

# WFM Monitor klantcontact

Corona-update week 15: Klantenservices vaker gebruikt voor social talk!



## Populatie

Financial, Travel, Energy, Automotive, Media, Retail, Assurance, Leisure, Overheid.

## Klantcontactmedewerkers

Ruim 30.000



## Periode

6 april – 12 april 2020

Het zijn bijzondere tijden door de coronacrisis. Normaal bied je een crisis het hoofd door krachtig ingrijpen op basis van informatie. Maar juist nu zien we dat er veel vragen zijn. Is het drukker geworden, loopt de AHT op en is thuiswerken een optie?

Als kwalitatief en innovatief marktleider staat PlanMen in contact met een breed scala aan klantcontactorganisaties. Via een benchmark geven we wekelijks inzicht in de actuele status binnen de branche. De gegevens zijn afkomstig van tientallen organisaties uit verschillende sub-sectoren en vertegenwoordigen ruim 30.000 klantcontactmedewerkers.

Uiteraard geldt: hoe meer organisaties meedoen, des te beter het beeld dat we kunnen laten zien. Ook een bijdrage leveren? Stuur dan een mail naar [info@planmen.com](mailto:info@planmen.com).

## Algemene bevindingen

Het algehele beeld van de WFM Monitor toont aan dat over de gehele breedte de organisaties zich hebben aangepast naar de nieuwe situatie. De vele veranderingen van de eerste weken (transitie naar thuiswerken, aangepaste kanaalstrategieën en openingstijden) zijn inmiddels allemaal uitgerold en in gebruik.

Opvallend is dat de inhoud van de gesprekken aan het veranderen is. Klanten gebruiken een contactmoment met hun contactcenter voor een social talk. Dit heeft uiteraard invloed op de AHT, maar organisaties laten het gebeuren en juichen dit toe. Het heeft namelijk niet enkel een positief effect op de klantbeleving, ook de medewerkers vinden het prettig.

De impact van de intelligente lock down op de samenleving wordt steeds zichtbaarder. Ook medewerkers hebben steeds meer de behoefte aan het

sociale contact met hun collega's. Ook blijkt niet elke thuiswerkplek ideaal te zijn ingericht (1 scherm ipv 2) of eist de thuisstudie van kinderen te veel aandacht op. Over diverse sectoren valt op dat er een transitie van thuis naar kantoor aan een opmars bezig is. Inmiddels zijn er 5-10% van de medewerkers weer aan het werk op kantoor. Uiteraard met de nodige voorzorgsmaatregelen. De verwachting is niet dat na de periode van maatregelen er direct weer 100% naar kantoor zal gaan. Sterker nog, thuiswerken heeft een positie verworven die zal blijven gehandhaafd. Wel gaan we naar een nieuwe normaal situatie waarin er een gezonde verdeling tussen thuis- en kantoorwerk zal zijn.

Als gevolg daarvan zijn nagenoeg alle organisaties aan de slag met scenarioplanning om op die manier zo goed mogelijk te zijn voorbereid op de wereld nadat de maatregelen worden versoepeld of afgeschaft.

# WFM Monitor klantcontact

Corona-update week 15: Klantenservices vaker gebruikt voor social talk!

Net als de afgelopen weken blijft het aanbod binnen “**automotive**” dalen. Inmiddels hebben de organisaties diverse actie opgezet om zelf verkeer te gaan genereren. De verwachting is dat de komende weken hier de effecten van merkbaar zullen worden.

Binnen “**energie**” zien we een stabilisatie op alle fronten. Zowel bedrijven als klanten lijken gewend te zijn aan de nieuwe situatie.

Ook de “**financials**” blijven redelijk stabiel in het aanbod, soms wordt zelfs een lichte daling gezien. Net als binnen de “**automotive**” is ook deze sector actief haar klanten aan het benaderen met mailings en direct marketingacties.

Het dalende volume binnen de “**leisure**” en “**travel**” lijkt de bodem te hebben geraakt. Het merendeel van de boekingen is de afgelopen periode geannuleerd. Logischerwijs zijn er geen nieuwe boekingen bijgekomen. Er wordt nu reikhalzend uitgekeken naar de besluiten van overheidswege de komende weken.

Net als “**energie**” is ook “**media**” gestabiliseerd. De “**Netflix-bubbel**” is op z'n retour. Inmiddels heeft iedereen een uitgebreid digitaal TV pakket of nieuw abonnement op geprinte media aangeschaft.

Het schommelende beeld in volume binnen “**overheid-landelijk**” dat we de afgelopen periode hebben gezien, blijft zich herhalen. De directe link met de maatregelen is hier goed zichtbaar.

“**Overheid-lokaal**” kent diezelfde link met overheidsmaatregelen, maar is daarnaast ook werk aan het hervorderen. Dat kan zijn het versneld wegwerken van casussen of het naar voren halen van werk.

Langzamerhand zullen er in het straatbeeld weer meer organisaties vanuit “**retail**” hun deuren openen met een strikt beleid. Als gevolg hiervan zal er over de gehele breedte een lichte stijging in het volume worden verwacht. Het betreft dan zowel de reguliere klantvragen als vragen over openingstijden.

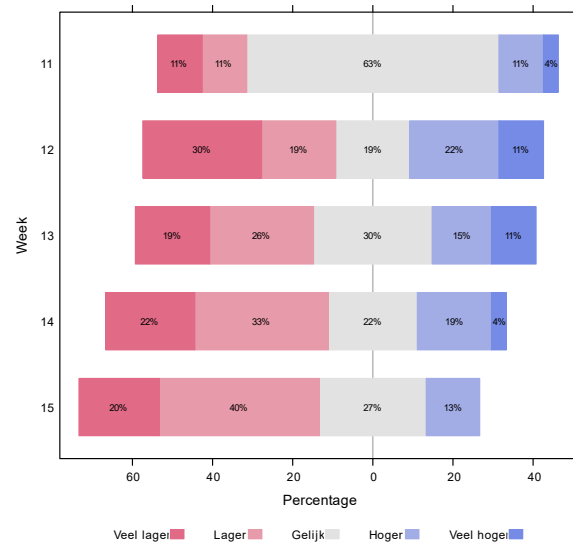
De “**zorgverzekeraars**” blijven cross trainen en beraden zich op de vraagstukken rondom het verlof. De periode waarin zij absoluut geen verlof kunnen uitgeven start vanaf november. Daarmee is hun periode waarin verlof gestimuleerd wordt veel korter dan bij de andere organisaties. Terwijl er na de crisis een forse toename van verkeersaanbod wordt verwacht.

## Aanbod versus forecast en vorige week

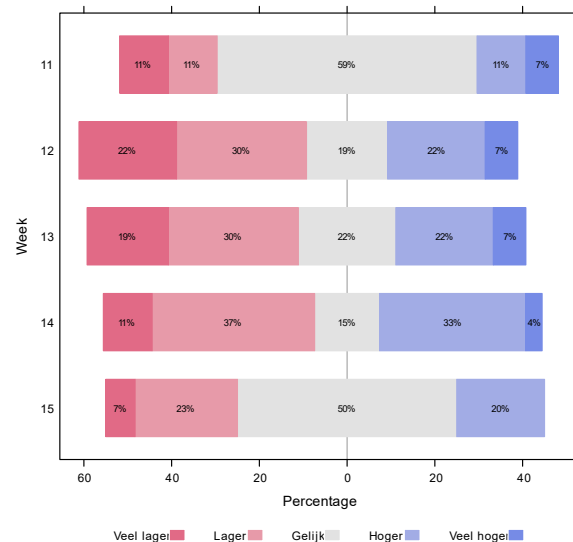
Het gehele aanbod ligt net iets onder forecast, maar lijkt zich wel te gaan stabiliseren. Terugkijkend op de afgelopen periode is dat goed zichtbaar. 50% van de deelnemende organisaties had een gelijk volume ten opzichte van vorige week. Dit is de consequentie dat

organisaties actief op zoek gingen naar interactie met hun klanten door middel van mailings en dergelijke.

Verkeersaanbod t.o.v. forecast



Verkeersaanbod t.o.v. voorgaande week



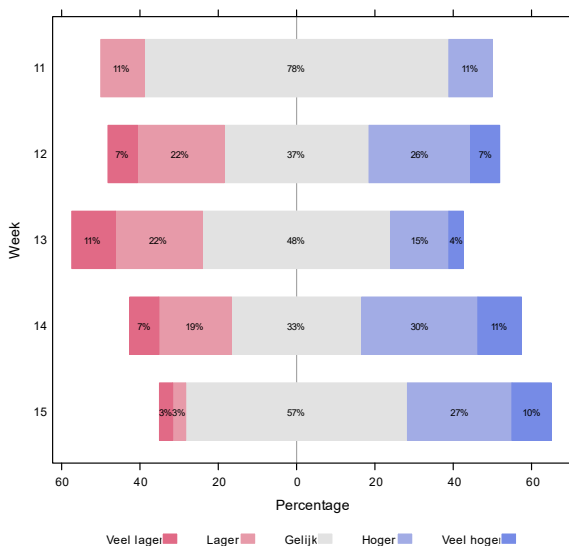
# WFM Monitor klantcontact

Corona-update week 15: Klantenservices vaker gebruikt voor social talk!

## AHT versus forecast en vorige week

De AHT ten opzichte van de forecast is relatief gelijk gebleven of zelfs weer op het niveau van voor de Corona maatregelen. Ten opzichte van de voorgaande weken stijgt het net iets.

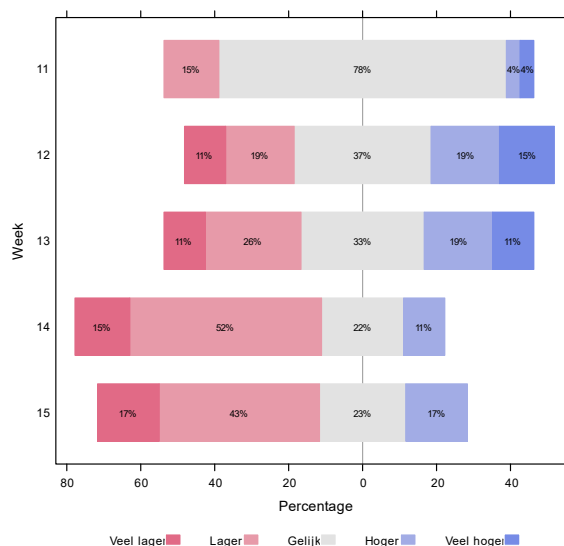
AHT t.o.v. forecast



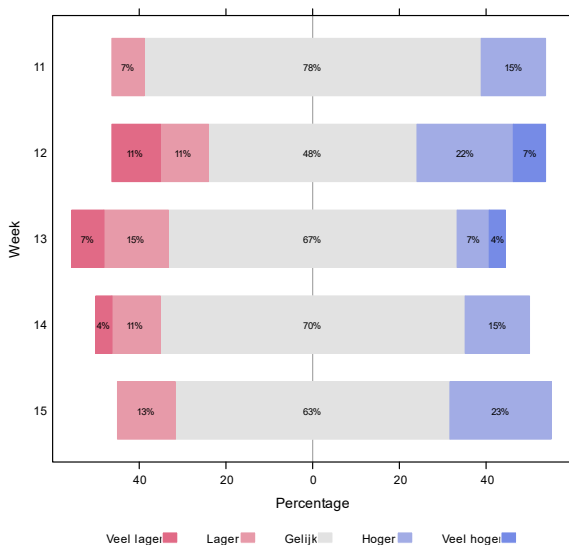
## Verzuim

Het verzuim blijft historisch laag. De markt geeft een redelijk stabiel beeld en soms daalt het zelfs licht. Enerzijds is het moraal nog steeds hoog, anderzijds is het thuiswerken een kleinere drempel om toch te gaan werken als je je niet top fit voelt. Het grijze verzuim is sector breed nagenoeg verdampd.

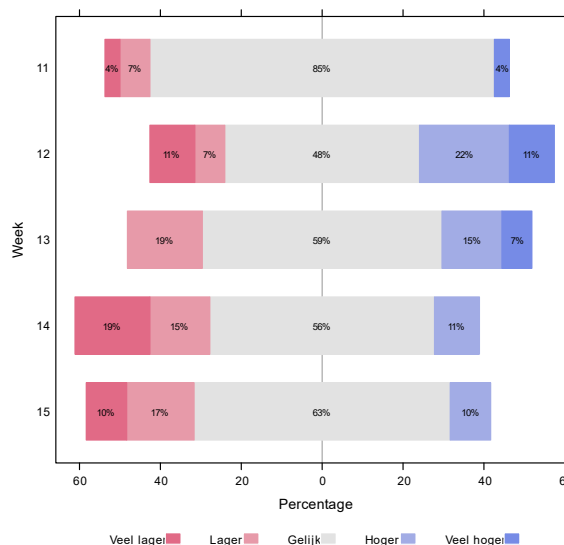
Verzuim t.o.v. forecast



AHT t.o.v. voorgaande week



Verzuim t.o.v. voorgaande week



# WFM Monitor klantcontact

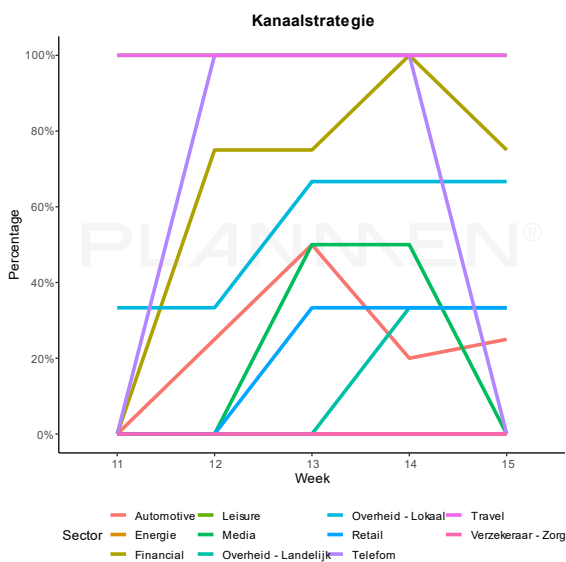
Corona-update week 15: Klantenservices vaker gebruikt voor social talk!

## Verlof

Er gaan verschillende geluiden rond over het thema verlof. Mei- en zomervakanties worden aan de ene kant juist actief aangeboden om op te nemen, terwijl bij andere organisaties het juist actief wordt ingetrokken.

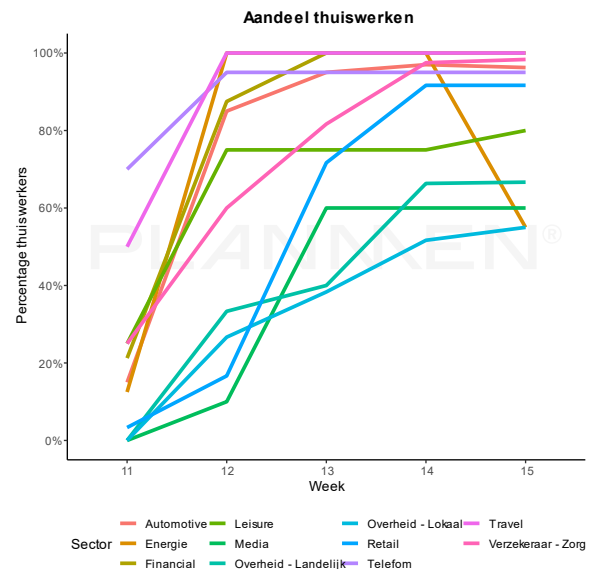
## Kanaalstrategie

Er is geen sprake van veranderingen in de kanaalstrategie. Alle organisaties hebben hier inmiddels actie op ondernomen en de organisaties die dit niet hebben gedaan, hebben daar een bewuste reden voor en zullen dus ook geen andere strategie gaan voeren.



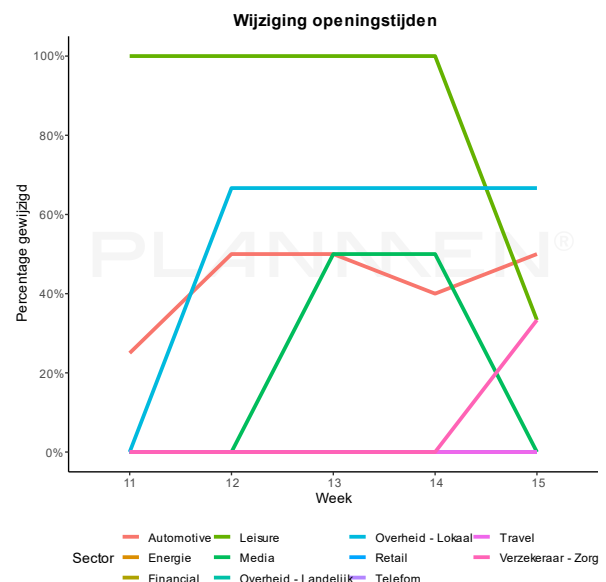
## Thuiswerken

De groei in het aantal thuiswerkers is ook afgevlakt. Daar waar het kon (zowel qua tooling als compliancy) werkt men thuis. Wel is te zien dat het aantal kantoorwerkers licht aan het toenemen is. De grootste prioriteit lag op het technisch inrichten van de thuiswerk omgeving voor medewerkers. Coaching en begeleiding was adhoc ingericht, maar is inmiddels op hetzelfde niveau als op kantoor.



## Openingstijden

Rondom openingstijden is er weinig veranderd. Wel valt op dat organisaties zich beraden op verder aangepaste openingstijden. Dit om mee te kunnen bewegen met de verschuivende dagspiegel. Klanten bellen rondom de thuiswerkagenda met Teams- en Zoommeetings en thuisstudie momenten met de kinderen om.



# WFM Monitor klantcontact

Corona-update week 15: Klantenservices vaker gebruikt voor social talk!

## Copyright

Alle rechten zijn voorbehouden. Niets van de in dit rapport gepubliceerde gegevens mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder uitdrukkelijke voorafgaande schriftelijke toestemming van PlanMen Nederland BV. Ook het gebruik van merk- en productnamen van WFM Monitor of PlanMen in op zoekmachines gerichte teksten is niet toegestaan.