



DE CX-REIS: EEN AVONTUUR NAAR HET ONBEKENDE

Hoofdstuk 1

Canon

DE ROUTE IN KAART: VERWACHTINGEN VAN DE KLANT

Dit is het tijdperk van de consument. Het machtsevenwicht is verschoven van de organisatie naar de klant. Organisaties moeten hun aanpak van de klantervaring (CX) aanpassen.

De opkomst van digitale technologie was de aanleiding. Het digitale tijdperk biedt ongekende transparantie; klanten kunnen de functies en prijzen van alle diensten online vergelijken. Organisaties moesten kiezen tussen een prijzenslag of een nieuwe manier om te concurreren in deze arena. Daarom hebben ze hun aandacht gericht op de klantervaring. Ze begrijpen inmiddels dat die doorslaggevend is voor de omzet.

Om een CX-strategie te formuleren moeten ze natuurlijk goed kijken naar de klant. Consumenten van nu zijn opgegroeid in een digitale wereld. Ze lezen online productbeoordelingen, bekijken video's van gebruikers, of zoeken de nodige informatie via social media. Voorheen konden ze alleen informatie verkrijgen door rechtstreeks contact op te nemen met de organisatie. Dankzij digitale technologieën hebben klanten veel meer kanalen en contactopties.

Klanten verwachten een naadloze ervaring, ongeacht het kanaal dat ze kiezen. Het moet niet uitmaken of ze met een medewerker spreken of de website van de organisatie bezoeken – in hun perspectief gaat het om dezelfde organisatie. Ze verwachten dan ook een consistente merkbeleving.

“



84%

van de consumenten vindt het doorslaggevend voor hun keuze dat ze als persoon worden behandeld, niet als nummer.

In het verleden was de keus voor consumenten beperkt tot organisaties waarvan ze hadden gehoord en die ze konden bereiken. Met de komst van internet is die beperking opgeheven en vissen ze in een veel grotere vijver. Omgekeerd hebben potentiële klanten zoveel keus dat ze door de bomen het bos niet meer zien. Organisaties proberen zich te onderscheiden door hun aanbod te personaliseren. Op basis van gegevens sturen ze klanten slimmere, meer gerichte aanbiedingen.

Personalisatie is zo'n groot succes dat consumenten het inmiddels verwachten: 76% van de klanten¹ verwacht dat een organisatie hun behoeften en verwachtingen begrijpt; en voor 84% van de klanten² is een persoonlijke benadering cruciaal om hen over de streep te trekken.



Organisaties staan sterk onder druk om een naadloze klantervaring te bieden op alle kanalen, met een consistente uitstraling. Om te voldoen aan de verwachtingen van de consument, moeten organisaties geavanceerde procedures ontwikkelen die één consistent overzicht van klantgegevens kunnen genereren via alle kanalen. Deze gedetailleerde informatie is nodig om een compleet beeld van de klant te creëren. Dit is niet gemakkelijk – 71% van de organisaties vindt het een uitdaging om het 'connected' gedrag te begrijpen³. Slechts 54%⁴ van de organisaties heeft het idee dat ze het gehele klanttraject in kaart hebben gebracht; slechts 20%⁵ verdiept zich in mobiele interactie. Ondanks de exponentiële groei van mobiele apparaten is dit grotendeels onbekend terrein. Deze statistiek laat zien wat organisaties nog moeten doen.

Organisaties die de klantervaring niet serieus nemen, gaan een onzekere toekomst tegemoet. Het risico is groot dat ze de snel veranderende klantbehoeften niet bijbenen, en afvallen terwijl concurrenten blijven groeien. Om de organisatie toekomstbestendig te maken, moeten ze - over de hele linie, van de medewerkers die contact hebben met de klant tot de topmanagers - een koers uitzetten naar een hoogwaardige klantbeleving. In de huidige bedrijfsomgeving is technologie onmisbaar om een naadloze ervaring op maat te bieden via alle kanalen.

HOE KAN CANON HIERBIJ HELPEN?

Canon biedt allerlei oplossingen om de marketingafdeling digitaal te transformeren. Zo biedt Canon end-to-end CCM-services - gepersonaliseerde on-demand communicatie met klanten via alle kanalen. De oplossingen worden afgestemd op uw wensen en eisen, of het nu op locatie, via de cloud, via outsourcing-services of via een combinatie op maat plaatsvindt.



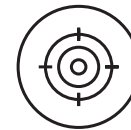
Automatisering en integratie

Canon kan samen met u processen op allerlei manieren automatiseren en integreren, via alle kanalen, met statusbewaking. Hierbij wordt een controlecentrum opgezet dat de productie en levering van communicatie van alle afdelingen controleert. Zo hebt u een volledig overzicht.



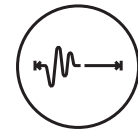
Personalisatie

Met het CCM-platform (Customer Communications Management) van Canon wordt de communicatie via meerdere kanalen gepersonaliseerd, om een sterkere band met eindgebruikers op te bouwen. Communicatie kan op maat worden gemaakt op basis van de koopgeschiedenis en voorkeuren.



On demand

Met de CCM-oplossing van Canon kunnen organisaties communicatietemplates maken, goedkeuren en distribueren. Slechts bepaalde onderdelen kunnen worden bewerkt door de klantenservice. Zo bevat de reactie van uw organisatie altijd een goedgekeurde boodschap. Zo kan in realtime content op maat worden gemaakt en aan klanten worden geleverd via hun voorkeurskanaal.



Omnichannel

Canon ondersteunt gestandaardiseerde communicatie en zorgt dat de organisatie één consistent geluid laat horen. Zo ontvangen klanten consistente, relevante informatie, ongeacht via welk kanaal of op welk moment ze in contact komen.

Informatie over Canon

Canon is sinds de oprichting in 1937 een toonaangevend leverancier op het gebied van Digital Imaging en informatietechnologie, voor zowel particulieren als bedrijven. De zakelijke activiteiten van Canon richten zich op twee duidelijk onderscheidende markten: Business Imaging (producten en diensten op het gebied van printing en document management voor kantoor- en professionele printomgevingen) en Consumer Imaging (foto- en videoapparatuur, printers, scanners, faxen en All-in-One's). Wereldwijd telt Canon 3 regionale hoofdkantoren (gevestigd in Japan, Amerika en Europa) met in totaal 376 dochterondernemingen. Dagelijks zijn hier meer dan 190.000 werknemers actief.

Het hoofdkantoor van Canon Nederland N.V. is gevestigd in 's-Hertogenbosch.

Meer informatie over Canon Nederland is te vinden op www.canon.nl.

Canon Inc.
canon.com

Canon Nederland
canon.nl

Dutch edition 0147W156
© Canon Europa N.V. 2017

Canon Nederland N.V.
Brabantlaan 2
5216 TV 's-Hertogenbosch
Telefoon: (073) 6 815 815
Fax: (073) 6 120 685
canon.nl

 /CanonBusinessNL

 /CanonEurope

 /canon-emea

Om in de gaten te houden...



Hoofdstuk 2

Elk bedrijf probeert de klant een naadloze ervaring te bieden, maar verzuilde afdelingen en individuele agenda's gooien roet in het eten. In hoofdstuk 2 wordt beschreven hoe samenwerking kan helpen bij het verbeteren van de klantbeleving.

Canon