

Omoda schrapt 'te dure' videochat

21-10-2015 22:00

Omoda is gestopt met videochatten met zijn klanten. Sinds begin oktober biedt de schoenenretailer de dienst niet langer aan.

Videochat is vooral geschikt voor het bieden van stylingadvies, vertelt Jan Pieter Honkoop, manager klanttevredenheid in het novembernummer van RetailTrends. Klanten gebruikten de service echter met name om praktische vragen te stellen. "Bijvoorbeeld over de pasvorm, voorraden en bestelopties. Tja, voor dit soort informatie is zo'n oplossing gewoon te duur."

Omoda heeft in plaats van de videochat zijn live chat uitgebreid met zogenoemde co-browsing. Via een speciale verbinding browse een medewerker live met de klant mee en helpt zo de bestelling af te ronden.

De schoenenketen startte een jaar geleden met videochats vanuit het nieuwe dc in Zierikzee. Het dc is voorzien van een winkel, waar medewerkers van de klantenservice naartoe kunnen om een model te tonen aan de chatter. "Hierdoor hebben klanten een betere voorstelling hoe een model eruitziet", verklaarde e-commerce manager Gertie Bin destijds. Voor de medewerkers van de klantenservice was de service daarnaast een middel om meer betrokkenheid met het product op te bouwen.

In het novembernummer van RetailTrends vertellen Jan Pieter Honkoop en andere experts over de wijze waarop retailers via chat de klantenbinding versterken en de conversie verhogen.