‘Fawaka, Willem! Waar blijft die ene helft van die twix, mattie?
Paar dagen chillen in The Big Apple is natuurlijk super flex..
Zorg wel dat je op de terugweg minimaal 4 uur hebt tussen je vluchten, anders heb je struggles. Boks!’

SOCIAL CUSTOMER CARE

MEER DAN LEUKE WOORDGRAPPEN OP SOCIAL MEDIA

SJOERD BOSMANS – JULI 2019

MERKLE

Hoi!

SJOERD BOSMANS

Operations Director @ Your Social, a Merkle company

@SjoerdB | Is in het echt net zoals online | Vader van Evi & Isa | Breda | Springt voor NAC | Helpt merken bij het organiseren voor social media en social customer care

INTERNATIONAAL TEAM LOKAAL TALENT

- 50 locaties en 5.500 specialisten
- Meer dan 25 jaar ervaring binnen Merkle
- Your Social team van 60+ met 25 in de Verenigde Arabische Emiraten
- Gepassioneerd over social media
- Strategisch en creatief partner voor meer dan 100 nationale en internationale merken

MERKLE

OXYMA A MERKLE COMPANY

OWNED MEDIA
CRM, ANALYTICS

Consult, Projects, Orchestration, Support

oogst A MERKLE COMPANY

PAID
MEDIA

Search Engine Marketing, online advertising, online analytics and data management solutions

aFrogleap A MERKLE COMPANY

MOBILE, UI, IDEATION,
ML, AI

Ideation and development of engaging mobile experiences, A.I. & bots

YOUR SOCIAL A MERKLE COMPANY

EARNED MEDIA
CREATIVE SERVICES

Social Engagement. Making brands (more) successful online through a strategic and creative use of social media

OFS A MERKLE COMPANY

CUSTOMER LOYALTY
& CARDS

Complex Card fulfilment and innovative Gift- and Loyalty Solutions

WAT WE DOEN

INSIGHTS

STRATEGIE

CONTENT & CAMPAGNES

MEDIA

COMMUNITY

Waar het om draait

“Ik wil je bereiken waar en wanneer het mij uitkomt. Geen wachtrijen voor mij, maar onmiddellijke online toegang op het moment dat ik kies”

We leven in een
‘multi-screen’ wereld

We zijn gewend om
dingen digitaal te doen

En we verwachten **snel**
een antwoord

Merken *moeten* 24/7 **‘open’** zijn

Customer first & consistente service ervaring over kanalen

PROACTIVE
REACTIVE

Maar hoe dan?

GRAPPIG REAGEREN TOT KUNST VERHEVEN

Niet hulpvaardig, wel heel grappig: 11 x 'klantenservice' op Facebook
https://www.lindanieuws.nl/.../niet-hulpvaardig-wel-grappig-11-x-klantenservice-op-f...
Bron: De Beste **Social Media** | Foto: Facebook, **Klantenservice** ... zetten zich **via** hun **social mediakanalen** af tegen de druk van de entertainmentindustrie. 01.11.

Lollig zijn op social media kan bedrijven duur komen te staan | RTL ...
https://www.rtlnieuws.nl/.../lollig-zijn-op-social-media-kan-bedrijven-duur-komen-te-...
23 aug. 2017 - Soms is het de perfecte PR-stunt, maar een **grap** kan ook compleet ... Lollig zijn op **social media** kan bedrijven duur komen te staan ... volgens haar een prima manier om toch met een boze klant in **contact** te treden. ... En daar wordt **over** het algemeen een tweet of reactie op Facebook netjes op aangepast.

10 keer de grappigste 'Klantenservice' - The Best Social Media
https://www.thebestsocial.media/.../10-keer-grappigste-klantenservice-gesprekken-op-...
19 mrt. 2018 - 10 keer de grappigste '**Klantenservice**' gesprekken op Facebook ... Waarom zijn er 17 miljoen meningen **over** influencers en vloggers?

IS DE KLANT HIERMEE GEHOLPEN?

Albert Heijn

Ooops AH, you did it again! "Eetrijpe" avocado's verkopen, ditmaal in de bonusaanbieding, die gewoon zo hard zijn dat ik iemand er het licht mee uit kan gooien.
Hard, te groen en ze roken ook erg groen.
Als ik ze gewoon uit de bak vis, is het een beetje mijn eigen verantwoordelijkheid om ze op het juiste moment te eten maar in dit geval, liet ik het weer eens aan jullie over.
Die luiheid van mij daar hangt een prijskaartje aan; ergo jullie bepalen of ze direct geconsumeerd kunnen worden, ik betaal voor dat predikaat en ga er van uit dat dit klopt.
Lieve AH, ofwel we verschillen van mening wat in onze optiek eetrijp is of jullie hebben schijt aan je klanten en komen niet na wat je belooft.
Niet leuk.....

Vind ik leuk Reageren Delen

55 Chronologisch

Albert Heijn Oh, baby, baby,
How was I supposed to know....
That something wasn't ripe here?
Oh, baby, baby,
I should have let this avocado go...
And now you're out of sight yeah.

Show me, the THT of these avocado's
Tell me, baby,
'Cause I need to inform my manager.

These avocado's are killing me (and I)
I must confess, you'll get another one
Another one...
From these bad avocado's I lose my mind
I'll give you a sign...
Show this message at the service counter next time!

(Bron: De Beste Social Media)

IS DIT WEL ZO HANDIG?

@PostNL faka met jullie bezorgers?? Ik was binnen 3 minuten bij de deur en hij reed de straat al uit

PostNL
@PostNL

Fena Pablo! Ik zeg je eerlijk, 3 minuten is lang. Als deze drerrie 3 minuten voor izjen osso moet wachten kan hij shi 30 pakketten op een dag doen saffi? Sorry man, maandag komt hij weer langs! :-)

1.980 15:40 - 24 feb. 2018

906 mensen praten hierover

Nov 24

Nog steeds mijn pakket niet binnen, top **service**! @PostNL

Translate Tweet

Bezorgmoment

Vandaag 24 november

14:20 - 16:20 uur

4

9h

Did Black Friday come for a surprise for @PostNL 😐 they killed every delivery **service** level promise @bol_com made to me over the last week

2

@PostNL waardeloze **service** weer. We hebben u gemist. Hoezo? Ben de hele avond thuis , bewust op de deur gelet. Bezorger had geen zin meer zeker.

Translate Tweet

1

EEN GRAPJE VERANDERT WEINIG AAN DE GEBRUIKERSERVARING

had to print my boarding pass for my @transavia flight like it's 2006

3 3 7

Transavia
@transavia
Follow

Replying to @

Yes well, we wanted to adapt our service to your hairstyle. ;) >>

7:10 PM - 4 Oct 2016

25 Retweets **124** Likes

11 25 124

· 5 Oct 2016

Replying to @transavia @juanbuis

LOOOOL

1 4

· 5 Oct 2016

ik weet niet wat ik ermee moet. ik vind het grappig en een klein beetje kut tegelijkertijd

Translate Tweet

4 19

5 Oct 2016

wel heel sportief van je hoe je die ongevraagde burn neemt en omarmt als een stiefkind

Translate Tweet

1

5 Oct 2016

haha ik vond het ook grappig, maar moest vanochtend wel inchecken met een uitgeprint A4'tje :(

Translate Tweet

Wij geloven dat het draait om de totale klantervaring

En service via social media is één van de belangrijkste manieren om de relatie tussen klant en merk te versterken

WAAROM?

PERSOONLIJK CONTACT

Social customer care stelt je in staat met je klanten te interacteren. Op hun voorwaarden

PROMOTEN VAN MERKVERHAAL EN WAARDEN

Je kunt je merkverhaal en je merkwaarden uitdragen. En geeft je de mogelijkheid om echt een customer centric mindset te hebben

VERBETEREN KLANT LOYALITEIT

Tijdig en goed reageren op social media zorgt voor meer betrokkenheid bij je merk en loyalere klanten

VERLAGEN CHURN RATE

Fantastische social customer care voegt waarde toe aan de klantrelatie en verlaagt churn rate

INTERESSE TONEN IN EEN KLANT ZELFS ALS JE ZE NIET DIRECT KUNT HELPEN

Geen Auping matras voor ons. In 2014 zijn we in 3 winkels (waarvan 2 Auping Plaza's) geweest waar ze Auping matrassen verkochten. Bij de Auping winkels kregen toen 2 heel verschillende adviezen welke matras goed zou zijn. Bij de 2e winkel (Auping Plaza) werd zelfs verteld dat als we wilden afwijken van hun advies dit op de factuur zou worden vermeld. Dit kwam bij ons nogal dreigend over. Dat was voor ons ook de reden om geen Auping matras te kopen. Wij hebben uiteindelijk elders bij een onafhankelijke beddenspeciaal zaak 2 vergelijkbare matrassen gekocht van een ander merk en die bijna de helft goedkoper waren. Deze winkel bevestigde toen ook dat de omruilgarantie service van Auping binnen 30 dagen vaak niet werd gehonoreerd door Auping of dat ze dit net zolang traineren tot dat die 30 dagen voorbij zijn. Voor ons nog een reden om niet voor Auping matrassen te kiezen.

Leuk · Beantwoorden · Chatbericht · 34 w

Auping Ik vind het erg zonde om te lezen dat je destijds dit gevoel over hield na een bezoek aan de Auping Plaza's We staan echter niet stil en verbeteren dagelijks onze producten en diensten. Mensen hebben nu bijvoorbeeld 90 dagen de tijd om een matras om te ruilen voor een andere hardheid. Even geleden vertelde je ons dat je een Auping spiraalbodem en bedombouw had. Zijn deze wel nog steeds naar wens?

Leuk · Beantwoorden · 34 w

met een Auping spiraal is nik smis mee. Goed trouwens dat u dat weet. 🙂

Leuk · Beantwoorden · Chatbericht · 34 w

LEXUS MAAKT EEN (TOEKOMSTIGE) KLANT BLIJ

Dekker Van Rooij Jorgina ▸ Lexus ···
Nederland
March 30

Onze zoon vinnie van bijna 5 speelt al vanaf zijn 2e jaar met deze lexus, hij gaat overal mee naartoe. Dat is te zien ook hij mist inmiddels een wiel en nu zijn we op zoek maar een nieuwe auto voor hem. Hij wil het liefste hetzelfde model maar ik kan hem nergens meer vinden. Hebben jullie enig idee waar ik deze kan bestellen??? Zodat ons mannetje er weer jaren tegenaan kan♡

Lexus Nederland Hi

Dat is met recht een heel grote Lexus fan te noemen! Hopelijk mogen we Vinnie nog lang bekoren. Uiteraard houden wij niet van kapotte auto's. Ik ga kijken of ik Vinnie kan helpen om zijn Lexus weer aan de praat te krijgen. Ik verwacht dat ik hier na het paasweekend bij je op terugkom.

Voor nu alvast heel fijne paasdagen!

Groet,
Remco.

Like · Reply · Commented on by Falcon.io [?] · 34w · 6

Dekker Van Rooij Jorgina Dankjewel voor de snelle reactie!

Tof dat gaat hij fijn vinden!!! Voor jou ook fijne paasdagen!

Like · Reply · 34w · 3

Lexus Nederland Hoi

Daar ben ik weer. Helaas heb ik niet meer dezelfde gevonden. In de kast heb ik nog wel een ander (kleiner) model gevonden die Vinnie vast heel mooi vindt. Stuur mij even een privébericht met je adresgegevens dan komt het in orde.
... See More

Like · Reply · Commented on by Falcon.io [?] · 33w · 4

Dekker Van Rooij Jorgina Super tof Remco!! Dat zal hij heel fijn vinden

Like · Reply · 33w · 1

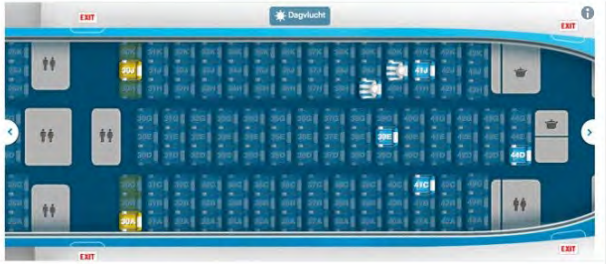
Dekker Van Rooij Jorgina Z'n ogen stralen helemaal!!! Dankjewel Remco hij zegt dat hij niet snapt wie dit heeft gedaan maar dat hij lexus heel lief vind!😍 (hij was heel moe ligt nu heerlijk te slapen en hij gaat morgen er lekker mee spelen) onze dank is groot! Dikke duim voor jullie!! Box van vinnie!

Like · Reply · 33w · 2

Lexus Nederland Top foto, [illegible]! Ik hoop dat Vinnie heel veel avonturen gaat beleven met zijn splinternieuwe Lexus. Een box terug voor Vinnie! 😉 Groet, Remco.

Like · Reply · Commented on by SoMuch Breda [?] · 33w · Edited · 2

HOE KLM MET KLEINE GEBAREN VEEL BETEKENT



Rik toe Water
@RikToeWater

Beste @KLM.

Gisteren getrouwd (met de allermooiste).
Morgen op Honeymoon, YES!
Daardoor vergeten op tijd in te checken. Oh...
En nu zitten we niet naast elkaar.
En dat is best klote (maar echt).

Is er nog iets mogelijk om alsnog naast mijn kersverse vrouw te zitten?

x
♡ 68 17:58 - 19 aug. 2018

Rik toe Water @RikToeWater · 19 aug. 2018

UPDATE: HET IS GELUKT ❤️

Bedankt allemaal en bedankt @KLM

2 u

KLM
Het is gelukt jullie zitten morgen naast elkaar :) We wensen jullie alvast een hele fijne vlucht en natuurlijk veel plezier op jullie honeymoon.
9 min

Rik toe Water
@RikToeWater

Live update

🎉🍾🇨🇦 pic.twitter.com/ix3t133vbO
♡ 99 08:53 - 20 aug. 2018

EN ZICH ALTIJD IN DE KLANT VERPLAATST

KLM Royal Dutch Airlines

Lieve KLM,

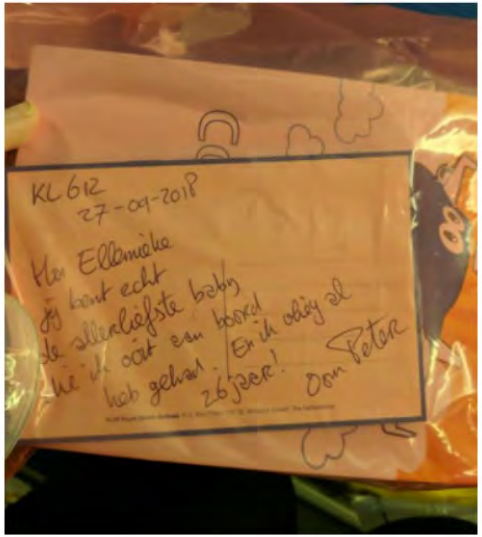
Net geland vanuit Chicago..
Eerste keer alleen vliegen met 8.5 maand oude baby is spannend... Mag ik jullie heel heel hartelijk bedanken voor de fantastische service die ik en mijn dochtertje hebben gekregen, zonder daar ook maar 1 keer om te vragen.
We zaten zonder te vragen vooraan bij de bunk, waar wat extra beenruimte was. Bij opstijgen werd gelijk een bedje aangeboden (leuk en lief, alleen slaapt mijn baby nooit 😜). Toen het eten werd geserveerd mocht Ellemieke mee met haar nieuwe BMF, oom Peter, die heel erg lief voor haar heeft gezorgd terwijl ik eventjes kon eten en naar de wc. Ze mocht mee naar de keuken, kreeg allerlei lekkere dingen, en een lieve ansichtkaart van ome Peter.
Lieverds, heel erg veel dank voor jullie goede zorgen, we hebben een heerlijke reis gehad ❤️❤️
Liefs,
Ellemieke en Marjan

PS: Ome Peter, we love you 😉😊❤️❤️

24 4 opmerkingen

Marjan Meyer-van Erkelens

❤️



KLM Royal Dutch Airlines Hi wat fijn om te lezen dat jij en het zo leuk aan boord hebben gehad! We snappen dat de eerste keer op zo'n lange vlucht erg spannend was voor Ellemieke, zeker aangezien ze weinig slaapt, maar we zijn blij dat ze ervan genoten heeft. We zullen jullie complimenten aan ome Peter doorgeven en onze uiterste best doen om jullie terugvlucht net zo prettig te laten verlopen! 😃

7

ZAPPOS HELPT. NO MATTER WHAT.

1.

k · 2h

@zappos our three-year-old daughter will be wearing a brace on her foot for several months. Can we buy a mixed pair? Like one 8 and one 12?

Zappos.com
@Zappos_Service
Follow

@paulhelmick I am so sorry. We don't sell different sizes however oddshoefinder.com, and oddshoe.org can assist with that.

3:03 PM - 5 Nov 2014

2.

· 2h

@zappos our three-year-old daughter will be wearing a brace on her foot for several months. Can we buy a mixed pair? Like one 8 and one 12?

Zappos.com
@Zappos_Service
Follow

@paulhelmick Also Nordstroms will special order two different sizes. Hope that helps. Sorry about that.

3:04 PM - 5 Nov 2014

AANRADER VAN DE DAG

‘Delivering Happiness’
Tony Hsieh
CEO, Zappos

Praktische stappen

HEB EEN VISIE

- Waar wil je bekend om staan?
- Wat wil je bereiken?
- En hoe ziet dat er in de toekomst uit?

(Dat is meer dan een grappig merk op social media zijn, toch?)

BEPAAL JE DOELSTELLINGEN

(En dat gaat verder dan het plaatsen van grappige reacties via social media)

Bijvoorbeeld:

- MERK POSITIONERING
- KLANT TEVREDENHEID
- REDUCEREN CHURN
- SALES

WORD EEN VOLWASSEN 'SOCIAL CARE BRAND'

Geen klantenservice via social media, maar in voorbereiding. Standaard klantenservice gebeurt nog steeds via traditionele kanalen.

Social customer care in ontwikkeling, reactief en vooral bedoeld om diverse inkomende vragen en klachten te beantwoorden.

Social customer care is proactief. Gesprekken rondom thema's en onderwerpen worden gebruikt om actief met consumenten in contact te komen. Van klachten-management tot het opbouwen van relaties.

Social customer care is omni-channel en is gebaseerd op voorspellende gegevens en analyses, waardoor consumenten hulp krijgen voordat de behoefte aan hulp ontstaat.

DEFINIEER DE JUISTE KPI'S

INACTIVE

- Gedefinieerde doelstellingen
- Strategie gedefinieerd
- Organisatie ingericht
- Juiste mensen aangenomen
- Iedereen binnen organisatie getraind

REACTIVE

- Response tijd binnen 3 uur
- 1e bevestiging binnen 30 minuten
- Oplostijd binnen 3 uur
- Response rate: >85%
- Social sentiment: 60%
- Customer satisfaction (CSAT 1-5): 3
- 10 positieve reviews (10 in 2019)
- X aantal afgehandelde vragen, comments, reviews
- Opslaan van high level customer feedback

PROACTIVE

- Response tijd binnen 2 uur
- 1e bevestiging binnen 10 minuten
- Oplostijd binnen 2 uur
- Response rate 100%
- Social sentiment: 80%
- Hoogste share of voice van concurrenten
- Customer satisfaction (CSAT 1-5): 4
- NPS via social media: +35
- 20 positieve reviews (10 in 2019)

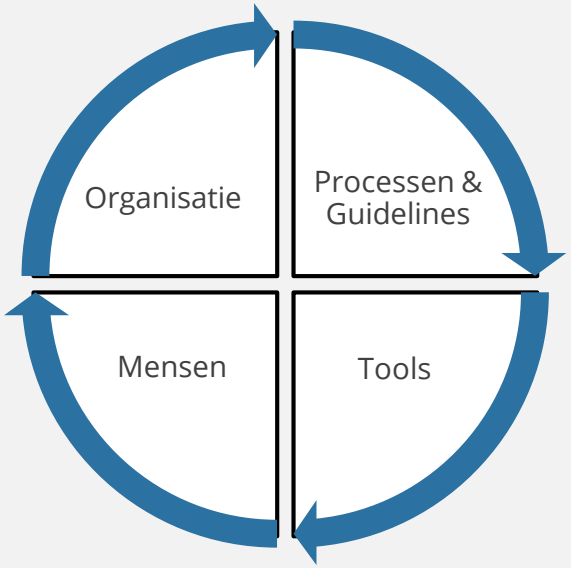
PREDICTIVE

- Response tijd binnen 1 hour
- 1e bevestiging binnen 10 minuten
- Oplostijd binnen 1 uur
- Response rate 100%
- Social sentiment: 99%
- Customer lifetime value
- Customer feedback loop

(Voorbeeld KPI's)

RICHT JE ORGANISATIE IN

- Bepaal waar je social customer care wordt gedaan, door welke afdeling en bedenk waar die onder valt
- Bedenk of je bedrijfsprocessen op dit moment zijn ingericht om de klant echt centraal te zetten. Kun je snel reageren met het juiste antwoord? En weet iedereen wat hij/zij moet doen als er een crisis is?
- Gebruik de juiste tools en koppel social met je CRM!
- En neem alsjeblieft de juiste mensen aan met een echt klantgerichte instelling. Welke rollen heb je nodig en wie is waarvoor verantwoordelijk?



BEPAAL DE BENODIGDE STAPPEN VIA ONS SOCIAL CARE MATURITY FRAMEWORK

	Inactive	Reactive	Proactive	Predictive
Objective	▪ Understand how customers use social channels voor social care ▪ Define and prioritise strategic goals for social customer care	▪ Amplify existing customer care efforts through the use of social media	▪ Improve conversation and feedback ▪ Improve customer relation ▪ Understanding the customer journey	▪ Adding brand value based on customer behaviour. ▪ Deciding on next best activity to help customers before they have a need for help
Data & metrics	▪ Offline customer data, like demographics, contact details, policy details	▪ Basic social data as questions, comments, reviews. ▪ Response time and rate ▪ Storage of high level customer feedback	▪ Sentiment ▪ Customer satisfaction ▪ Net promoter score through social media	▪ Insights lead to adaptive and predictive customer care strategy ▪ Social data harvested, stored and combined with CRM to create 360 customer profile ▪ Omni-channel analytics ▪ Customer lifetime value ▪ Customer feedback loop
Channels	▪ No presence on social channels	▪ Focus on 1 or 2 social channels	▪ All social channels	▪ Omni-channel
Organisation & resources	▪ Agency support in planning for social care ▪ No formal processes and responsibilities for social care	▪ Basic social care team consisting of customer care representatives ▪ Processes and responsibilities defined for social care ▪ Centralised social care activities	▪ Knowledgeable team for proactive social care (relationship building, sales, leads, marketing) ▪ Processes and responsibilities adapted to proactive social care ▪ Centralised organisational model	▪ Digital team with digital skills (combination customer and data roles) ▪ Hub & spoke organisational model
Tooling & technology	▪ Traditional customer care tools, like helpdesk, call center and self service tools	▪ Live-chat tools ▪ Social media monitoring & conversation tool for direct questions and comments	▪ Continuous social media monitoring for proactive conversation management and reputation & risk management ▪ Social media management systems incl. content creation	▪ Omni-channel tooling (CRM, analytics, social) ▪ Innovative technology (chat bots, AI) ▪ Data management platforms

En bedenk vooral:

social customer care is niet losstaand maar raakt alles

3 key take aways

Het draait om de totale klantervaring

Definieer daarbij de juiste strategie en benodigde organisatie

En bedenk waar je het echt voor doet: happy customers

(En dan heb je die leuke woordgrappen helemaal niet nodig)

SJOERD BOSMANS

Operations Director @ Your Social, a Merkle company

W: http://www.yoursocial.agency

E: sjoerd@yoursocial.agency

M: +31611490814

T: http:///www.twitter.com/SjoerdB

L: https://www.linkedin.com/in/sjoerdbosmans/

THANK YOU.