



*Turning
Thought Into
Action*

Case study

HET SUCCESVERHAAL VAN HET OMBUIGEN VAN SERVICE NAAR SERVICE EN SALES:
HOE HET VERKOOP POTENTIEEL VAN EEN CONTACT CENTER GEACTIVEERD KAN WORDEN

De doorontwikkeling van een service callcenter richting sales georiënteerde medewerkers die in staat zijn om via cross-sell de verkoop van bankproducten sterk te verhogen



Verkoopkracht contactcenters activeren

Wat voorafging

Bij een grote financiële dienstverlener is al een aantal stappen gezet om de organisatie van service naar meer focus op service en sales te krijgen. De organisatiestructuur is hierop aangepast. Ondanks veel management aandacht wil de cross- en deep sell niet stijgen. De introductie van een next best sell mogelijkheid in het klantbeeldsysteem voor de callcenter medewerkers is aanleiding om een veranderingstraject op te starten. Het agentgedrag moet draaien naar een “service leads to sales” mentaliteit.

De uitdaging

Het doel is om een verdrievoudiging van de verkopen te realiseren vergeleken met hetzelfde kwartaal een jaar eerder.

Aanpak

In eerste instantie is er veel focus op het operationaliseren van de next best sell leads en het coachen van de agents in het gebruik ervan. Via een Multi disciplinair projectteam, met medewerkers van marketing Intelligence (de dataminers) en de lijn, agents, supervisors en management is gewerkt aan het optimaliseren van de aanbevelingen



Impact

- Verkoop stijgt met 343% ten opzichte van zelfde kwartaal een jaar eerder en daarna >400% in het volgende kwartaal
- Winnaar National Contact Center Award 2005



“De verkoopresultaten zijn in het eerstvolgende kwartaal met meer dan 400% gestegen”

De organisatie leert dat verkoop als onderdeel van de service propositie naar de klant heel goed past bij de klant en de klantverwachtingen

voor klanten. Dit zijn 1:1 gedataminede cross- of deepsell mogelijkheden die getoond worden aan de agents als er contact met de klant is. De kracht van het multidisciplinaire team is dat er zeer korte lijnen zijn tussen de gebruikers van de leads en de ontwikkelaars.

Travelling War Room

De agents en supervisors worden door middel van verschillende technieken gecoacht om de aanbevelingen te gebruiken. Het projectteam heeft een strakke begeleiding van dit test- & implementatietraject.

Eén van de methodieken die gebruikt wordt is de “Traveling War Room”, deze bestaat uit project team leden, marketing intelligence medewerkers en 6 sales coaches die continu alle sites bezoeken.

Organisatorische betrokkenheid

Daarnaast wordt gebruik gemaakt van een DeltaForce team, hierin zitten geselecteerde agents die nieuwe zinnen bij klanten uitproberen en bij succes de ambassadeurs worden van deze zinnen richting hun collega's zodat blijvende verandering door gevoerd kan worden.

Een kleine groep van supervisors en agents speelt een rol in een Advisory Board waarbij het projectteam vooraf een aantal ideeën kan bespreken en kan verbeteren voordat deze geïmplementeerd worden.

Meten en Rapportages

Enkele essentiële management KPI's worden aangepast om ruimte voor creativiteit en testen te creëren en ter ondersteuning voor het nieuwe gewenste gedrag. Zo wordt bijvoorbeeld de Average Handling Time los gelaten gedurende de pilot en uitrol. Alle resultaten worden en dagelijks gemeten en gecommuniceerd aan iedereen.

De resultaten aan het einde van het kwartaal laten een 343% verbetering zien ten opzicht van hetzelfde kwartaal een jaar eerder.

Impact en Borging

De verkoopresultaten blijven stijgen in volgende kwartalen; meer dan 400% verbetering in het eerstvolgende kwartaal tegenover een jaar eerder. De aanpak wordt vervolgens uitgerold in het kantorennet om deze “service leads to sales” aanpak verder te benutten.

EarlyBridge BV

Herengracht 518

1017 CC AMSTERDAM

Nederland

020 - 715 5918



Kritische Succesfactoren

- Delta Force: test zinnen laten bewijzen door collega's neemt veel discussie vooraf weg
- Traveling War Room: regelmatige aanwezigheid van multidisciplinair projectteam stimuleert en motiveert
- Intensieve 1:1 coaching: door de inzet van interne en externe sales coaches kunnen gewenste aanpassingen sneller in cross-sell gedrag worden verkregen
- Ervaren Project Management: diepgaande kennis van inhoud geeft vertrouwen bij management