

IBM Tealeaf-oplossingen

*Versterk uw e-business met baanbrekende
Customer Experience Management-oplossingen*



IBM Tealeaf-oplossingen bieden bedrijven met cruciale websites meer mogelijkheden om:

- **Inkomsten te verhogen:** wegnemen van gebruikersobstakels van een site om conversie te verbeteren en transacties te vergroten.
 - **Klantenverloop te verminderen:** snel signaleren en inzicht krijgen in klantenproblemen ten behoeve van een snellere, effectievere oplossing.
 - **Kosten voor ondersteuning te verlagen:** tijd die wordt besteed aan het identificeren en oplossen van websitefouten drastisch terugbrengen.
 - **Tijd die wordt besteed aan de behandeling van geschillen aanzienlijk terug te brengen:** gearchiveerde records van eerdere klantenervaringen ophalen om problemen en aandachtspunten van klanten snel op te lossen.
 - **Ondernemingsbreed competentie met betrekking tot klantgebruikerservaringen op te bouwen:** een gemeenschappelijke manier van communiceren en feedback creëren voor alle e-business stakeholders.
-

Het is geen geheim dat het online kanaal tegenwoordig een cruciaal onderdeel van de business vormt, ongeacht of het gaat om rechtstreekse contacten met consumenten of om B2B. Maar websites blijven tekortschieten bij het oplossen van problemen met gebruikers die herhaaldelijk worstelen met het afronden van online transacties en processen, of met gebruikers die ondersteuning van de klantenservice nodig hebben bij het uitvoeren van hun online activiteiten. Door het vastleggen van de kwalitatieve gegevens van elke interactie, bieden IBM Tealeaf-oplossingen het inzicht en de antwoorden die organisaties nodig hebben om te zorgen dat klanten altijd positieve, goed verlopende ervaringen met hun website hebben.

Het probleem: tekort aan inzicht

De online wereld heeft een interessant vraagstuk opgeleverd voor ondernemingen. Aan de ene kant zijn bedrijven voortdurend bezig om hun sites uit te breiden en verder te ontwikkelen – profiterend van de nieuwste technologie – om hun gebruikers de best mogelijke klantenervaring te bieden. Aan de andere kant biedt de online wereld geen middelen om klanten te zien en er achter te komen of deze ontwikkelingen hun succes ten goede komen of belemmeren.

In tegenstelling tot zakelijke contacten die offline plaatsvinden, wordt het e-business team gehinderd door een tekort aan inzicht in de werkelijke ervaring van hun klanten. Als een gebruiker een transactie op de site niet afrondt, is het vanwege dit ontbrekende inzicht bijna onmogelijk om te achterhalen wat hiervan de reden is. E-business teams kunnen alleen maar speculeren: werd dit veroorzaakt door een fout van de klant? Waren onze navigatiefuncties niet duidelijk genoeg? Maakten ze zich zorgen over het verstrekken van persoonlijke informatie? Is er een technische fout opgetreden op de site? Zonder inzicht in de werkelijke ervaring van de klant kan het e-business team niet bepalen hoeveel andere klanten tegen hetzelfde probleem zijn aangelopen en, nog belangrijker, hoe kan dit probleem in de toekomst worden voorkomen?

Hoeveel verborgen, regelmatig terugkerende problemen op uw website zorgen voor gefrustreerde klanten en verlies aan inkomsten, en leggen daarnaast een bovenmatig beslag op IT-resources en klantenservice wanneer geprobeerd wordt deze in het luchtledige op te sporen en op te lossen? Hoeveel verzoeken om informatie bij uw contactcentrum zouden vermeden of effectiever afgehandeld kunnen worden als u meer inzicht had gehad in de online ervaring van uw klanten?

De oplossing: Customer Experience Management

IBM Tealeaf-oplossingen bieden een ongekend inzicht in de online klantervaring. Met deze oplossingen kunt u de manier waarop uw website werkt, zien door de ogen van elke afzonderlijke klant. Dit inzicht vormt een strategische asset, waarmee u een proactieve benadering inzet voor een drastische verbetering van het online kanaal. Onze oplossingen zijn ontworpen om e-business teams te helpen snel problemen op te lossen die klantentevredenheid en online inkomsten ondermijnen. Bovendien bieden IBM Tealeaf-oplossingen IT-, klantenservice- en zelfs juridische en compliance-organisaties een “360-graden weergave” van de online klant.

Benut eerdere klantervaringen om uw aanwezigheid op het web te verbeteren

Dankzij de baanbrekende, gepatenteerde technologie van IBM Tealeaf-oplossingen zijn deze uiterst geschikt om de interactie van elke klant op uw site vast te leggen – tot aan pagina-voorpagina interactie op browserniveau. Deze uitgebreide dataset met klantervaringen wordt vervolgens optimaal benut binnen uw productpakket om belangrijke online stakeholders, zoals e-business, IT en klantenservice, te voorzien van de informatie die zij nodig hebben om problemen die het succesvolle gebruik van de website door de klant in de weg staan, te analyseren, te onderzoeken en erop te reageren.

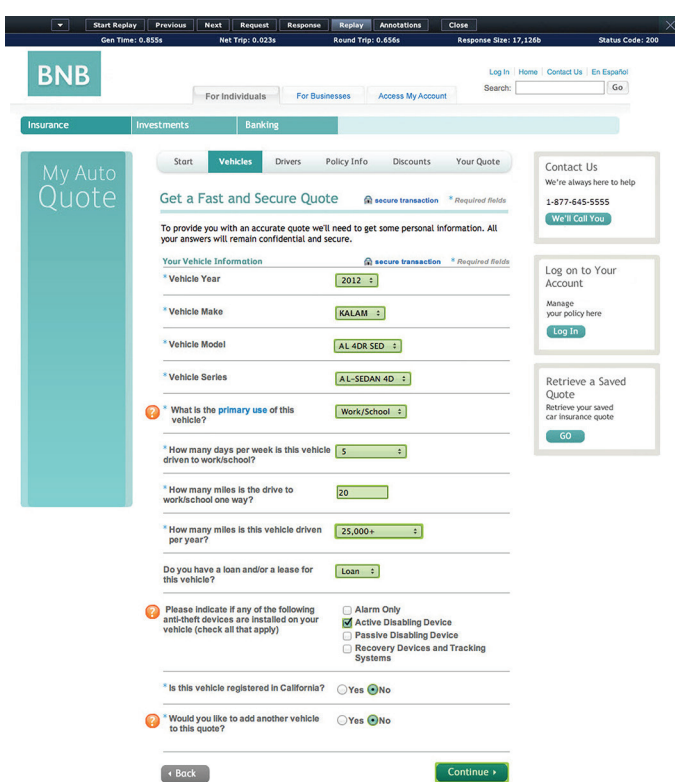
Onze oplossingen worden passief geïmplementeerd in praktisch elke omgeving voor web-based applicaties, met een laag risico van impact op applicaties of infrastructuur. Ze hebben zich bewezen op sommige van de grootste en meest geavanceerde websites, waaronder 44 van de top 100 online retailers (waaronder 7 van de top 10)¹, 8 van de top 10 banken², 9 van de 12 grootste onroerendgoed- en ongevallenverzekeringsmaatschappijen in Noord-Amerika³, 10 van de 12 reisportals waarop de meeste boekingen plaatsvinden⁴, 50 procent van de belangrijkste luchtvaartmaatschappijen in de VS¹, en alle belangrijke wireless providers in Noord-Amerika.⁵

Mogelijke voordelen

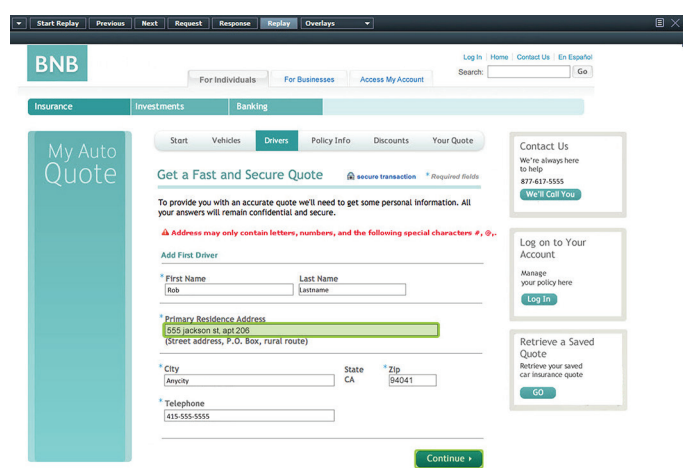
IBM Tealeaf-oplossingen zijn ontworpen om organisaties te helpen bij het volgende:

- **De waarde** van elk klantenbezoek te optimaliseren en te bevestigen dat meer transacties succesvol worden afgerond.
- **Snel inzicht verkrijgen** in kwesties die van invloed zijn op online ervaringen en de zakelijke impact daarvan te meten.
- **Effectiviteit van de klantenservice te verhogen** door het beschikbaar stellen van agents met snelle toegang tot online klantensessies.
- **Snelle opsporing en oplossing** van verborgen of lastig te vinden applicatieproblemen.
- **Behoud van records** van online klanteninteracties om klantengeschillen snel en zorgvuldig op te lossen.

IBM Tealeaf-oplossingen zijn ontworpen om elke interactie van elke klant vast te leggen



Figuur 1: Voorbeeld van een klantensessie die wordt nagespeeld om aan te geven wat een klant heeft ingevoerd op een bepaalde pagina.



Figuur 2: Voorbeeld van een foutbericht dat een gebruiker heeft ontvangen op de website.

Over IBM Enterprise Marketing Management

De IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Suite is een complete, geïntegreerde set mogelijkheden die exclusief is ontworpen met het oog op de specifieke eisen van marketingorganisaties. Omdat IBM's EMM Suite alle aspecten van marketing integreert en stroomlijnt, hebben zowel organisaties als personen alles in handen om hun passie voor marketing te vertalen in waardevolle klantrelaties en winstgevendende, tijdige en meetbare bedrijfsresultaten.

De IBM EMM Suite van softwareoplossingen, waarmee binnen het bedrijf of in de cloud wordt gewerkt, biedt marketeers de tools en het inzicht die zij nodig hebben om op elk contactmoment toegevoegde waarde voor elke individuele klant te creëren. De IBM EMM Suite geeft marketeers een beter begrip van wat de klant wil en nodig heeft, en biedt hen de mogelijkheid om dat begrip te gebruiken om klanten te betrekken in een uiterst relevante, interactieve dialoog via digitale, sociale en traditionele marketingkanalen.

De IBM EMM Suite bestaat uit vijf afzonderlijke oplossingen, die zijn ontworpen om tegemoet te komen aan de specifieke eisen van bepaalde marketing- en merchandising-gebruikers. Met behulp van Digital Marketing Optimization kunnen digitale marketeers relevante digitale interacties combineren om nieuwe bezoekers aan te trekken en te behouden en gedurende de gehele levenscyclus van de klant inkomsten te verwerven. Met Customer Experience Optimization kunnen eCommerce-professionals zorgen dat bezoekers terugkerende en loyale pleitbezorgers worden door het verbeteren van de digitale ervaring van elke klant. Met Cross-Channel Marketing Optimization kunnen customer relationship marketeers via meerdere kanalen een een-op-een dialoog met klanten aangaan om gedurende de gehele levenscyclus van de klant inkomsten te genereren. Price, Promotion and Product Mix Optimization bieden merchandisers en sales planners de mogelijkheid om beslissingen te nemen over prijs, promotie en productmix, zodat de winst en het voorraadgebruik kunnen worden gemaximaliseerd. En met behulp van Marketing Performance Optimization kunnen marketingleiders, planners en beslisser de productmix vormen en beoordelen, alsook de marketingactiviteiten beheren om de ROI te maximaliseren.

EMM-oplossingen van IBM worden wereldwijd door meer dan 2500 organisaties gebruikt om de toenemende complexiteit van marketing in goede banen te leiden en om tegelijkertijd de omzet te verhogen en meetbare resultaten te boeken. Onder meer dankzij de beproefde en complete aanbiedingen van IBM hebben bedrijven als E*TRADE, ING, Orvis, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines en wehkamp.nl de vereiste kracht en flexibiliteit om hun klanten en prospects datgene te bieden wat ze tegenwoordig verwachten – een meer consistente en relevante ervaring over alle kanalen heen.



IBM Nederland hoofdkantoor
Johan Huizingalaan 765
1066 VH Amsterdam
Netherlands

De homepage van IBM is te vinden op:

ibm.com

IBM, het IBM-logo en ibm.com zijn merken van International Business Machines Corporation in de Verenigde Staten en/of andere landen. Als deze en andere merken van IBM zijn aangeduid met een handelsmerksymbool (® of ™), wordt hiermee aangegeven dat deze merken wettelijk zijn gedeponereerd in de V.S. of in eigendom zijn van IBM op het tijdstip van publicatie van deze informatie. Dergelijke merken kunnen ook geregistreerd of in eigendom zijn in andere landen. Andere benamingen van bedrijven, producten en diensten kunnen merken van derden zijn. Een actuele lijst van IBM-merken is beschikbaar op het internet als "Copyright and trademark information" op: ibm.com/legal/copytrade.shtml

De inhoud van dit document (met inbegrip van valuta- OF prijsgegevens, exclusief van toepassing zijnde belastingen) is actueel op het moment van eerste publicatie en IBM kan er te allen tijde wijzigingen in aanbrengen. Niet alle aanbiedingen zijn verkrijgbaar in alle landen waarin IBM werkzaam is.

De in dit document besproken prestatiegegevens zijn verkregen onder specifieke omstandigheden. De feitelijke resultaten kunnen hiervan afwijken. DE INFORMATIE IN DIT DOCUMENT WORDT VERSTREKT "AS IS", ZONDER UITDRUKKELIJKE OF STILZWIJGENDE GARANTIE, MET INBEGRIJ VAN DIE VOOR HET VOORGENOMEN GEBRUIK, GESCHIKTHEID VOOR EEN BEPAALD DOEL EN HET GEEN INBREUK MAKEN OP RECHTEN VAN DERDEN. Op IBM-producten wordt garantie gegeven overeenkomstig de voorwaarden en bepalingen van de overeenkomsten waaronder die producten zijn geleverd.

¹ Internet Retailer Top 100: <http://www.internetretailer.com/top500/list/>

² Banks: The Financial Services Fact Book 2012, 80 percent of Top Ten Bank Holding Companies in Total Insurance Premiums

³ E&O-verzekering: <http://meuserlaw.blogspot.com/2011/04/top-25-propertycasualty-insurance.html>

⁴ Reisportal: <http://www.yourbest100.com/web/top-100-travel-sites/#bookingdrop>

⁵ Luchtvaartmaatschappijen: <http://www.businessinsider.com/the-10-best-airlines-in-the-us-2012-10>

© Copyright IBM Corporation 2013



Graag recycleren