

Terwijl WhatsApp meer en meer ingeburgerd raakt als contactkanaal, is videochat dat (nog) niet. Wie experimenteren met dit nieuwe contactkanaal en wat zijn hun ervaringen?



Andius Teijgeler

directeur Customer Experience van ABN Amro Retail Banking

“In het Advies & Service Centre van ABN Amro zijn we eind 2013 gestart met videochat. Dit breiden we nu snel uit, zodat we ook vanuit de kantoren video-gesprekken kunnen voeren. Honderden klanten per maand maken inmiddels gebruik van dit contactkanaal en dat aantal neemt ook rap toe. Naar verwachting verdubbelt dit jaar het aantal videocontacten ten opzichte van 2014.

Klanten waarderen de mogelijkheid om te kunnen videochatten, is onze ervaring. Het is een aantrekkelijke aanvulling op de andere klantcontact-

kanalen. Videochat leent zich met name voor onderwerpen waarbij persoonlijk contact prettig is, zoals (hypotheek) adviesgesprekken bijvoorbeeld. Voor servicehandelingen lijkt het minder geschikt.

Na verloop van tijd vinden medewerkers dit een effectieve en leuke manier van werken. Zij worden erin getraind op details als achtergrond en vertrouwelijkheid te letten en hoe zij klanten kunnen begeleiden in het opzetten van videocontact. Ook moet de internetverbinding uiteraard goed zijn.

Voor de klant biedt videochat veel voordelen. Je kunt een gesprek overal opzetten, of dat nou vanuit huis of kantoor is, en je bespaart tijd doordat je niet hoeft te reizen. Toch kiezen sommigen liever voor een face-to-facegesprek, omdat ze bijvoorbeeld onbekend zijn met de techniek. Dat is ook prima. De keuze is aan de klant.”



Inge Meijerman

manager DigiContact bij Philadelphia Zorg

“Ondersteuning op afstand, door ons DigiContact genoemd, bieden wij cliënten sinds april vorig jaar aan. Het gaat hier om mensen met een licht verstandelijke beperking, die voorheen thuis begeleiding kregen. Bij de start was er veel scepsis. De vrees bestond dat het persoonlijke contact zou verdwijnen en dat we niet voldoende achter de voordeur zouden kunnen kijken.

Inmiddels weten we beter. Voor veel cliënten is deze manier van begeleiden een uitkomst. Zij kunnen afspreken wanneer zij dat willen, 24/7, en hoeven er de deur niet voor uit. Begeleiding per telefoon of e-mail bieden wij eveneens, maar wij merken dat de populariteit van videochat duidelijk toeneemt. Cliënten geven aan het prettig te vinden om hun begeleider ook te zien bijvoorbeeld. Dat gevoel is wederzijds: begeleiders kunnen hun cliënten in de ogen kijken, wat het contact persoonlijk maakt. Daarnaast zijn de non-verbale uitingen van cliënten goed zichtbaar via video. De grootste uitdagingen van DigiContact zijn eigenlijk de devices en de WiFi-verbinding van cliënten. Als er technische problemen optreden, heeft de kwaliteit van het videocontact daar direct onder te lijden. Samenvattend gun ik niet alleen mensen met een licht verstandelijke beperking deze klantvriendelijke manier van ondersteuning, maar alle burgers met een hulpvraag.”



Frank Dohmen

branchedirecteur Sales- en accountmanagement Klant Contact Centers bij Tempo-Team

“Anderhalf jaar geleden hebben wij een video-app laten ontwikkelen die als onderdeel van het totale selectieproces kan worden ingezet. Hiermee kan een sollicitant zich op afstand voorstellen aan een potentiële werkgever, zodat die snel een indruk krijgt van hoe iemand zich presenteert. Het overslaan van het zogenoemde klikgesprek, een voorstelgesprek van twintig minuten, kan teamleiders veel tijdbesparing opleveren. Doorgerekend kunnen bedrijven zo, afhankelijk van de grootte, op jaarbasis duizenden euro's besparen.

De sollicitatiemarkt is nog niet geheel klaar voor video, merken we. Opdrachtgevers hebben koudwatervrees; ze tonen zeker interesse, maar haken toch af. Vanwege twijfels over de privacy, die we overigens kunnen weerleggen, en omdat sollicitanten het eng vinden. Zij weten niet zeker hoe ze op video overkomen. De app staat in ieder geval paraat, het is wachten op een partij die met ons in het diepe wil springen. Persoonlijk denk ik dat het een kwestie van tijd is voordat video standaard wordt opgenomen in de klantcontactstrategie van bedrijven. Sommige verzekeraars accepteren nu ook al foto's als bewijsmateriaal bijvoorbeeld, dus waarom zou je autoschade niet via beeld kunnen laten zien? Een gesprek wordt zo direct veel duidelijker en concreter, waardoor eventuele misverstanden kunnen worden voorkomen.”

HET IS EEN KWESTIE VAN TIJD IS VOORDAT BEDRIJVEN MET VIDEO BEGINNEN