

Unexus:

Online communicatie moet behoefte en gemak van klant vervullen

Wie tien jaar geleden contact zocht met een corporatie had redelijk weinig te kiezen. Je kon langskomen op kantoor of bellen. Tegenwoordig zijn de mogelijkheden legio, met klantportalen, WhatsApp of gesprekken met robots als enkele nieuwe voorbeelden. Hoe ziet de communicatie van de corporatie van de toekomst eruit? Een gesprek met directeuren **Bert Boonstra** en **Wim Pullens** van communicatiespecialist **Unexus**.

Wat zijn volgens jullie de belangrijkste communicatietrends in de corporatiesector?

Er is corporaties veel aangelegen om het huurders naar hun zin te maken. De huidige ontwikkelingen op het gebied online communicatie bieden voor hen grote kansen. De 'consument' eist steeds meer de regie en voor de corporaties die dit aanbieden, is het belangrijk om goed te kijken welke nieuwe

communicatiemogelijkheden van toegevoegde waarde zijn. Corporaties worden hier steeds meer bewust van. Wij zien bijvoorbeeld een grote toename in inzet van kanalen als WhatsApp en webchat. Deze kunnen gebruikt worden als aanvulling of als vervanger van het klassieke telefoniekanaal. Sommige corporaties kiezen er bijvoorbeeld voor om niet de hele dag per telefoon bereikbaar te zijn, maar nog wel

per chatkanaal. Zelfs tot in de avond, waarbij medewerkers deze kanalen vanaf huis kunnen afhandelen. Op de langere termijn zien we daarbij ook een opmars van automatische afhandeling via chatbots.

Wat is jullie visie op efficiënte communicatie bij corporaties?

De essentie is dat klanten op een goede manier geholpen worden. De belangrijke criteria hierbij zijn de snelheid van beantwoorden, of dit in één keer gebeurt en of dit persoonlijk plaatsvindt. Het gebruik van best practices zien wij hierbij als vereiste. Hierdoor kan de inrichting snel worden gerealiseerd en worden corporaties op basis van ervaringen geadviseerd over wat wel en niet werkt. Zorg daarbij voor een geïntegreerde strategie waarbij – onafhankelijk van het gekozen kanaal – de medewerker altijd inzicht heeft in de eerdere contacten van de klant met de corporatie.

Hoe kijken jullie naar de digitalisering van communicatie?

Online is niet meer weg te denken uit de maatschappij. Dat is prima, mits de behoefte en het gemak van de klant vervuld worden. Daarnaast leert de ervaring dat persoonlijke aandacht en support altijd nodig zijn en zullen blijven. Voor sommigen is online geen optie en zul je deze klant toch moeten en willen helpen. Hiervoor blijft de telefoon het belangrijkste communicatiekanaal. De balans tussen digitaal en persoonlijk contact is dus erg belangrijk. Meer digitaal voor simpele zaken betekent vaak meer tijd voor persoonlijke aandacht, betere support bij complexere zaken en uiteindelijk een snellere afhandeling.

Jullie zien corporaties steeds meer kiezen voor een 'omnichannel': wat is dit precies?

Omnichannel betekent dat meerdere kanalen – zoals webchat, WhatsApp, Facebook, SMS en e-mail – door één geïntegreerd systeem wordt gerouteerd naar de juiste medewerker. Intelligente routing noemen wij dat. Zo kan de beschikbare capaciteit optimaal worden benut en kun je op piekmomenten bijschakelen of alternatieven aanbieden. Hierbij kun je denken aan automatisch laten terugbellen, andere kanalen bijschakelen die niet real time behandeld hoeven te worden en het aanpassen van openingstijden. Het voordeel is dat op basis van business rules opties aangeboden of geactiveerd worden en je daar gedetailleerde rapportages over krijgt. Zo zijn de processen te optimaliseren en worden medewerkers efficiënt ingezet.

Het gaat vaak over externe communicatie, maar wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen bij interne communicatie?

Interne communicatie gebeurt overwegend via telefoon, e-mail en chat. Om dit efficiënt te maken, is het belangrijk te weten wat de beschikbaarheid is van de collega's ongeacht waar ze zich bevinden. Als dit inzichtelijk is, kan het juiste kanaal worden gekozen. Tevens biedt deze oplossing de mogelijkheid bij een plotselinge piek – bijvoorbeeld bij wateroverlast na een storm – de klantenservice eenvoudig en snel bij te schakelen met extra medewerkers die bijvoorbeeld niet zijn ingeroosterd maar thuis wel beschikbaar zijn.

Is de cloud een vereiste voor 'moderne communicatie'?

Nee, maar het is wel een heel interessante optie. Allereerst wordt de corporatie ontzorgd door het afnemen van de communicatiedienst uit de cloud, waardoor ze zich kunnen richten op andere taken. Als de dienst vanuit de leveranciers-cloud wordt afgenomen, biedt dit ook meer kans op optimalisatie van de dienstverlening. Denk bijvoorbeeld aan het snel doorvoeren van updates waardoor nieuwe features direct beschikbaar zijn.

Hoe ondersteunen jullie woningcorporaties bij hun communicatie?

Unexus adviseert corporaties op het gebied van multichannel klantenservice op basis van haar kennis en ervaring binnen de branche. Belangrijk daarbij zijn ook de samenwerkingen die wij hebben met diversie ERP- en KCS-leveranciers binnen de sector. Daarnaast zorgen wij ervoor dat klanten die op onze oplossing overstappen vooraf goed worden getraind. Afhankelijk van de rol die iemand vervult, wordt een specifieke en praktische training gegeven, waardoor de overstap naadloos verloopt. Onze specialisten zijn daarna op de werkvloer aanwezig om waar nodig de gewenste nazorg te bieden.

Hoe zal communicatie bij corporaties de komende jaren zich ontwikkelen?

Een interessante nieuwe ontwikkeling is het gebruik van chatbots, waar Unexus ook al de eerste stappen mee heeft gezet. Op dit moment zijn de mogelijkheden nog beperkt omdat de vragen die in het KCC binnenkomen heel divers en specifiek aan bepaalde situaties zijn. Er is veel gecombineerde kennis nodig om deze vragen te beantwoorden. Op termijn zullen de mogelijkheden er zeker komen, en zal het gebruik van automatische afhandeling middels 'virtual agents' toenemen. Het is aannemelijk dat de simpele eerste lijn vragen prioriteit krijgen om dan met die opgedane ervaring te specialiseren. ■