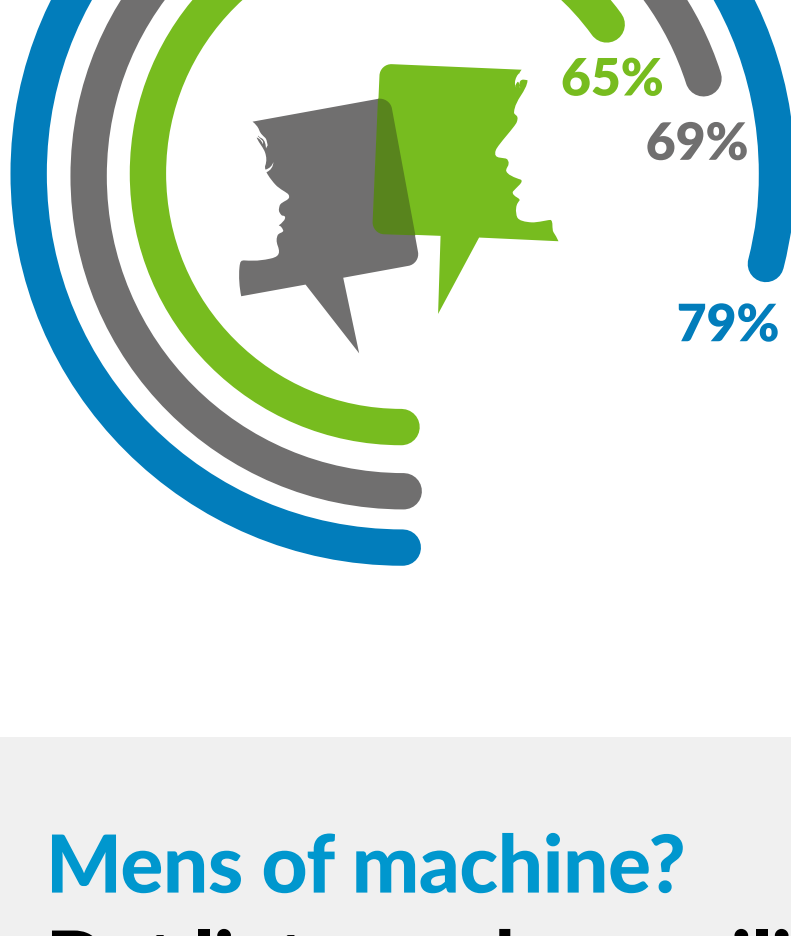


# Het digitale omslagpunt

Recent onderzoek naar klanttevredenheid in Nederland benadrukt de behoefte aan een goede balans tussen persoonlijke en digitale klantenservice

## Behoud het persoonlijk contact



79%

geeft de voorkeur aan het behouden van persoonlijk contact als onderdeel van klantenservice

69%

houdt er niet van als het telefoonnummer van een bedrijf niet op de website staat

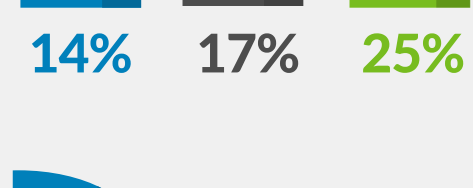
65%

denkt betere service te krijgen bij persoonlijk contact via telefoon of in de winkel

## Mens of machine?

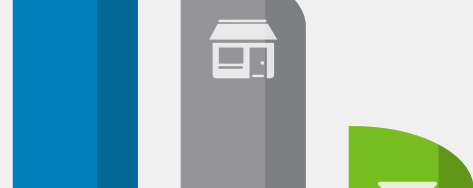
### Dat ligt aan de moeilijkheidsgraad

Voor een eenvoudige vraag



- belt
- gebruikt online selfservice
- logt in met een online account
- stuurt een e-mail of sms
- gaat naar de winkel

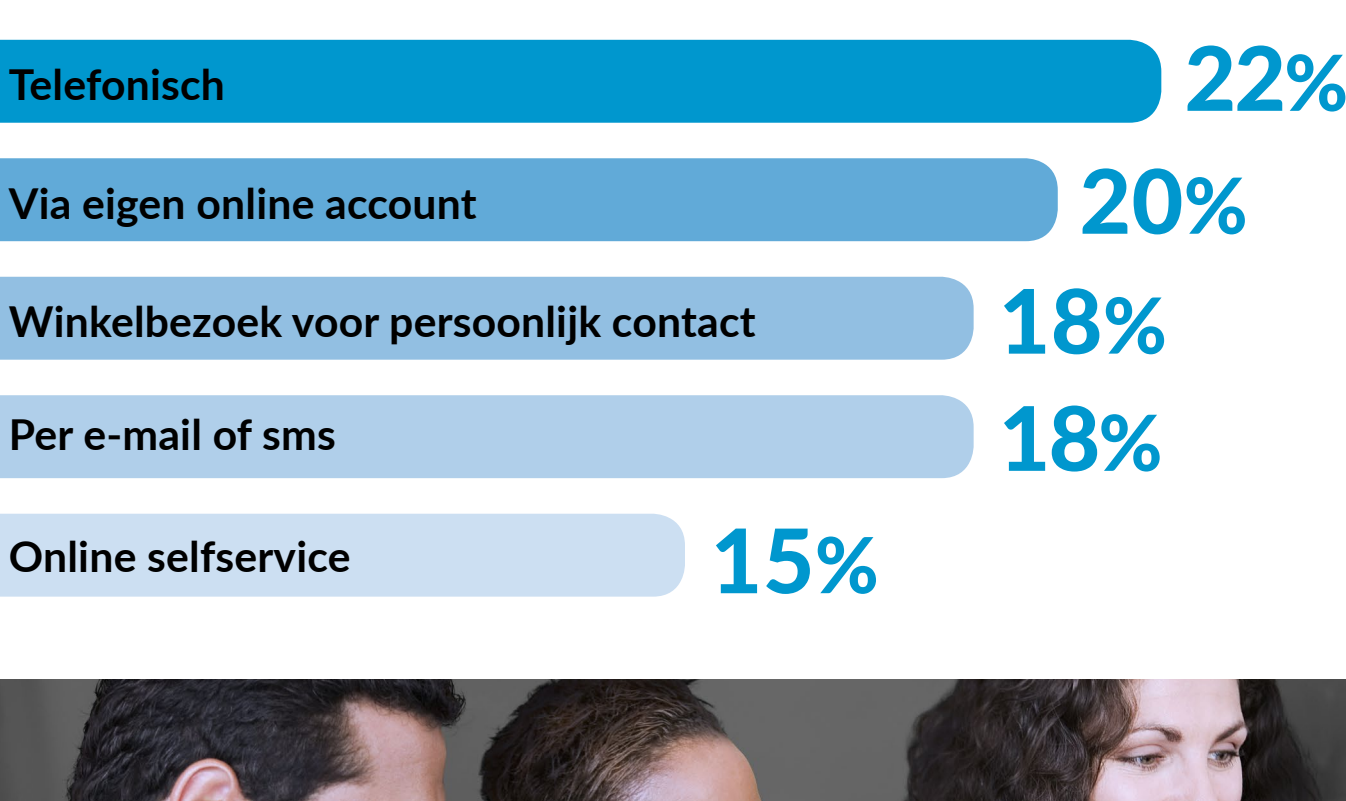
Voor een vrij complexe vraag



Voor een zeer ingewikkelde vraag



## Populairste manieren om contact op te nemen met de klantenservice van een organisatie



## Een persoonlijke aanpak stimuleert loyaliteit

Klanten die een goede ervaring overhouden aan persoonlijk of telefonisch contact tonen meer loyaliteit tegenover merken dan wanneer zij online worden geholpen. Zo is:

80%

vaker geneigd opnieuw een product of services af te nemen, zelfs als het niet de goedkoopste optie is

25%

vaker geneigd zich aan te melden voor een loyaliteitsprogramma

50%

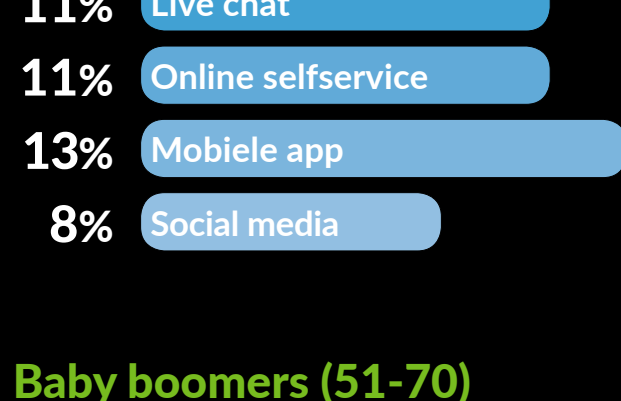
vaker geneigd een positieve beoordeling achter te laten

Verder blijkt dat 23% van de consumenten die online een goede service-ervaring hebben gehad vaker geneigd is niks te doen in vergelijking met consumenten die persoonlijk contact hadden.

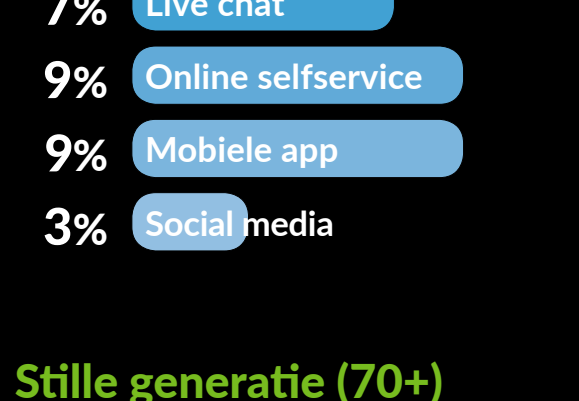
## Jongere generaties zijn je toekomstige klanten en stimuleren de overstap naar de digitale wereld

Consumenten willen dat organisaties de volgende kanalen toevoegen, per generatie:

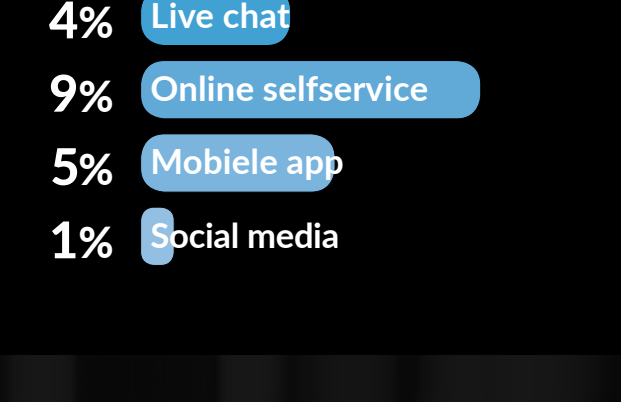
### Millennials (18-35)



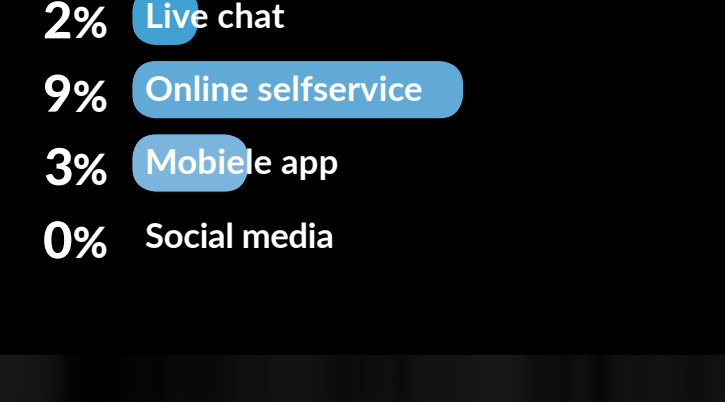
### Generatie X (36-50)



### Baby boomers (51-70)



### Stille generatie (70+)

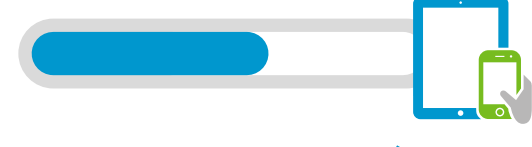


## Maar ook digitale kanalen vragen om een persoonlijke benadering



2/3 klanten

vinden het prettig als de service is afgestemd op hun behoeftes, dat is 21% meer dan vorig jaar



Meer dan de helft (54%)

geloofd dat online en mobiele klantenservice sneller en gebruiksvriendelijker moet kunnen, en beter aan zijn of haar behoeften moet voldoen.

## Let op: digitale consumenten haken eerder af

Over alle sectoren is 61% van de klanten al meer dan drie jaar klant bij dezelfde serviceprovider.

Maar niet alle klanten zijn hetzelfde:

Klanten met een voorkeur voor persoonlijk contact zijn loyaler

58% is al meer dan drie jaar klant bij dezelfde provider

Klanten met een voorkeur voor digitale kanalen zijn eerder geneigd te switchen

49% is al langer dan drie jaar klant bij dezelfde provider

## Transparantie blijft belangrijk voor wat betreft klantdata, ongeacht het kanaal



84% van de klanten

wil weten hoe veilig zijn persoonlijke gegevens zijn



82% van de klanten

wil weten of zijn gegevens worden doorgespeeld naar derden

Meer informatie vind je op:

<http://info.verint.com/het-digitale-omslagpunt>



### Over het onderzoek

Dit onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van Verint in samenwerking met Opinium Research LLP, een in het Verenigd Koninkrijk gevestigd onderzoeksbedrijf, en vond plaats tussen 23 juni en 20 juli 2016. Er werden 24.001 consumenten ondervraagd in de landen: Australië (2.000), Brazilië (2.000), India (2.000), Frankrijk (2.000), Duitsland (2.000), Japan (2.000), Mexico (2.000), Nederland (2.000), Nieuw-Zeeland (2.000), Zuid-Afrika (2.000), het Verenigd Koninkrijk (2.000) en de Verenigde Staten (2.000). Het onderzoek vond online plaats, in de lokale taal van ieder land, en de respondenten werden aangespoord om deel te nemen.

Verint. Powering Actionable Intelligence®

Verint® Systems Inc. (NASDAQ: VRNT) is een wereldwijd marktleider in Actionable Intelligence-oplossingen voor customer engagement optimization, security intelligence, en fraude, risico en compliance. Vandaag de dag maken meer dan 10.000 bedrijven in meer dan 180 landen gebruik van Verint-oplossingen om hun performance te verbeteren en de wereld veiliger te maken. Lees meer op [www.verint.com](http://www.verint.com).

[info.nl@verint.com](mailto:info.nl@verint.com) +31 (0)20 379 0352 [verint.com/ceo](http://verint.com/ceo) [blog.verint.com](http://blog.verint.com) [twitter.com/verint](https://twitter.com/verint) [facebook.com/verint](https://facebook.com/verint)

Onbevoegd gebruik, vermenigvuldiging of aanpassing van dit document, geheel of gedeeltelijk, zonder schriftelijke toestemming van Verint Systems Inc. is streng verboden. Met het verstrekken van dit document geeft Verint Systems Inc. geen verklaringen af over de juistheid of volledigheid van de inhoud ervan en behoudt zich het recht voor dit document te allen tijde zonder kennisgeving te wijzigen. Functies die in dit document vermeld staan, kunnen gewijzigd worden. Niet alle functies zijn in alle configuraties beschikbaar. Neem contact op met Verint voor de huidige producteigenschappen en -specificaties. Alle merken waarnaar in dit document wordt verwezen met het ® of TM symbool zijn gedeponeerde handelsmerken of handelsmerken van Verint Systems Inc. of een van zijn dochterbedrijven. Alle rechten voorbehouden. Alle andere merken zijn handelsmerken van hun respectieve eigenaren. © 2016 Verint Systems Inc. Alle rechten wereldwijd voorbehouden.