

# Contactcenters realiseren 15 procent productieverbetering met Experian data

De telemarketingbranche staat al jaren onder druk. Veel en verschillende partijen richten zich op dezelfde doelgroepen. Doelgroepen die voortdurend - en vaak op de minst gelegen tijden - worden gebeld, lees lastig gevallen. Dat levert de nodige irritatie op bij de consument. Dat negatieve gevoel en een verkeerd gekozen strategie verlagen de conversie en de resultaten van de contactcenters en die van hun opdrachtgevers. Contactcenter SNT en dataleverancier Experian zijn al enige tijd druk bezig dat tij te keren en behaalden intussen de eerste positieve resultaten.

**Samenwerking groeit en ontwikkelt**  
SNT en Experian gaan samen met elkaar op om de toegevoegde waarde van het contactcenter uit te breiden. Dit door te blijven zoeken naar de juiste match tussen doelgroep en aanbod. Experian stelt daarvoor haar data, diensten en systemen beschikbaar. SNT haar belfaciliteiten en contactcenter-expertise. De samenwerking groeit en

ontwikkelt zich continue. Het baanbrekende werk werd zelfs gehonoreerd met de prestigieuze NCCA Sales Award. Dit aan de hand van een case van SNT bij haar eindklant RVS Verzekeringen, onderdeel van ING. Een case waarbij SNT op basis van customer profiling, via Mosaic-data van Experian, een hoger rendement bereikte.



Andy Oppelaar (SNT) en Hanco Bol (Experian)

### Vijfstappen concept

Met de zogeheten 'Van (K)oud Naar Nieuw-methode' belt SNT effectiever door efficiënt gebruik te maken van klantprofielen. Het vijfstappen concept voor leadgeneratie houdt in dat SNT de Experian-consumenten-data valideert, profileert, segmenteert, optimaliseert en die uiteindelijk genereert tot leads. "Het verhogen van de service, dienstverlening en met name de conversie van telemarketingactiviteiten en uiteindelijk de tevredenheid bij opdrachtgever en consument is afhankelijk van veel verschillende facetten en factoren. Dat volstaat niet met één stap en aandachtspuntje. Daar moet je als organisatie heel bewust en gestructureerd mee omgaan en mee om willen gaan. Pas als die bewustwording er is en je staat er open voor en je kijkt op welke facetten je bepaalde zaken kan verbeteren, dan kan je stappen vooruit maken", zo stellen Andy Oppelaar van SNT en Hanco Bol van Experian, beiden marketeers en business developers.

### Mosaic data is 'gouden informatie'

SNT maakte die stap al. Ze maakt daarbij onder meer gebruik van Mosaic Huishouden. Een algemene beschrijving van de 7,2 miljoen huishoudens, ingedeeld in tien groepen en 44 typen. Het verschaft SNT relevante informatie over leeftijd, gezinssamenstelling, welstandsklasse, levensstijl, sociaal economische, demografische, psychografische aspecten en lifestyle. "Voor contactcenters is dit 'gouden informatie' bij het benaderen van de consument", oppert Oppelaar. "We kunnen ons zodoende van te voren goed inlezen op de klant en vervolgens een gerichte aanbieding doen die specifiek op die doelgroep is afgestemd. We matchen derhalve de producten met de juiste doelgroepen. Verder laten we daar de beste strategie op los. Dus we laten ze bellen door een callcenter-agent die de taal van die doelgroep het beste spreekt en verstaat en dat op de geschikteste dag en het meeste ideale tijdstip. Het voordeel van ons als contactcen-

ter is dat we die Mosaic-input volledig kunnen integreren in onze systemen en dynamisch kunnen gebruiken. Zo kunnen we - zelfs terwijl we aan het bellen zijn - 'tunen' en onze strategie bijstellen."

En dan kan het volgens Oppelaar haast niet meer mis gaan. "Je weet immers heel veel - al bijna alles - van die klant. Bijvoorbeeld dat ze binnen drie jaar gaan verhuizen, of rijp zijn voor een nieuw abonnement of een verlenging. In die gevallen kun je zelfs stellen dat ze zitten te wachten op ons telefoontje. Je biedt ze immers een product of dienst aan, waaraan ze behoeften hebben. Kortom, we kunnen met de data van Experian bij onze outbound-activiteiten concreter en gericht de markt bewerken."

**"Mosaic verschaft SNT 'gouden informatie' voor het benaderen van de consument"**

Maar hetzelfde geldt volgens Oppelaar ook voor de inbound-activiteiten. "Bij inbound nemen we de telefoon op voor klanten, bijvoorbeeld in de functie van servicedesk of klachtenafhandelingen. En die dienst schept mogelijkheden. Bij een goede afhandeling, heb je immers een verkoopmoment. Bij tevreden mensen krijg je nu eenmaal de opportunity om iets te verkopen. En wat je ze dan aanbiedt, hangt weer af van het klantenprofiel. Dat alles vanuit het perspectief van de opdrachtgever."

### Metten is weten

Uiteraard is de opdrachtgever bij die handelswijze gebaat. "Ze krijgen gegarandeerd en gegarandeerde leads en veel meer leads. Aan de telefoon verzamelen we bovendien waardevolle informatie. Aan de hand

daarvan maken we analyses die we toevoegen aan het klantenbestand en vervolgens terugkoppelen naar de marketingafdeling van de opdrachtgever. Je krijgt daarmee een goede wisselwerking. Verder kunnen we met de data van Experian scoringsmodellen maken en daaraan exacte tarieven koppelen: meer duidelijkheid voor de opdrachtgever." "Meten is weten", zo vult Bol aan. "Dat is het voordeel van deze business. Je kunt concreet meten wat het uiteindelijk heeft opgeleverd. Zeker van belang in het kader van de Return on Investment. Wat kost het en wat levert het op, is steeds belangrijker. Natuurlijk wil je dat het geld dat je investeert terugkomt en het liefst dat je er nog wat meer aan overhoudt. Met onze meetinstrumenten is dat exact na te gaan."

### Win-win-situatie

Oppelaar spreekt al met al van een win-win-situatie voor alle betrokken partijen. "Ook voor ons is deze werkwijze voordeliger. We kunnen immers veel efficiënter en effectiever een contactcenter bedienen en dus meer werk verzetten. En de agent vindt het ook veel leuker, want die verkoopt meer. En dat is ook niet onbelangrijk. Het is namelijk heel vervelend en frustrerend om steeds maar te horen te krijgen: nee meneer geen interesse! Met de data van Experian omzeilen we die frustraties aan beide kanten van de lijn."

---

**"We kunnen met de data van Experian concreter en gericht de markt bewerken"**

---