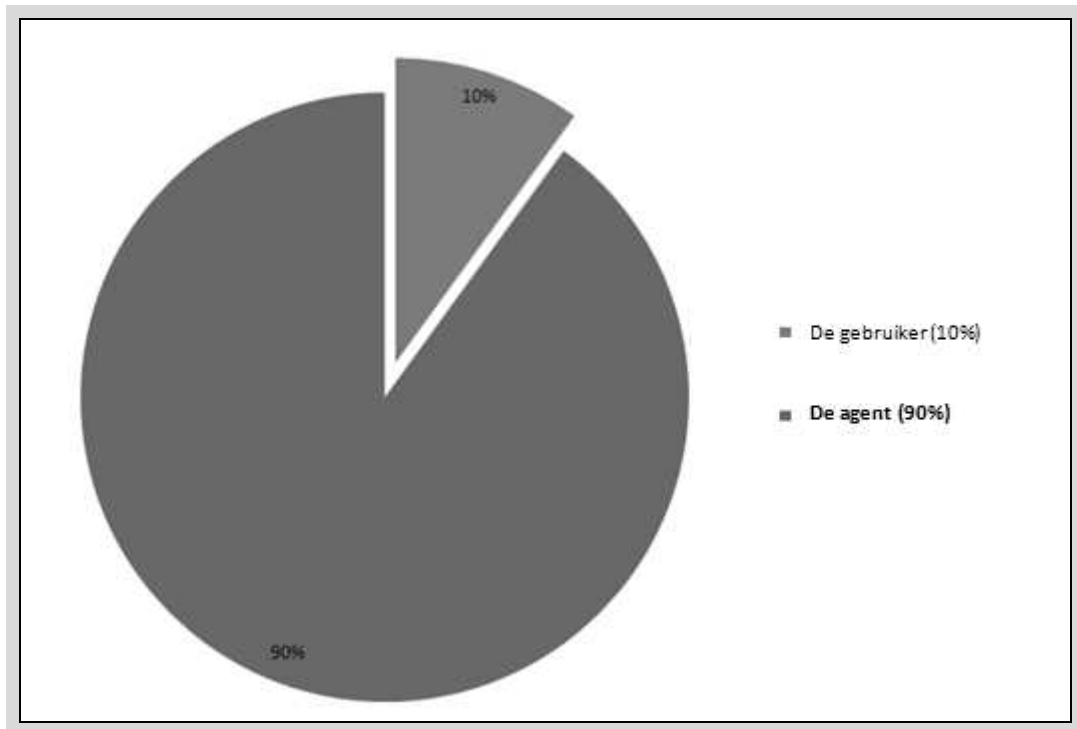
Stap 5 - analyse

Na een bepaalde periode analyseert u de chatgesprekken. Hoeveel bezoekers openen de chat? Wat zijn de reacties? Behaalt u meer sales door de chat? Behaalt u uw doelen?

Zorg dat u in kaart brengt op welke tijdstippen en dagen dat de bezoeker Live Chat gebruikt. Gebruik ook deze informatie om Live Chat effectiever in te zetten.

Chatten met uw bezoeker

Zodra een bezoeker op chatknop klikt en het chat scherm geopend wordt, kan er een gesprek gestart worden. Uit onderzoek blijkt dat 90% van de bezoekers verwacht dat de agent het gesprek start.



De bezoeker verwacht dat het gesprek wordt gestart door de agent

Het komt voor dat voordat het chatgesprek wordt gestart eerst gegevens van de gebruiker worden gevraagd in het chatvenster. Ik raad af om dit te doen. Het kan nuttig zijn in het gesprek, maar het is voor de bezoeker ook een drempel. Veel bezoekers haken hierdoor af.

Live Voice Chat & Video Chat

In dit boek ga ik nog heel erg uit van Live Chat en geen Live Voice Chat. Dit laatste is in opkomst Amerika. Binnen enkele jaren verwacht ik dat ook in Nederland en andere Europese landen veel gebruik gemaakt zal worden van Voice Chat.

Dit zelfde geldt voor Video Chat. Vaak wordt dan de agent live getoond aan de bezoeker door middel van een webcam. In Amerika zijn menig callcenter en de cubicles al ingericht op deze functionaliteit en wordt er op de achterwand van de agent een mooie afbeelding geplaatst.

Als u wel gaat werken met Live Voice Chat en Video Chat, kunt u voordat een chatsessie wordt opgestart aan de gebruiker vragen wat zijn voorkeur heeft. Aan de hand hiervan kan het gesprek worden gestart en de voorkeuren van de gebruiker opgeslagen.

Sales TIP!

Wanneer u bezoeker heeft geholpen in een Live Chat biedt hem aan het einde van het gesprek waardevolle informatie aan. Dit kan bijvoorbeeld een PDF (e-book) zijn die hij kan downloaden. De bezoeker denkt 'he, das aardig! Bedankt!'. Dit e-book kan dan gaan over verdiepende informatie die niet op de website te vinden is over uw diensten en producten. Een dergelijk eBook wordt vaak weer doorgestuurd binnen organisaties of zelfs uitgeprint! Extra kans om uzelf nog eens te promoten na een chatgesprek.

Tip voor de Agent

Om snel en efficiënt Live Chat te gebruiken is het aan te raden om gebruik te maken van een softwareprogramma zoals 'ShortKeys Lite'. Dit programma is gratis te downloaden en te installeren op elke computer (voor de MAC heet vergelijkbare software 'TextExpander').

Vervolgens kunnen er achter verschillende lettercombinaties complete teksten gekoppeld worden. Dit betekent dat als iemand het volgende typt: **:kvk** deze tekst wordt vervangen door: **01117626**

Door 4 letters in te typen wordt deze tekst automatisch vervangen door mijn KvK nummer. Een andere afkorting kan bijvoorbeeld zijn: **:ab** deze wordt dan vervangen door: **Alvast bedankt!**

Dit scheelt veel tijd en u kunt hiermee standaard teksten, zinnen of alinea's tekst in keer 'typen' door middel van enkele letter combinaties. Dit maakt het werken met Live Chat efficiënter en minder repeterend. In deze software kunnen er tot 3000 letter combinaties gemaakt.



ShortKeys Lite, eenvoudige tekst vervanger

U kunt deze software uiteraard ook inzetten voor algemeen PC gebruik. Het komt veel vaker voor dat u bepaalde zinnen vaker typt. Automatiseren!

Informatiestromen en Live Chat

In de meest ideale situatie stelt u alle mogelijke contactmogelijkheden beschikbaar voor uw bezoekers. De bezoeker kan zelf kiezen welk kanaal hij het gemakkelijkst vindt. De vraag is alleen of u voor elk vraagstuk wel elke contactmogelijkheid wil aanbieden.

Voorbeeld

Uw website heeft een 'selfservice' onderdeel waarmee bezoekers snel en efficiënt adreswijzigingen kunnen afhandelen. Aanvragen voor wijzigingen komen automatisch uw e-

mailsysteem of CRM systeem binnen en worden snel afgehandeld door uw software. Om kosten te besparen is het wenselijk om bezoekers die hun adres willen wijzigen zoveel mogelijk richting uw selfservice onderdeel te sturen.

Informatiestroom en live chat

Door na te denken over de plaatsing van bijvoorbeeld de chatknop of het telefoonnummer kunt u uw bezoekers sturen naar de contactmogelijkheid dat het meest geschikt is voor de situatie. In bovenstaand voorbeeld is het bijvoorbeeld niet aan te raden om een chatknop te plaatsen. U stimuleert bezoekers dan namelijk om contact te zoeken via chat, terwijl uw voorkeur uitgaat naar uw selfservice gedeelte en bezoekers zelfstandig de adres wijziging doorvoeren.

3 tips voor de ideale informatiestroom en live chat

1. Inventariseer welke informatiestromen het beste passen bij de verschillende services
2. Integreer een Live Chat applicatie met uw CMS (Content Management Systeem) om te bepalen op welke pagina's de chatknop zichtbaar is
3. Experimenteer en meet de resultaten

Zeven tips voor effectieve Live Chat

1. **Kies een betrouwbare Live Chat leverancier.** Kiest u voor een OpenSource of goedkope oplossing dan mist u de nodige support en loopt u wellicht tegen fouten aan. De meeste leveranciers kunnen u gratis of tegen een redelijke vergoeding een proefperiode aanbieden zodat u kennis kunt maken met de software.
2. **Plaats de Live Chat knop op een prominente plaats.** Zet de knop op een consistente plek zodat een bezoeker deze eenvoudig vinden. Dit is ook vriendelijk voor terugkerende bezoekers. Aanvullend kunt u de Live Chat knop ook plaatsen op ‘hotspots’ zoals inschrijfpagina of bij ‘actie’ plek (zoals bestellen). Hiermee verhoogt u de conversie op uw website.
3. **Pas het chatscherm aan de ‘look-and-feel’ van uw website.** Hiermee voorkomt u dat bezoekers gesprekken niet afbreken omdat ze denken dat het virus is of onbekende (hackers?!) software is. Een goede Live Chat leverancier helpt u bij het implementeren.
4. **Leid uw personeel op voordat ze gaan chatten.** Ze moeten weten met wat voor type bezoeker ze te maken hebben. Stel hiervoor een profiel op. Een agent moet ook kijken op welk tijdstip een chat wordt gestart en wat de beste manier is om met deze bezoeker te spreken. Een agent moet de individuele behoeften van een bezoeker begrijpen.
5. **Kijk in de statistieken op welke tijdstippen u het meeste bezoek heeft op uw website.** Zorg dat er op die tijdstippen ook daadwerkelijk agents zijn die de chats kunnen voeren. Als u niet de mensen heeft om op deze tijdstippen de Live Chat te bemannen kijk dan naar mogelijkheden om het uit te besteden. Dit kan namelijk, met een opleiding vooraf, ook door studenten worden gedaan of thuiswerkers. Er zijn zelfs ook bedrijven die dit kunnen verzorgen.
6. **Zorg voor alternatieve contactmogelijkheden.** Als de chat offline is dan kunt u daar een link naar een formulier plaatsen waar bezoekers informatie achter kunnen laten zodat er later contact opgenomen kan worden. U kunt daarbij ook aangeven op welke tijdstippen/dagen de chat weer (online) beschikbaar is.
7. **Motiveer uw bezoeker om te chatten.** Zeker tijdens spitsuren. U kunt in de voicemail van uw telefooncentrale ook inspreken dat ze de mogelijkheid hebben om te chatten via de website. Hiermee bespaart u kosten en is de klant sneller geholpen.

Live Chat en Privacy

De software van CoBrowser.net is een stap in de richting van het online klantcontact van de toekomst. En juist omdat het een 'nieuwe' manier van contact betreft, krijgen we regelmatig vragen van klanten over 'hoe het zit met de privacy van de gebruiker'. Vanaf het begin hebben wij bij de ontwikkeling van de software rekening gehouden met de privacy van de gebruiker.

Toestemming

Zo is het bijvoorbeeld zonder toestemming van de website bezoeker niet mogelijk om real-time de acties te beïnvloeden. Wanneer de bezoeker toestemming geeft, kunnen agents de bezoeker real-time volgen, navigeren en samen formulieren invullen. Om de veiligheid te waarborgen bij het invullen van formulieren, is het mogelijk in CoBrowser.net regels en beperkingen in te stellen. Op deze manier kan bijvoorbeeld worden voorkomen dat een Agent die een formulier van een gebruiker aan het invullen is, deze kan versturen of vertrouwelijke informatie kan zien. Bijvoorbeeld financiële informatie of creditcard gegevens.

Knoppen uitschakelen

Het is erg mooi dat een agent een bezoeker kan helpen bij het proces van het bestellen. Maar dit heeft ook een potentieel gevaar. Een agent zou daarmee in theorie op de bestelknop kunnen drukken. Hiermee heeft niet de bezoeker een bestelling gedaan, maar het bedrijf zelf. Om dit te voorkomen kan ingesteld worden dat agents op bepaalde knoppen niet kunnen klikken.

Chats opslaan

Als u ervoor kiest om uw chats op te slaan, dienen bezoekers die een chatgesprek aangaan hiervan op de hoogte te zijn. U dient dit bijvoorbeeld in de privacy statement van uw website op te nemen. Wij bieden uitgebreide mogelijkheden om aan de privacywensen van onze

klanten te voldoen. Zo kunnen we ervoor zorgen dat bijvoorbeeld chatgesprekken anoniem worden geanalyseerd. Ook kunnen we datum, tijd en ip-adres en e-mail adres weglaten uit de chatrapportages.

Met de cobrowsing (samen surfen) functie kan de bezoeker het gevoel hebben dat hij in de gaten wordt gehouden. Een agent kan precies zien op welke woorden de bezoeker heeft gezocht, welke pagina's hij heeft bekeken en hoe lang hij zich op de website bevindt. Over het algemeen wil de bezoeker niet met deze informatie worden geconfronteerd. Dit kan uw bezoeker afschrikken! U dient uw agents goed op te leiden in het omgaan met deze gegevens. Een goede agent gebruikt deze gegevens over het surfgedrag wel, maar confronteert de bezoeker er niet mee.

4. Integreren van LiveChat met CRM

Als Live Chat wordt ingezet om meer sales te genereren, dan dienen organisaties standaard de software te integreren in hun CRM systeem. De meeste Live Chat oplossingen zijn adhoc oplossingen en vaak stand-alone en daardoor niet of moeilijk te integreren. Niet alleen verhoogd door koppeling van Live Chat met een CRM systeem de efficiëntie van de chat, ook is zo de waarde te bepalen van de inzet van Live Chat.

Een goed Live Chat systeem kan integreren met in ieder geval de volgende CRM systemen:



SalesForce.com



crm.zoho.com



www.highrise.com (van 37 signals)



SugarCRM.com



Oracle CRM / Siebel

Hieronder volgen een tweetal voorbeelden waarbij de resultaten van de inzet van Live Chat in combinatie met uw CRM systeem meetbaar gemaakt wordt.

Voorbeeld I

Een bezoeker komt op een website, waar hij een verzekering wil afsluiten. Hierbij wil de bezoeker meer advies en start een Live Chat met het verzekeringsbedrijf. Na de chat verlaat de bezoeker de website om vervolgens een week later terug te komen en een verzekering af te sluiten. Dit betekent dat een product in combinatie met direct advies/service voor de daadwerkelijk sale heeft gezorgd. Om dit meetbaar te maken kan er door de Live Chat applicatie een cookie gezet worden en deze kan in de 'succespagina' (de betaling) gekoppeld worden aan de order. Op deze manier is te achterhalen bij hoeveel bestellingen er een chatsessie vooraf is gegaan.



Voorbeeld II

Chatsessies vormen het begin van een relatie en de chatsessies bevatten een goudmijn aan informatie.

Uit chatsessies kan worden gehaald welke informatie op een website ontbreekt, welke behoeften er zijn en gegevens als naam, e-mail adres of andere persoonlijke gegevens. Wanneer bijvoorbeeld een e-mail adres beschikbaar is of een naam, dan kan deze in een CRM systeem worden geplaatst als een 'contact'. Een goede Live Chat applicatie heeft de mogelijkheid om chat informatie te 'taggen' (of labelen) en kan vervolgens met één druk op de knop naar het CRM systeem worden gesynchroniseerd. Hiermee worden twee dingen bereikt:

1. verrijking en beheren van prospects
2. het meetbaar maken van Live Chat

De inzet van Live Chat is inmiddels breed geaccepteerd. Nu is het voor organisaties van belang de resultaten meetbaar te maken en de informatie te integreren in de bedrijfsprocessen.

5. Partner integratie

Door Live Chat implementaties te integreren met partners waarmee u samenwerkt kan Live Chat een nog grotere toegevoegde waarde leveren aan de bezoekers van uw website.

Dit is het beste uit te leggen aan de hand van een voorbeeld. Stel een Hogeschool wil de mensen (studenten, aankomende of oriënterende studenten) die op hun website komen zo goed mogelijk van dienst zijn. Zo kan het gebeuren dat er tijdens het chat gesprek zaken naar boven komen waar een Hogeschool geen direct antwoord op kan geven. Denk hierbij aan een vraag zoals 'Hoe zit met mijn studiefinanciering als ik mijn propedeuse niet op tijd haal?' Een dergelijke vraag kan dan beter beantwoord worden door het IBG. In dat geval zou het mooi zijn dat deze vraag direct kan worden doorgestuurd naar een medewerker van het IBG die vervolgens de vraag overneemt en het chatgesprek voortzet.

Dergelijke samen werkingen zou een Hogeschool aan kunnen gaan met partners zoals IBG, Belastingdienst, KvK of andere Hogescholen.

Dergelijke clustering van partners op een zelfde applicatie kan ook interessant zijn voor bedrijven. In de chatgesprekken kan er ook eenvoudig gebruik gemaakt worden van affiliate links. Dit betekent dat als uit een chatgesprek een transactie plaatsvindt op een andere website of webwinkel, dat hier ook aan verdiend kan worden.

6. Meetbaar maken van Live Chat

In het hoofdstuk Integreren van Live Chat met CRM is het meten van de resultaten van Live Chat al enigszins behandeld. Om de resultaten van Live Chat goed meetbaar te maken, dient dit te worden geïntegreerd in uw CMS (Content Management Systeem) en CRM systeem. Ook kunt u bijvoorbeeld Google Analytics koppelen aan een Live Chat verzoek. Op deze manier ziet u vanuit welke natuurlijke zoekresultaten of geadverteerde woorden (via bijvoorbeeld Google Adwords) er een chatsessie gestart is. Dit kunt u in Google Analytics definiëren als een conversiedoel.

Het is ook interessant om te meten wat een bezoeker na een chatsessie doet en hoeveel bezoekers na een chatsessie iets koopt. Ik raad aan om een chatsysteem te kiezen die minimaal de volgende 'tracking' mogelijkheden ondersteunt:

- Koppelen aan Google Analytics doelen
- Koppelen aan succespagina's
- Zetten van cookies bij een eerste chatgesprek

Bij elke online verkoop kan in het ordersysteem worden opgeslagen bij welke verkopen een chatgesprek vooraf is gegaan. Dit betekent dat u de inzet van Live Chat ook zult moeten afstemmen met uw order afhandelingssoftware, webwinkel leverancier of CRM systeem.

Weten wie uw bezoeker is

Bezoekers die vaker op uw website komen kunt u met Live Chat software al voordat u een chatgesprek start volgen. U ziet bijvoorbeeld of een collega al eerder met de bezoeker heeft gechat en kunt in dat geval ook eventueel direct de contactgegevens terugkijken. Op deze manier weet u al wie de bezoeker door herkenning uit een eerder gesprek.

7. Selecteren van een Live Chat systeem

Let bij het selecteren van een Live Chat systeem op de volgende zaken:

- Heeft de leverancier relevante referenties /cases?
- Is er mogelijkheid voor maatwerk?
- Zijn er integratiemogelijkheden voor CRM systemen?
- Is er ondersteuning om chatgesprekken onderling door te sturen?
- Biedt de software ondersteuning aan zowel het .ASP als het .PHP ² platform?
- Is er mogelijkheid voor het aanpassen van het chatscherm en de chatknop?
- Herkent de software terugkerende bezoekers?
- Bevat de software een archief met chats?
- Is het mogelijk om met de bezoeker samen te navigeren (cobrowse)?
- Is het mogelijk om filters in te stellen om alleen interessante bezoekers te benaderen?
- Is het mogelijk om de chatknop offline te halen, wanneer er geen agent actief is?
- Is het mogelijk om bezoekers pro-actief te benaderen?
- Ondersteunt het systeem meerdere talen voor internationale klanten/bezoekers?
- Werkt de software ook in HTTPS (beveiligde verbindingen)?
- Is het mogelijk een blacklist van woorden te maken die niet gebruikt mogen worden door de agents?

² .ASP en .PHP zijn scripttalen waarin websites ontwikkeld worden. Een Live Chat systeem moet beiden ondersteunen of in ieder geval die van uw website.

8. Investering

De investering in een Live Chat applicatie verschilt per leverancier. Toen in 2004 de eerste Live Chat software op de markt kwam waren de tariefstructuren ingewikkeld en vooral duur. Bij enkele partijen blijkt dit nog steeds zo te zijn. Ons advies is dan ook om goed de tarieven te vergelijken. Over het algemeen zijn de kosten als volgt opgebouwd:

1. Voorstudie hoe Live Chat optimaal ingericht kan worden
2. Implementatie fase
3. Opleiding en instructie
4. Evalueren en optimaliseren

Daarnaast wordt er vaak een abonnementsbedrag per maand gerekend. De kosten van dit abonnement hangt vaak af van het aantal bezoekers dat uw website heeft.

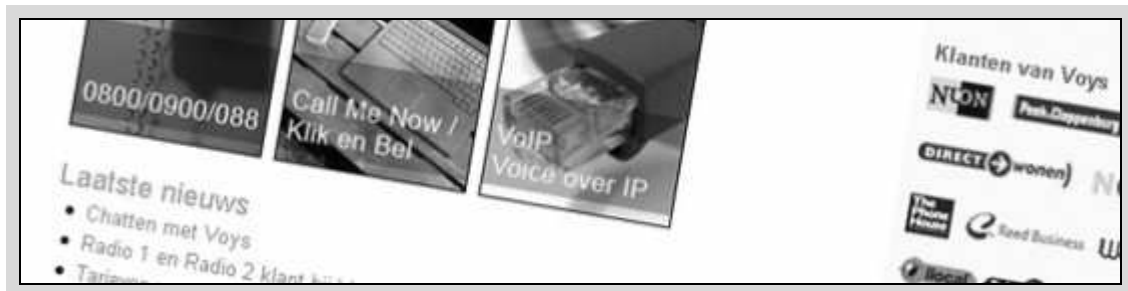
Testfase

Als u niet zeker bent of Live Chat iets voor uw website is raden wij aan om eerst een periode te testen. Hiervoor worden vaak alleen de uren gerekend (of een deel daarvan). Een testfase heeft namelijk alleen zin als de Live Chat optimaal is ingericht en u er ook personeel voor heeft die dit daadwerkelijk kan bedienen (Bv helpdesk, service afdeling of sales).

9. Case Study

CASE I: VOYS TELECOM

Voys Telecom is leverancier van innovatieve telecomdiensten. Zo bieden zij o.a. Call Me Now functionaliteiten, een online telefooncentrale en VoIP diensten. Voys gebruikt de Live Chat van CoBrowser.net om vragen van website bezoekers te beantwoorden. Maar ook wordt chat gecombineerd met cobrowsing om klanten op afstand te helpen.



Hulp op afstand

"We bezoeken klanten steeds minder vaak, omdat we CoBrowser.net kunnen gebruiken om instellingen samen met de klant te veranderen", legt Mark Vletter van Voys uit. "Wij nemen als het ware de browser van de klant over en kunnen zo, in combinatie met de Live Chat, efficiënt online assistentie bieden. Zo programmeren wij tegenwoordig door middel van cobrowsing bijvoorbeeld VoIP toestellen van klanten. Dit bespaart ons tijd en de klant heeft minder kosten. Een win-win situatie."



Bellen en chatten

"Voorheen konden mensen met vragen via de telefoon contact met ons opnemen. Nu kan dat ook via de chat. Regelmatig wordt ook gewisseld tussen een chat- en telefoongesprek. Soms is er namelijk tijdens een chatgesprek behoefte aan persoonlijk contact. Ook komt het voor dat in een telefoongesprek duidelijk wordt dat via CoBrowser.net hulp kan worden geboden."

Interessante mogelijkheden

Volgens Mark zijn bezoekers verbaast '**dat dit al mogelijk is**'. "Maar de reacties zijn positief. De combinatie van samen surfen en chatten wordt als '**erg handig bestempeld**'."

"Wij zijn erg enthousiast over CoBrowser.net. De eenvoudige implementatie en de combinatie van Live Chat en cobrowsing biedt veel mogelijkheden. Op dit moment zijn wij druk bezig met het integreren van de CoBrowser.net software in onze telecomdiensten. Niet alleen voor onszelf, maar ook voor onze klanten zien wij namelijk interessante mogelijkheden."

CASE II: Huis & Hypotheek

In 2006 ontwikkelden mijn vorige bedrijf de nieuwe website van Huis & Hypotheek.

Huis & Hypotheek is een franchise organisatie met meer dan 90 vestigingen door het hele land en gebruikte in de oude website nog geen Live Chat.



Na de inzet van Live Chat en de nieuwe website steeg het aantal afspraken met 17% per maand. Dit is in zeker in deze branche een mooi resultaat gezien de hoge competitie op het internet. Zeker als u weet dat voor dergelijke afspraken al snel meer dan 200 euro per stuk betaald wordt aan externe bureaus die afspraken regelen met potentiële klanten.

De resultaten van Live Chat binnen een halfjaar:

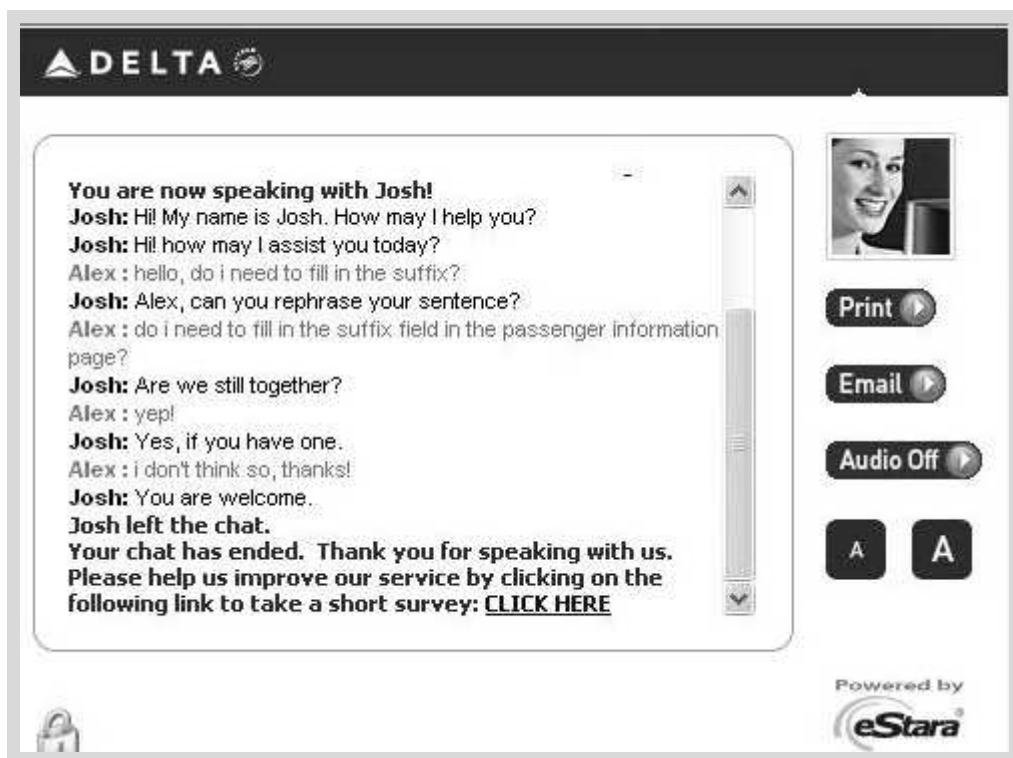
Resultaten inzet Live Chat bij Huis & Hypotheek

“Met de support chat bieden wij rechtstreeks persoonlijk en gericht advies aan onze website bezoekers, precies wanneer de interesse actueel is. Door de snelle communicatie- mogelijkheden is het aantal afspraken gestegen met 17% per maand. Opvallend is dat het aantal reguliere aanvragen via email en telefoon gelijk is gebleven. Met het nieuwe kanaal spreken we dus surfers aan die we voorheen niet bereikten.”

*Robbert Prins, Manager Marketing
Huis & Hypotheek Nederland*

Case III: Delta Airlines

In Amerika zijn bedrijven al een jaar of 4 actief met Live Chat op websites en is het daar inmiddels helemaal 'ingeburgerd'. Tijdens het boeken van een vlucht naar Miami twijfelde ik of ik bepaalde gegevens ook moest invullen. Toen de pagina inmiddels twee minuten openstond verscheen er op eens uit het niets een chatknop. Vervolgens werd er een chatsessie gestart. Het was vervolgens een optie om een naam in te vullen. Dit heb ik ook gedaan en ik kreeg contact met ene 'Josh'. Geheel vlekkeloos liep het gesprek niet zoals u kunt zien. Het mooie was dat ik aan het einde van het gesprek de mogelijkheid had om deel te nemen in een enquête. Slimme manier om meer input te krijgen!



Chatsessie met 'Josh' van Delta

Deze chatsoftware heeft ook de mogelijkheid om een audiogesprek te starten, het chatgesprek te mailen naar mijzelf (hebben ze weer een e-mail adres!) of de chat te printen.

10. Checklist

De checklist voordat u overgaat op aanschaf of implementatie van Live Chat:

- ✓ Doe onderzoek naar het gebruik van Live Chat van uw concurrenten
- ✓ Formuleer doelen
- ✓ Vraag enkele offertes van leveranciers op
- ✓ Kijk naar de mogelijkheden om chat te integreren in uw CRM systeem
- ✓ Laat een chatvenster en chat knoppen ontwerpen
- ✓ Leid uw agents op
- ✓ Analyseer de chats en stel verbeterpunten op
- ✓ Evalueer het gebruik regelmatig
- ✓ Heeft u een nieuwsbrief? Probeer Live Chat eens uit in uw nieuwsbrief.

