



Partnership centraal in customer journey

van Google

November 2013



www.teleperformancebenelux.nl



@TPbenelux



Teleperformance Benelux



Teleperformance Benelux



Teleperformance

Transforming Passion Into Excellence



Inleiding

MKB-ondernemingen die succes willen boeken, moeten goed vindbaar zijn via Google. Veel ondernemers zetten daarbij AdWords in om klanten naar hun website te trekken. Google koos voor Teleperformance om AdWords-gebruikers gedurende een langere tijd te ondersteunen.

“Met AdWords kunnen MKB’ers precies zien wat ze in een online advertentiecampagne investeren en wat ze er voor terugkrijgen. Een AdWords-campagne kan je in vijf minuten opzetten. Om alle mogelijkheden van AdWords goed te benutten en het rendement van een campagne te optimaliseren heb je wel wat tijd en kennis nodig. Google helpt ondernemers daarbij graag op weg.” Sjors van Hest, Vendor Sales Manager Google, licht de werkwijze toe.

Van belang: goede culturele ‘klik’

Google neemt bij de klant de *customer journey* als uitgangspunt: “Veel van onze klanten zijn prima in staat om zelf een AdWords-campagne op te starten.

Andere klanten hebben juist aan het begin wat hulp nodig. Sommige klanten ‘stappen uit’ wanneer ze betaalgegevens moeten invoeren – die willen we uiteraard benaderen. En weer andere klanten bellen ons pas na enkele weken, bijvoorbeeld omdat ze ondersteuning nodig hebben bij het optimaliseren van meer complexe campagnes. Wij willen – ongeacht de touchpoints – dat al onze klanten warm onthaald worden en – naast een goed rendement – een zo goed mogelijke ervaring hebben.”

Brand values

“Google had al ervaring opgedaan met het ondersteunen van de MKB-markt in de VS. Dat is een zeer grote markt; als je die gericht wilt benaderen en ondersteunen, heb je aanzienlijke resources nodig. Ook voor de MKB-markt in de Benelux was opschalen nodig. Daarom ging Google op zoek naar een geschikte lokale partner. Google heeft een sterke cultuur. Wanneer wij met derden samenwerken, is het belangrijk dat zij onze cultuur begrijpen en uitdragen naar onze eindklant.”

Standaarddienstverlening? Nee, dank u.

Google heeft een RFI opgesteld met wensen en KPI's. Daarna zijn een longlist en een shortlist samengesteld, waarna aan verschillende partijen een proposal is gevraagd. "Traditioneel wordt bij dienstverlening in contactcenterland afgerekend op basis van seats of kosten per uur. Google is niet op zoek naar een standaard dienstverlening of uitbesteding. Wij wilden een shared risk-model waarbij ondernemerschap, dus het delen van risico's en van opbrengsten op basis van performance centraal staat."

"We maken de klant wegwijs, managen zijn verwachtingen en bieden begeleiding."

Alle ruimte

Ook de AdWords-dienstverlening van Google richting de klant is niet alledaags. "Meestal heeft service een kortdurend of eenmalig karakter, maar Google biedt de klant ook na het lanceren

In welke fase van zijn customer journey de klant zich ook bevindt, de adviseur krijgt alle ruimte om de klant te helpen en de relatie te managen. Ook door proactief te bellen met de MKB'er, en de resultaten en de mogelijkheden tot verdere optimalisatie te bespreken. Dat stelt eisen aan de contactcenteradviseur: hij of zij moet dus ook een relatiebouwer zijn."

De voorbereiding

Google heeft na de RFP-fase weloverwogen voor Teleperformance gekozen. Verrekenmodel, culturele fit en de gedeelde visie over samenwerken in een niet alledaags partnership gaven de doorslag. In enkele maanden tijd heeft Van Hest met het lokale management van Teleperformance in Tilburg het project voorbereid. Begin 2011 ging Google van start met een team van tien Google adviseurs, die net als de eigen Google-medewerkers, een Google certified trainingsprogramma doorliepen.



[Bekijk ook het Youtube Filmpje: Partnership Google en Teleperformance](#)





Het resultaat: wegens succes opschalen

Klanttevredenheid is voor Google even belangrijk als een goed conversieresultaat. Dat de medewerkers van Teleperformance goed presteren, komt op verschillende manieren naar voren.

De KPI's en conversiedoelstellingen worden behaald. "Vrij snel na de start is de capaciteit van het Google team aanzienlijk uitgebreid. Het verloop in het hoogopgeleide team is vele malen lager dan wat gebruikelijk is in de contactcenterwereld."

De agents hebben zowel binnen als buiten Teleperformance goede carrière-mogelijkheden, hetgeen het professionele karakter van de job onderstreept. Twee Google-adviseurs hebben, na een periode op het Google Project te hebben gewerkt, op basis van hun prestaties direct een baan bij Google gevonden.

Bekroond partnership

Het winnen van de Partnership Award bij de Nationale Contactcenter Awards – de belangrijkste klantcontactprijs in Nederland – maakt duidelijk hoe belangrijk een goede match qua cultuur is. Niet alleen op het vlak van klantcontact, zodat het merk Google goed wordt vertegenwoordigd, maar ook als het gaat om samenwerking. Het shared risk model zorgt voor een *echt* partnership: "Het team in Tilburg is transparant en denkt altijd mee in oplossingen. Dat maakt het gemakkelijker om uitdagingen op tafel te leggen en verbeteringen door te voeren. De KPI's worden gehaald, maar minstens even belangrijk is dat klanten ons lovende e-mails en taarten sturen. Dat zijn de leukste.

"De afgelopen jaren hebben we geleerd precies het juiste personeel binnen te halen en te behouden."

Voor meer informatie kan je contact
opnemen met
thenetherlands@teleperformance.com

of 079 – 750 31 67

www.teleperformance.com

www.teleperformancebenelux.nl