



8 klantenservice KPI's die je moet meten.

Om de kwaliteit van je klantenservice te verbeteren.

Contents

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 1. | Introductie | 3 |
| 2. | Klant KPI's | 4 |
| | 2.1 Waarom is het belangrijk? | |
| | 2.2 Wat zijn Klant KPI's? | |
| | 2.3 Hoe gebruik je Klant KPI's? | |
| 3. | Operationele KPI's | 7 |
| | 3.1 Waarom is het belangrijk? | |
| | 3.2 Wat zijn Operationele KPI's? | |
| | 3.3 Hoe gebruik je Operationele KPI's? | |
| 4. | Conclusie | 11 |

1. Introductie

Goede klantenservice resulteert in een positieve klantervaring. De indruk die je klanten hebben, beïnvloedt hoe ze je merk zien. Uiteindelijk kan dit ook invloed hebben op je bedrijfsprestaties en je omzet. Geen wonder dat je je klantenservice wilt verbeteren. Verzamel data en inzichten van je klanten en van je klantenserviceteam om impact te maken. Wat zijn de werkelijke behoeften en voorkeuren van de klant? En hoe presteert het team op dit moment?

Om je diensten en producten verder te verbeteren, is klantenservice software handig. Het biedt niet alleen een efficiënte manier van werken voor je team, maar ook nieuwe mogelijkheden. Denk aan het creëren van een omnichannel servicejourney voor je klanten. Daarnaast maak je met klantenservice tools ook extra databronnen. Gebruik deze data om de juiste KPI's op te stellen. Niet alleen om de bedrijfsefficiëntie en -effectiviteit te optimaliseren, maar ook om de klantervaring te verbeteren. Wij delen 8 metrics om klantenservice te meten, verdeeld in Klant KPI's en Operationele KPI's.



2. Klant KPI's

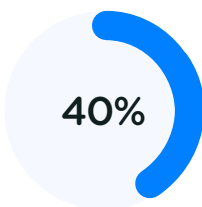
Bedrijven denken vaak aan het verbeteren van de operationele kant van klantenservice, maar vergeten soms het belangrijkste deel: de klanten. Focus op zowel klant- als bedrijfsdoelstellingen om de beste klantenserviceresultaten te bereiken.

Waarom is het belangrijk?

Laten we het eerst hebben over waarom Klant KPI's je zouden moeten interesseren. Nieuwe technologie of software is geen oplossing op zichzelf. Het is een enabler. Het maakt verbetering mogelijk. Toch moet je zelf de interactie met je klanten verbeteren. Klant KPI's geven inzicht in je huidige interacties en kunnen de basis vormen voor je verbeteringen. Een goede klantenservice kan je helpen om:



Te winnen van de concurrentie. Een goede klantervaring kan het verschil maken.



De omzet te verhogen. Meer dan 40% van de consumenten zou meer willen betalen voor een betere ervaring [\(PWC, 2018\)](#)



Aankoopbeslissingen te beïnvloeden. 73% van alle mensen ziet klantervaring als een belangrijke factor bij hun aankoopbeslissingen [\(PWC, 2018\)](#)

Wat zijn Klant KPI's?

Klant KPI's zijn meetbare metrics die gebruikt kunnen worden om prestaties te bepalen, met een focus op klantervaring. Deze KPI's geven aan of je voldoet aan de verwachtingen van de klant. Aangezien de verwachtingen voor elke klant anders zijn en voortdurend veranderen, is het essentieel om klantgegevens te analyseren. Verzamel data en feedback om te begrijpen wat je klanten echt willen.

De verwachtingen van klanten over service kunnen in principe worden onderverdeeld in drie categorieën [\(McKinsey, 2019\)](#):

1. Snelheid en gemak, waaronder responsiviteit, verwerkingstijd en op behoeften gebaseerde service.
2. Betrouwbaarheid en transparantie, gedefinieerd als beschikbaarheid, proactieve outreach en communicatie.
3. Interactie en behandeling, bestaande uit persoonlijke aandacht, empathie, duidelijkheid en vriendelijkheid. Maak het menselijk en persoonlijk.

Uit deze drie categorieën hebben we vier meetbare metrics afgeleid die kunnen worden gebruikt om de klantervaring te verbeteren: snelheid, beschikbaarheid, doeltreffendheid en vriendelijkheid. Wij laten je zien hoe je deze KPI's kunt berekenen én gebruiken.

Hoe gebruik je Klant KPI's?

De top 4 klant service KPI's:

Snelheid

Wanneer klanten een vraag hebben, verwachten ze direct antwoord. Bovendien ziet 75% van de klanten 'snelle reactietijden' als het belangrijkste kenmerk van een goede klantenservice ([SuperOffice, 2021](#)). Om verwachtingen te managen, kun je automatische antwoorden implementeren. Geef daarin een indicatie van wanneer je zult reageren. Of maak gebruik van een chatbot om veelgestelde vragen te beantwoorden.

Hoe kun je 'snelheid' meten?

De tijd tussen het moment dat een klant een vraag of een verzoek verstuurt en het moment dat het klantenserviceteam reageert, wordt 'responstijd' genoemd. Meet de responstijd om te weten hoe snel klanten worden geholpen.

Waar moet je naar streven?

Stel realistische doelen per kanaal. Klanten verwachten bijvoorbeeld een minder directe reactie via e-mail dan via live chat. Meet wat de huidige responstijden zijn en stel vervolgens doelen om te optimaliseren.

**Stel jezelf de volgende vragen:
Wat is de gemiddelde responstijd? Hoe verschilt dit per kanaal?**

Beschikbaarheid

Klanten verwachten een reactie, waar en wanneer ze ook zijn. Of het nu vroeg in de ochtend is of midden in de nacht, als ze een vraag hebben, willen ze antwoord. Zorg ervoor dat je klantenserviceteam beschikbaar en betrouwbaar is.

Hoe kun je 'beschikbaarheid' meten?

Meet de beschikbaarheid van je team en overtref de verwachtingen van je klanten. Houd voor deze KPI geen rekening met de beschikbaarheid van de chatbot. Focus op de effectieve beschikbaarheid van je medewerkers. Hoeveel verkeer wordt er afgehandeld tijdens de uren van de klantenservice? Gebruik je live chat als kanaal? Bereken de beschikbaarheid van de live chat. Hiervoor kun je 'dekking' en 'aanwezigheid' definiëren. Kijk naar hoeveel pageviews er tijdens openingstijden worden behandeld om 'dekking' te meten. Online aanwezigheid, zoals live chat beschikbaarheid, kan worden gemeten op basis van paginaweergaves met aanwezigheid van een medewerker via live chat.

Waar moet je naar streven?

Bepaal doelen voor je team, gebaseerd op je huidige prestaties. Kijk of 100% beschikbaarheid mogelijk is, of stel je doel bijvoorbeeld op 80%.

Effectiviteit

Elke klant wil effectief geholpen worden. Een snel antwoord, maar ook een antwoord dat uitgebreid genoeg is om verder te kunnen. Één van de frustraties van klanten is onnodig veel contact. Vermijd een pingpongspelletje met je klanten, maar probeer hun vragen zo duidelijk en grondig mogelijk te beantwoorden. Door Effectiviteit te meten, kunt je zien hoe effectief je klantenserviceteam is in het oplossen van problemen en het helpen van klanten gedurende de customer journey.

Hoe kun je 'effectiviteit' meten?

Effectiviteit is een relatieve KPI. Het is noodzakelijk te bepalen wat als effectief wordt beschouwd. Nadat je die norm hebt vastgesteld, kunt je berekeningen gaan maken, zoals een 'effectiviteitsrating'. Bereken de effectiviteitsratio door het aantal effectieve antwoorden te delen door het totale aantal antwoorden. Deel vervolgens dit percentage door het totaal aantal antwoorden. De score die je dan krijgt is je effectiviteitsbeoordeling.

Het percentage effectieve antwoorden

Totaal aantal antwoorden

Effectiviteits
beoordeling

Waar moet je naar streven?

Streef naar een zo hoog mogelijke doeltreffendheid om je effectiviteit te verhogen. Door normen te stellen, kun je spelen met welke beoordeling je doel moet zijn. Baseer je doel op je huidige data. Is je effectiviteitsbeoordeling op dit moment een 6,7? Dan zou een 8 een passend doel zijn.

Vriendelijkheid

Een persoonlijk antwoord van een vriendelijke klantvertegenwoordiger wordt door elke klant op prijs gesteld. Vergeet niet dat het klantenserviceteam een grote invloed heeft op hoe je merk wordt gezien. Wist je dat de meeste aankoopbeslissingen onbewust gebeuren? Een goede manier om het onbewuste te beïnvloeden, is door een geweldige klantervaring te bieden. Daarom is vriendelijkheid zo belangrijk.

Hoe kun je 'vriendelijkheid' meten?

Vriendelijkheid is geen vooraf gedefinieerde metric. Het hangt echt af van hoe klanten zich

voelen. Om dit te meten, kun je klanten vragen naar hun ervaring. Overweeg het gebruik van een enquête na het contact, waarin klanten hun interactie kunnen beoordelen. Of voeg simpelweg smileys toe in de chat, waarbij klanten de smiley kunnen kiezen die bij hun gevoel past.

Waar moet je naar streven?

Tevreden klanten is het uiteindelijke doel. Door vriendelijk te zijn, kunt je de klanttevredenheid positief beïnvloeden. Bepaal aan de hand van de manier van meten je concrete doelen. Denk aan het percentage 'blij smileys' bijvoorbeeld.

3. Operationele KPI's

De prioriteit van ieder klantenserviceteam zou 'tevreden klanten' moeten zijn. Echter, het bieden van een geweldige klantervaring is alleen mogelijk als de processen van je klantenserviceafdeling op orde zijn. Het optimaliseren van bedrijfsprocessen zal ook een positieve invloed hebben op de Klant KPI's. Stel Operationele KPI's op om het klantenserviceteam te helpen om nog beter te worden.

Waarom is het belangrijk?

Het verbeteren van je klantenserviceniveau is alleen mogelijk met een op elkaar afgestemd en gefocust team. Omdat de verwachtingen van klanten over 'goede service' voortdurend veranderen, moet elke klantenservicemanager ervoor zorgen dat het team voortdurend op één lijn zit en zich richt op de juiste KPI's. Het vaststellen van metrics kan helpen om potentiële knelpunten te ontdekken en op te lossen, en om je klantenservice daadwerkelijk te verbeteren.

Wat zijn Operationele KPI's?

Met Operationele KPI's meet je de efficiëntie en effectiviteit van je customer service en haar medewerkers. Deze metrics geven aan of je afdeling op een voldoende niveau functioneert om alle inkomende serviceverzoeken optimaal te behandelen.

Een goed presterende customer service afdeling:

- Is consistent in het leveren van kwaliteitsservice aan klanten
- Heeft een klantgerichte mentaliteit
- Is flexibel en reageert snel op veranderingen

Om de bovenstaande doelen te bereiken, kun je vier metrics bijhouden die kunnen worden gebruikt om de efficiëntie te meten en te verbeteren. Deze zijn: productiviteit, betrokkenheid, bijdrage en preventie.

Hoe gebruik je Operationele KPI's?

Laten we eens in de Operationele KPI's duiken.

Productiviteit

Het bijhouden van de productiviteit van het team is niks nieuws voor customer service managers. De reden is simpel: hoe productiever je team, hoe meer (potentiële) klanten in minder tijd kunnen worden geholpen. Verlaag de kosten door de productiviteit te verhogen. Vergeet niet dat niet alleen de kwantiteit, maar ook de kwaliteit van de service moet worden gemeten. Het leveren van kwaliteitsservice kan alleen worden bereikt met tevreden medewerkers.

Hoe kun je 'productiviteit' meten?

Het meten van productiviteit kan op verschillende manieren. Laten we de belangrijkste metrics belichten die top serviceorganisaties dagelijks gebruiken.

Conversatie metrics. Inclusief verschillende real-time metrics die een overzicht geven van de werklust van het team. Denk aan het totale gespreksvolume, het aantal gesprekken per klantenservicemedewerker, en de huidige open gesprekken of vragen.

Responstijd. Dit is de tijd tussen het moment dat het serviceverzoek wordt verstuurd en het moment dat de agent reageert. Een hoge responstijd geeft aan dat medewerkers sneller kunnen reageren op je klanten. Je kunt dit berekenen via 'tijd van eerste reactie - tijd van klantverzoek'. Deze KPI maakt ook deel uit van de Klant KPI's, aangezien dit de klantervaring sterk beïnvloedt.

Gemiddelde Oplostijd. Dit is de gemiddelde totale tijd die je team nodig heeft om één support ticket op te lossen. Dit is belangrijk, want hoe korter klanten wachten op de afhandeling van hun verzoek, hoe hoger je klanttevredenheid en de productiviteit van je medewerkers. Win-win!

Geluk van werknemers. Monitor voortdurend het geluk van je klantenserviceteam. Vraag regelmatig of je medewerkers het gevoel hebben dat ze gehoord worden en tevreden zijn met hun werk. Ook een laag verzuimratio en verloop zijn duidelijke indicatoren van een gelukkig team.



Conversatie metrics



Responstijd



Gemiddelde Oplostijd



Geluk van werknemers

Waar moet je naar streven?

Zoek de balans. Streef naar de hoogste productiviteit, terwijl je het team gelukkig houdt. Zorg ervoor dat je team niet overwerkt raakt. Ontevreden medewerkers hebben een enorme impact op de kwaliteit van je dienstverlening.

Betrokkenheid

Kwaliteit van klantenservice heeft ook te maken met de mate van bereikbaarheid van je afdeling. Als klanten je afdeling moeilijk kunnen bereiken, zal dat tot frustratie leiden. Om een goed inzicht te krijgen in je algehele klanttevredenheid en de kwaliteit van je dienstverlening, houd je bij welke behoefte je klanten hebben aan service.

Het is simpel: hoe toegankelijker je klantenservice is voor je klanten, hoe blijer de klanten en hoe meer gegevens er verzameld kunnen worden. Meer betrokkenheid zal leiden tot meer inzichten. Bovendien, als je klanten je niet kunnen bereiken, hoe weet je dan of ze tevreden zijn? Deze metrics richt zich op klantbetrokkenheid met je serviceafdeling.

Hoe kun je 'betrokkenheid' meten?

Kijk eens kritisch naar je website en controleer of het makkelijk is om contact op te nemen met Customer Service. Staat de supportpagina prominent in het menu of in de footer van de website? Heeft de supportpagina een goede positie in zoekmachines? Vermeld op je supportpagina duidelijk de manieren om contact op te nemen met je bedrijf. Om dit met gegevens te onderbouwen, kunt je bijhouden welk percentage van het totale websiteverkeer de customer service pagina bezoekt. Als dit percentage na verloop van tijd sterk daalt, is dat een duidelijke aanwijzing dat er iets mis is met je website. Hetzelfde geldt voor het percentage bezoekers van de supportpagina dat contact opneemt met je serviceafdeling.

Binnen een klantenservicetool kunt je de verhouding meten van Live Chat betrokkenheid. Vergelijk hoe vaak de Live Chat knop wordt getoond met hoe vaak een chat wordt gestart.

Waar moet je naar streven?

Streef naar een zo hoog mogelijke engagement ratio. Hoe gemakkelijker het voor je klanten is om contact op te nemen met je serviceafdeling, hoe nauwkeuriger je servicekwaliteit kan worden gemeten en geoptimaliseerd.

Bijdrage

Customer Service bestaat niet alleen om problemen en klachten op te lossen, maar je biedt je klanten ook een manier om algemene vragen te stellen. Bovendien kan de klantenservice twijfels van potentiële klanten wegnemen. Je klantenserviceteam kan een aanzienlijk direct effect hebben op je conversies. Houd het aantal (micro-)conversies bij dat voortvloeit uit gesprekken met je klanten.

Hoe kun je 'bijdrage' meten?

Het meten van de bijdrage van de klantenserviceafdeling op je winstgevendheid is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Zonder geavanceerde klantenservicesoftware

is het onmogelijk om de (micro-)conversies bij te houden die plaatsvinden als gevolg van een gesprek met een klantenservicemedewerker.

Zorg ervoor dat je serviceafdeling is aangesloten op je ordersysteem of maak gebruik van kwalitatieve rapportage mogelijkheden. Stel de juiste tracking in voor al je conversies. Of dat nu gaat om het kopen van een product, een digitale handtekening of het downloaden van een paper na contact. Verzamel je klantgegevens op één centrale plek, zoals een Customer Data Platform (CDP).

Wanneer iemand contact opneemt met je serviceteam, wordt deze info opgeslagen in het CDP. Als dezelfde persoon (of organisatie) vervolgens converteert, wordt dit zichtbaar in je rapportage. Met deze koppeling kunt je het aantal serviceverzoeken meten dat tot een conversie heeft geleid, maar ook andere relevante informatie voor je bedrijf, zoals de gemiddelde orderwaarde. Vergeet niet de kosten in de gaten te houden. Meet voortdurend de totale werkingskosten van het team en de kosten per gesprek. Bereken de kosten per gesprek door de totale kosten te delen door het totale aantal gesprekken.

Waar moet je naar streven?

Het meest voor de hand liggende doel is een zo hoog mogelijke brutowinst gegenereerd door je klantenserviceafdeling. Echter, niet ieder gesprek resulteert in een directe conversie, maar ieder gesprek kan resulteren in een hogere klanttevredenheid wat wel kan resulteren in conversies. Goede customer service software is noodzakelijk om de gegenereerde omzet van klantenservice te meten.

Preventie

De Preventie KPI vertelt je hoe je klantenserviceteam klachten helpt verminderen. Hoe je met klachten omgaat kan de klanttevredenheid aanzienlijk beïnvloeden. Het goed afhandelen van klachten helpt om een ontevreden klant om te zetten in een tevreden klant. Daarom is het belangrijk om deze metrics bij te houden. Maar hoe?

Hoe kun je 'preventie' meten?

Met goede customer service software kun je specifieke conversaties taggen. Houd het aantal klachten bij met een aangepaste tag. Op deze manier is het mogelijk om zowel het totale aantal klachten als het totale aantal opgeloste klachten te meten.

Een andere metric is de First Contact Resolution Rate (FCRR). Bij deze metric gaat het om het aantal gesprekken waarin het probleem van de klant met de eerste reactie wordt opgelost. Als je streeft naar een hoge FCRR, richt je je op het zo snel mogelijk oplossen van klachten. Je kunt de FCRR berekenen door het totale aantal supportkwesties dat bij het eerste contact wordt opgelost, te delen door het totale aantal gesprekken.

Natuurlijk kunnen niet alle vragen in het eerste antwoord worden opgelost. Soms maakt de klant een fout in zijn vraag, of is er extra support voor nodig. Door deze conversaties te taggen, houd je je gegevens schoon.

Waar moet je naar streven?

Dit is een lastige. Als je je medewerkers aanspoort om te focussen op een zo laag mogelijk aantal antwoorden, zullen ze gesprekken misschien voortijdig negeren of sluiten. Dit zal frustraties veroorzaken. Ze kunnen er ook voor kiezen om complexe kwesties minder vaak te behandelen. Dat heeft een negatieve invloed op de kwaliteit van je dienstverlening. Ook hier is balans het toverwoord.

4. Conclusie

Het opstellen van de juiste KPI's voor je customer service team zal focus geven en de prestaties verbeteren. Denk zowel aan Klant KPI's als aan Operationele KPI's. Een goede set van KPI's is als de Poolster. Het wijst de klantenservice medewerkers in de juiste richting. Bovendien heeft een goede klantenservice een positieve invloed op de klantervaring. Tevreden klanten kunnen veranderen in loyale klanten en zij zijn eerder geneigd tot conversie. Dit geldt ook voor B2B. Iedereen wil effectief geholpen worden. Een goed begin zijn de acht KPI's die in dit paper worden uitgelegd:

Klant KPI's:

1. Snelheid
2. Beschikbaarheid
3. Effectiviteit
4. Vriendelijkheid

Operationele KPI's:

1. Productiviteit
2. Betrokkenheid
3. Bijdrage
4. Preventie

Door gebruik te maken van goede klantenservice software, kun je prestaties meten door KPI's in te stellen binnen een dashboard. Binnen Mobile Service Cloud worden alle genoemde KPI's automatisch gemeten.

[Ontdek Mobile Service Cloud](#)

[Contact ons](#)



CM.com (AMS: CMCOM) is a global leader in cloud software for conversational commerce that enables businesses to deliver a superior customer experience. Our communications and payments platform empowers marketing, sales and customer support to automate engagement with customers across multiple mobile channels, blended with seamless payment capabilities that drive sales, gain customers and increase customer happiness.

© 2021 CM.com