



De waarde van

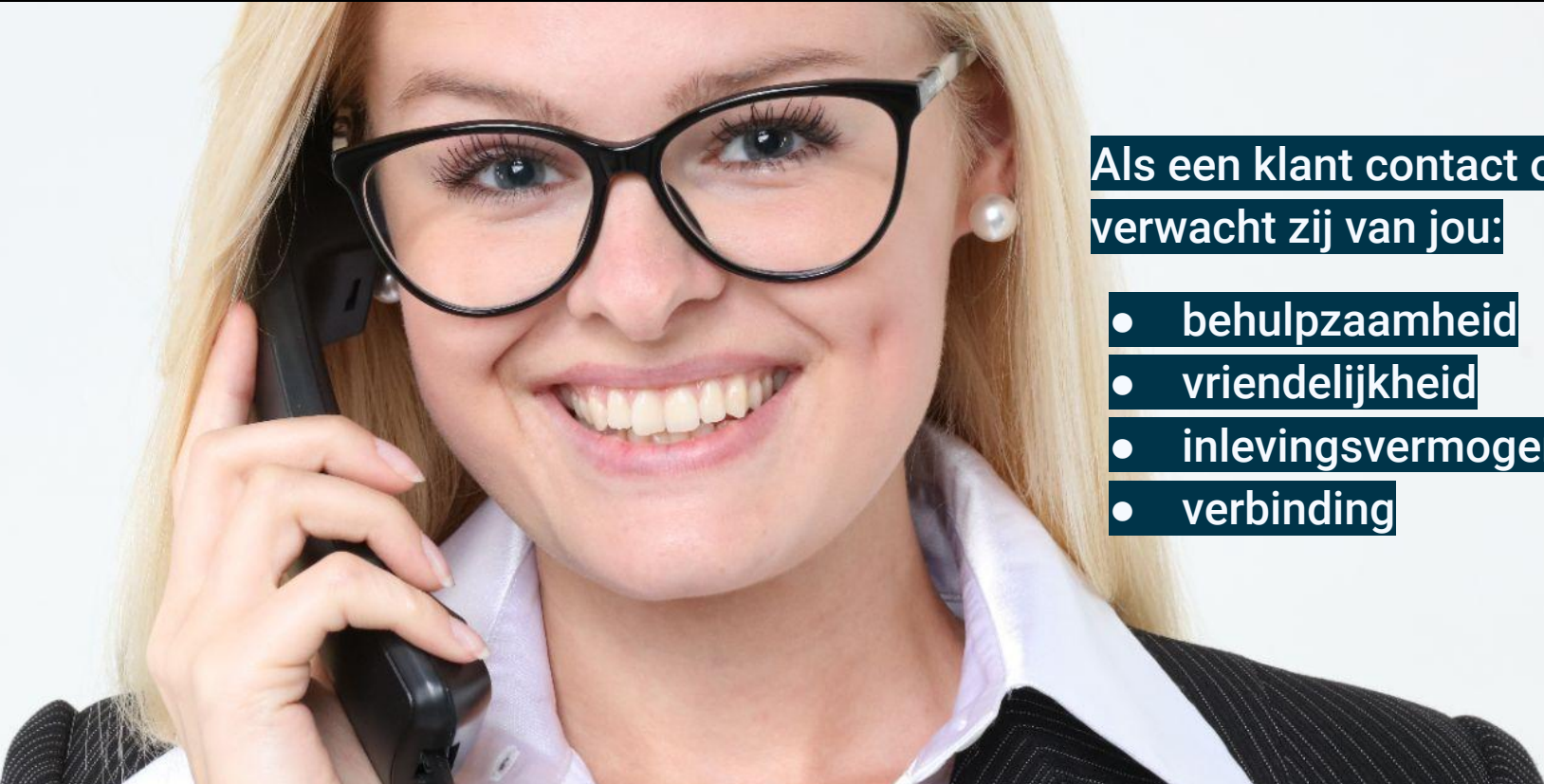
meetbare conversatiekwaliteit



**Toegepast onderzoek voor
organisaties met contactcenters**

**UNIVERSITY
OF TWENTE.**

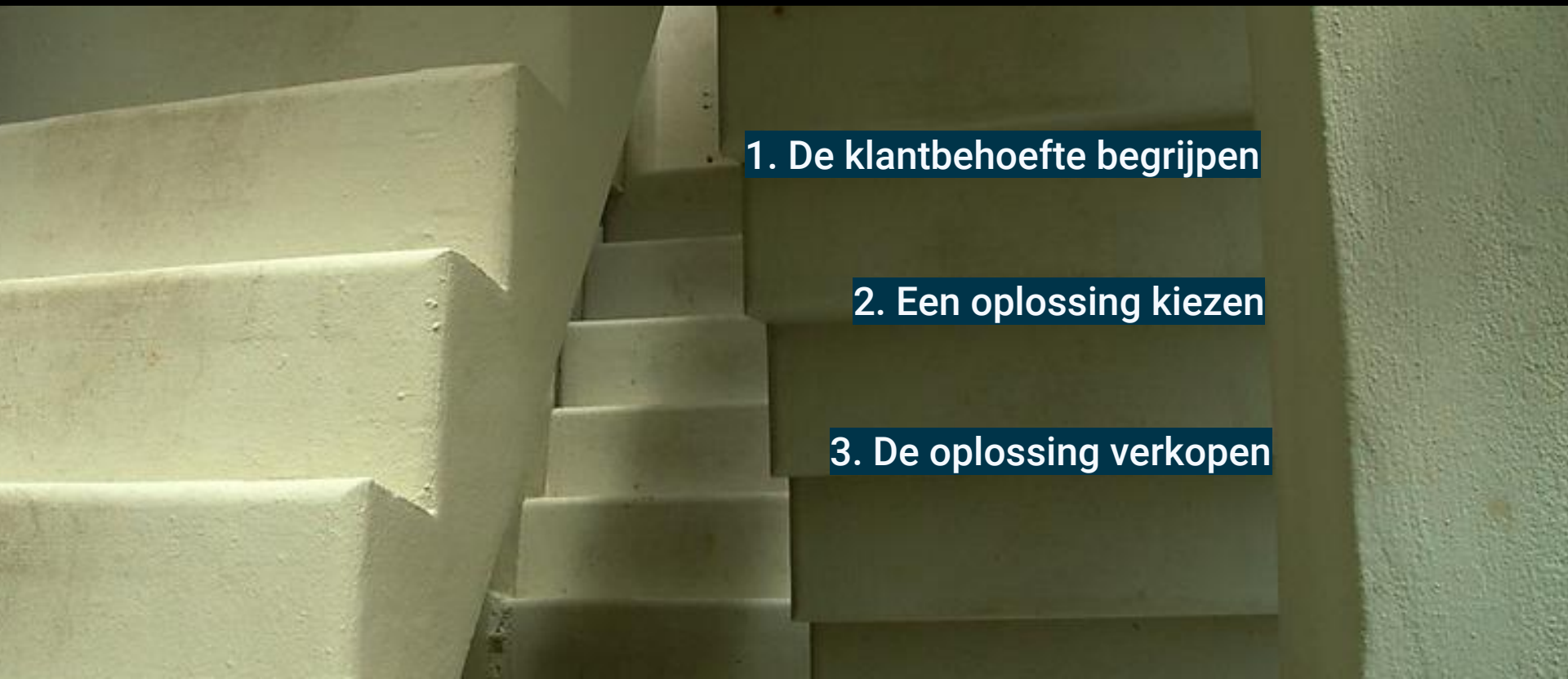
Klanten zoeken vertrouwen



Als een klant contact opneemt,
verwacht zij van jou:

- behulpzaamheid
- vriendelijkheid
- inlevingsvermogen
- verbinding

Drie stappen in elk klantcontact



1. De klantbehoefte begrijpen

2. Een oplossing kiezen

3. De oplossing verkopen

Conversatie beste vorm van klantcontact

A photograph showing two women in conversation. The woman on the left is a Black woman with her hair pulled back, wearing a dark blue button-down shirt and a gold stud earring. She is looking towards the woman on the right. The woman on the right is a Black woman with long braids, wearing glasses and a red hoop earring. She is looking towards the woman on the left. The background is a plain, light-colored wall.

In dialoog met de klant:

1. Ontdek je de klantbehoefte het snelst
2. Vind je samen mogelijke oplossingen voor zijn probleem
3. Lukt het jou om de beste oplossing te “verkopen”

Productiviteit voorbij snel afhandelen

Als klantgerichte organisatie streef je naar gerichte en productieve conversaties met je klanten

Productiviteit wordt gemeten aan de gesprekstijd en de uitkomst

Of het gesprek een tevreden klant heeft opgeleverd, wordt achteraf en alleen indirect gemeten


Conversatiekwaliteit voor productiviteit

Wij stellen voor om conversatiekwaliteit aan te houden als variant voor productiviteit

Om wel direct de relatie te zien tussen de conversatie en de klanttevredenheid



Definieer conversatiekwaliteit

A woman with long brown hair, wearing a white long-sleeved shirt, is seen from behind, writing on a wall. The wall is covered in dense, colorful graffiti in various colors like blue, green, red, and yellow. The graffiti includes words and phrases such as 'NO', 'DON'T', 'NO GIE', 'VOY CONTIGUA', 'F. M.M.B', 'AMIES', 'TOUJOURS', 'SERVE', 'MUNICH', and 'WESH'.

De kwaliteit bestaat uit op een efficiënte manier komen tot de gewenste uitkomst, voor organisatie en klant

Voor de klant is die uitkomst inhoud en vorm. Bij een conversatie van hoge kwaliteit voelt de klant zich gehoord, gezien, begrepen

Voor de organisatie is de inhoud de uitkomst, en de vorm een middel om efficiënt (in verbinding met de klant) een goede uitkomst te bereiken

Conversatiekwaliteit vereist voldoende 'rapport'

Voor deze conversatiekwaliteit is een heel belangrijk aspect 'rapport'

Als twee mensen met elkaar in 'rapport' zijn, dan wordt hun contact gekenmerkt door:

- harmonie
- begrip
- wederzijds vertrouwen
- bereidheid de ander te volgen



'Rapport' als middel en doel

'Rapport' zorgt voor een conversatie waarin de klant zich gehoord, gezien, begrepen voelt

'Rapport' zorgt voor effectieve verbinding met de klant waardoor je de klantbehoefte het snelst ontdekt, samen mogelijke oplossingen vindt voor zijn probleem, en het jou lukt om de beste oplossing te "verkopen"



'Rapport' waardevol in elke strategie

A woman in a patterned shirt is smiling and handing a card to a customer at a food stall. The background shows other people and tables, suggesting a busy outdoor market or food court setting.

Voor organisaties die streven naar
loyale klanten die op de lange termijn
tevreden blijven:

Voor organisaties die streven naar
effectieve klantbediening met
korte-termijn klanttevredenheid:

Een optimale oplossing is het doel,
met daarbij een interactie die
goed genoeg is

Optimale interactie is het doel,
met daarbij een oplossing die
goed genoeg is

Kansen met 'rapport' in klantcontact

Als je conversatiekwaliteit wil operationaliseren, dan wil je gespreksduur en uitkomst meten in samenhang met 'rapport'

'Rapport' is nu nog niet meetbaar en dat vinden wij jammer omdat er zoveel winst te behalen is



Onderzoek naar meetbaar 'rapport'



**MERLINQ en Universiteit Twente
werken aan het zo snel mogelijk wél
meetbaar maken van 'rapport'**

**Zodat er manieren komen voor jouw
organisatie om conversatiekwaliteit
in klantcontact te verhogen - mens
tot mens, en mens <> machine**

Wat het onderzoek inhoudt




**Versnellen van toegepast
wetenschappelijk onderzoek naar
conversatiekwaliteit**

**Opbouwen van 'corpus': opgenomen en
uitgewerkte gesprekken tussen klant en
vertegenwoordiger van organisatie**

**Gezamenlijk inzichten opdoen voor
open en inclusieve taaltechnologie die
klanttevredenheid verhoogt**

Wat het onderzoek oplevert



1. Inzichten in het meten van
conversatiekwaliteit

2. Waarmee je desgewenst een voorloper
kunt worden in de toepassing ervan

3. En zodoende je organisatieresultaten
verbetert

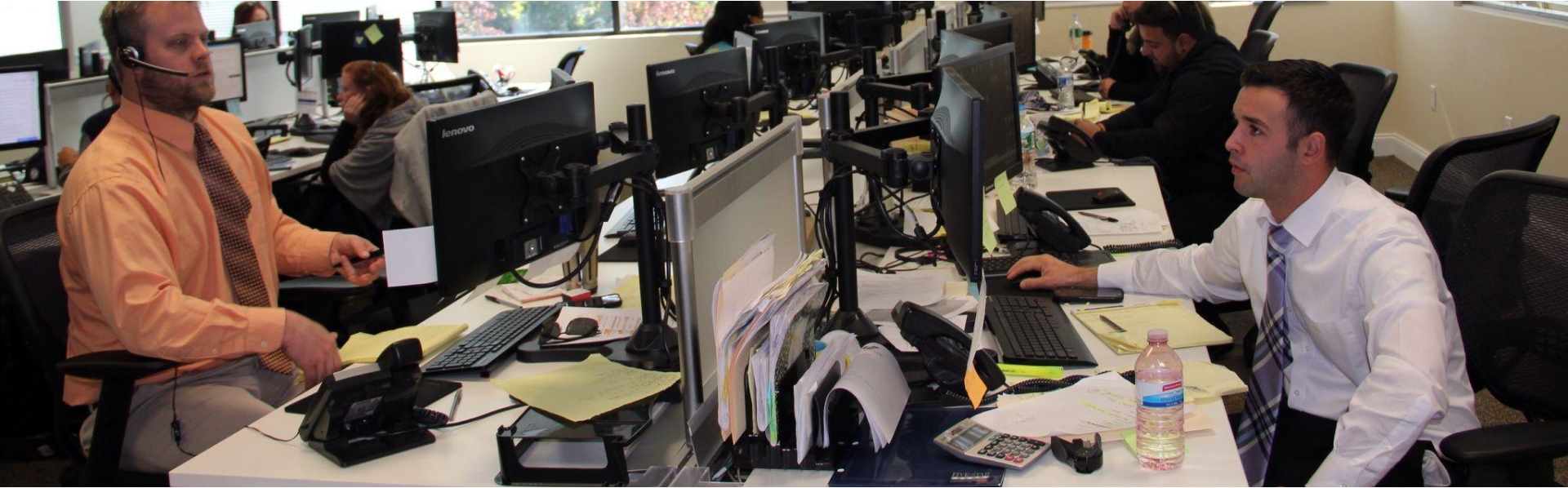
Doe mee

Stel gesprekken tussen jouw klant
en jouw organisatie beschikbaar

De onderzoeksgroep zorgt
natuurlijk dat dit veilig,
vertrouwelijk en privacyproof
gebeurt

Meld je nu aan!





Bas Evers | bas@merling.net

Arjan van Hessen | a.j.vanhessen@utwente.nl

Klaas Punselie | klaas@merling.net

Khiet Truong | k.p.truong@utwente.nl