

Veel meer klanten, meer service – met dezelfde mensen

De topdrukke van december is nog maar net voorbij maar tijd om uit te rusten zit er niet in voor Fixami. Het e-commerce-bedrijf in gereedschap groeit zo hard dat een groter magazijn alweer noodzakelijk is. “Tien jaar geleden begon het op een zolderkamer en nu zijn we pakweg 5 verhuizingen verder. De afgelopen drie jaar zijn we drie keer zo groot geworden.”

Scale-up

Voor een klus in huis was gereedschap nodig en dat werd online gekocht op Marktplaats. Na de klus werd het met winst via hetzelfde kanaal weer verkocht. Het betekende de start van Gereedschapscentrum.nl, in eerste instantie met tweedehands gereedschap maar al snel werd overgestapt op nieuw. “Nu hebben we zo’n 15.000 artikelen op voorraad en een totaal assortiment van bijna 130.000 producten,” vertelt Bram Bos, CTO/CMO. “De twee oprichters hebben het bedrijf een paar jaar geleden overgedragen aan ons nieuwe managementteam. Ze realiseerden zich dat na de pionierstijd de fase van scale-up vraagt om ander leiderschap en hebben een stap opzij gedaan. Eén van hen is nog wel betrokken als strategisch adviseur.”

Professionalisering in klantenservice

Na de start in Nederland volgde onder de naam Fixami al snel uitbreiding naar België, Frankrijk, Spanje en afgelopen jaar Italië. Binnenkort start de opmars naar het oosten en noorden. “De groei gaat heel erg hard, het is net een achtbaan: fantastisch maar ook spannend. En dat geldt ook voor onze klantenservice. De allereerste basis was email, keurig georganiseerd in mapjes en handmatig

bijgehouden. Al groeiende konden we daar vanzelfsprekend geen goede service meer mee blijven leveren en zijn we op zoek gegaan naar een betere oplossing.”

**“We zetten
onze mensen
het liefst
in voor
inhoudelijk
advies”**

Die zoektocht leidde al snel naar Cloudoe en tot diepgaande gesprekken over de wensen en eisen. “Cloudoe heeft als specialist in klantcontact ons enorm geholpen met het vormgeven van onze klantenservice en de keuze voor Genesys Cloud als platform.

Begin 2019 viel dat besluit en in april ging de telefonie over en vlak daarna ook de chat, mail, WhatsApp en Facebook Messenger. Volledig probleemloos, dat heb ik eerlijk gezegd nog niet eerder meegemaakt. Dan blijkt weer hoe belangrijk het is om een partner te hebben die mooie plannen ook in de praktijk kan waarmaken.”

Centraal

“Alle kanalen lopen nu via één platform en dat maakt het ook eenvoudig om de SLA's te blijven bewaken. We kunnen precies zien hoeveel vragen we krijgen en over welke producten en orders. Met die informatie kunnen we onze website en informatie verbeteren want hoe minder vragen, hoe beter voor iedereen. Het scheelt tijd voor de klant en voor ons in de kosten. Efficiënter werken, zonder verlies aan kwaliteit, zien we direct terug in de bottom line.”

Ook qua locatie werkt Fixami nog centraal: ze ondersteunen meerdere talen met native speakers die wel allemaal vanuit Nederland werken. Nog wel tenminste want door het thuiswerken in het afgelopen jaar blijkt dat ook met fysieke afstand toch een hechte afdeling en goede sturing kan worden gerealiseerd. “Zowel realtime als in rapportages houden



we net zo makkelijk de vinger aan de pols in het virtuele contact center als op onze kantoorlocatie. Routeren van interacties doen we op basis van skills-based routing.”

Email met AMI

De processen rondom email vragen bij Fixami om extra aandacht. “We krijgen regelmatig vragen die we niet in één keer kunnen oplossen. Er is bijvoorbeeld informatie nodig van een transporteur of leverancier. Dan moeten we de interactie even kunnen parkeren en weer opzoeken. In het begin kon dat allemaal handmatig met mapjes. Voor Genesys Cloud heeft Cloudeo een add-on gebouwd, AMI (Advanced Email Interface), die ook beschikbaar is op AppFoundry, de marketplace van Genesys. AMI maakt dat we emails kunnen labelen, doorzoeken en monitoren.”

Waar gaat het heen?

De basis is nu goed op orde, wat zijn de plannen voor de toekomst? “Fixami blijft in rap tempo groeien en het fijne is dat het contact center platform moeiteloos met ons meeschaalt. Qua klantenservice is ons ultieme doel dat klanten zelf online al hun vragen beantwoord krijgen. We zien nu precies over welke producten en orders we de meeste vragen krijgen en dat helpt ons bij het uitbreiden en aanvullen van de knowledge base. Die vormt weer de basis voor de FAQ en is straks input voor bijvoorbeeld chatbots. Wie het online zelf kan vinden en kan regelen is tevreden. Verder gaan we bijvoorbeeld vragen voorkomen door proactief te melden als een levering vertraagd is.”

Predictive engagement

“We zien ook veel mogelijkheden in predictive engagement en samen met Cloudeo gaan we daar vorm aan geven. Als echt e-commerce bedrijf verzamelen we doorlopend data, al vanaf de start ruim tien jaar geleden. Al die informatie, kennis en ervaring helpt ons nu om te voorspellen wanneer bezoekers van de website vastlopen zodat we proactief hulp aan kunnen bieden. Dat kan een suggestie zijn voor bepaalde producten maar ook specifieke informatie over gebruik, garantie of levering. Een aanbod voor chat kan ook. Belangrijk is dat het goed aansluit bij de behoefte van die specifieke klant op dat specifieke moment. Uiteindelijk komt het erop neer dat we onze mensen daar willen inzetten waar ze toegevoegde waarde hebben voor de klant en dat is bij inhoudelijk advies over de producten.”