

'Belang van WhatsApp voor retail neemt toe'

23-11-2015 11:48

WhatsApp gaat steeds vaker de webcare-plek overnemen van Facebook en Twitter. Consumenten hebben namelijk steeds minder geduld om te wachten op een antwoord via social media. Dat voorspelt directeur Loek de Wijze van CRM-provider Teleperformance in het novemnummer van EtailTrends.

Het belang van live communicatie met klanten neemt in de toekomst steeds meer toe, aldus De Wijze. Daardoor moeten de klantcontactmomenten op een andere manier over de kanalen worden verdeeld. Ruim de helft van de consumenten verkiest nu al chat boven telefonisch contact en bijna driekwart heeft liever contact via de chat dan e-mail, zo blijkt uit onderzoek van Interactive.

Retailers moeten zich echter niet klakkeloos op chatdiensten storten, maar doen waar hun klanten behoefte aan hebben. De Wijze wijst daarbij op de verschillen tussen generaties. Waar de generatie X (geboren tussen 1965 en 1980) het liefst communiceert via een chatdienst, hebben babyboomers liever telefonisch contact. "Chat en WhatsApp zijn geen speeltjes, je moet gaan zitten waar je klanten zitten."

In het novemnummer van EtailTrends gaat Loek de Wijze verder in op de manier waarop retailers chatdiensten als WhatsApp kunnen inzetten. Jan Pieter Honkoop, manager klanttevredenheid van Omoda, vertelt daarnaast hoe de schoenenketen WhatsApp gebruikt voor klantcontact. Het novemnummer van EtailTrends is samen met RetailTrends verschenen. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)