



See

DE GROOTSTE TICKETSHOP VAN NEDERLAND

Petticoat



DE AMSTEL



See

DE GROOTSTE TICKETSHOP VAN NEDERLAND



SOLDAAT VAN ORANJE
DE MUSICAL



GLAS



DOORWAFERS



SOUND OF DATA BIEDT SEE TICKETS DE OPLOSSING...

SEE verzorgt de verkoop van tickets op het gebied van vrijwel elk soort entertainment. Zij verkopen per jaar ongeveer vier miljoen tickets en heeft het breedste entertainmentaanbod van Nederland. Het is dan ook niet verwonderlijk dat SEE regelmatig te maken krijgt met pieken in het telefoonverkeer en wilde een structurele oplossing om deze pieken op te vangen. SEE ging daarom op zoek naar dé specialist in Nederland op dat gebied en vond deze in Sound of Data.

Door: Mary-Jo van de Velde – de Leeuw. Foto's: ©NFP Photography / Bas van Rijssel

Yvonne Lohman: “Een paar jaar geleden besloot een producent een campagne te voeren voor een bepaalde productie. Wij hadden echt niet verwacht dat de vraag naar deze tickets buiten proportie zou zijn en dat hebben wij geweten. Dagelijks stonden er van 10.00 uur tot 22.00 uur gemiddeld 200 bellers in de wacht. En wat doe je dan? Om de personele bezetting uit te breiden zijn we heel snel gaan werven maar die mensen heb je niet binnen een week gevonden en opgeleid dus zochten wij naar een andere oplossing. Sound of Data heeft toen binnen een maand een applicatie gebouwd waarmee we de pieken konden opvangen; klanten die belden kwamen terecht in een terugbelmechanisme. Zij konden hun telefoonnummer achterlaten en werden gegarandeerd diezelfde dag nog teruggebeld. Zodoende hadden wij de tijd om onze personele bezetting op orde te brengen en werden de klanten optimaal bediend. Zo is eigenlijk het begin van de applicatie ontstaan. SEE heeft heel veel piekmomenten (oftewel mismatch tussen aantal agents en inkomende gesprekken; er kan al een piek zijn bij twee agents en vier inkomende gesprekken) waar je met je bezetting nauwelijks op in kunt spelen. Het gebeurt bijvoorbeeld regelmatig dat de producent mij pas op de dag zelf informeert dat er bijvoorbeeld een

actie aankomt. En dan staat de advertentie die dag al wel in alle kranten met ons telefoonnummer erbij! Zo'n piek is dan zodanig groot, dat er echt wat moest gebeuren. En dan is het fijn dat je kunt terugvallen op een oplossing die ons nog nooit in de steek heeft gelaten.”

Pieter van Hoof: “SEE vroeg ons om een oplossing voor alle binnenkomende lijnen op piekmomenten. Dat zijn er in totaal vijftien; allemaal 0900-nummers. De opdracht was om de lijnen zo goed mogelijk te kunnen sturen. Dat houdt in dat wanneer er een piek op een lijn is, de andere lijnen er geen last van mogen ondervinden. En dat is gelukt! Veel mensen denken dat de oplossing gezocht moet worden in het aanschaffen van meer lijnen maar dat hoeft niet zo te zijn. Je kunt qua aantal lijnen niet op tegen het aantal telefoontjes op piekmomenten. Mensen krijgen dan een ingesprektoon en gebruiken “redial” net zolang tot ze er wel doorheen komen.”

“Wij kunnen precies zien hoe vaak dat gebeurt en dat is best schrikken. Sommigen drukken bij grote campagnes wel achttien keer op de redialknop en dat leidt alleen maar tot meer verstoppingen op de lijn,” vertelt Lohman. “Dus in plaats van er snel doorheen komen, verstopt je de lijn. De oplossing van Sound of Data is voor ons echt perfect. Stel dat de tickets voor een productie

met 50 procent korting worden aangeboden en iedereen belt naar het hoofd 0900-nummer, dan moeten de andere 0900-nummers ook gewoon in de lucht blijven zonder wachttijden. Als een actie ervoor zorgt dat er lange wachttijden ontstaan, dan mogen andere klanten (en nummers) daar natuurlijk geen last van hebben. Nu kan de supervisor de piekopvangapplicatie aanzetten op piekmomenten. Afhankelijk van het aantal beschikbare agents, kun je daar ook de lijnen op aanpassen. De overige klanten komen dan terecht in het terugbelmechanisme. Wanneer het piekmoment voorbij is, zet je de applicatie weer uit. Niets meer, niets minder.”

Van Hoof: “We zijn heel blij dat we dit voor SEE hebben kunnen doen en dat zij zo tevreden zijn over onze dienstverlening. We zijn echt een technisch faciliterend bedrijf en dat betekent dat wij ons richten op innovatieve communicatieoplossingen op welk gebied dan ook en in welke branche dan ook. Of het nou gaat om het verwerken van je meterstand voor een energiebedrijf, het maken van een mobiele applicatie tot het opvangen van hele grote bel- en sms-acties zoals bij RTL en de Publieke Omroep; je kunt voor al die diensten bij ons terecht. Wij onderscheiden ons heel duidelijk van grote telecomaانبieders zoals KPN en hun dochter onderneming Newtel Essence, die extra lijnen aanbieden om de piekopvang te lijf te gaan. Daarin zit niet de oplossing! Waarom zou je investeren in heel veel nieuwe telefoonlijnen en bijbehorende telefooncentrales als je die de rest van tijd niet gebruikt? Dat zijn hele forse investeringen terwijl dat totaal niet nodig is bij piekverkeer. Daar ligt dus precies het snijpunt tussen Sound of Data, de klanten en de leveranciers. Wij zijn namelijk de enige partij in Nederland die beschikt over meer dan 7.000 lijnen

**“JE KUNT
GEWOON
EEN SMS-JE
KRIJGEN OP
HET MOMENT
DAT DE
WACHTRIJ
(BIJNA) WEG IS”**

Piet van Hoof is
salesmanager bij
Sound of Data



die we simultaan kunnen inzetten voor talentenshows of tv-acties voor Goede Doelen. Je kunt dus meerwaarde creëren uit een dergelijk telecomnetwerk zonder dat een klant hoeft te investeren in capaciteit, hardware of agents. Wij kunnen onze overcapaciteit inzetten voor anderen en doen dat met plezier.”

Lohman: “Ieder callcenter krijgt te maken met piekopvang. Voor een callcentermanager is niets erger dan het aantal “abandonend calls” (gemiste oproepen) op te zien lopen. Het is makkelijk uit te rekenen hoeveel transacties (en dus omzet) je daarmee misloopt terwijl je dat met een simpele én betaalbare oplossing, tot het verleden kunt laten behoren.”

“Daarbij kun je als callcenter ook zelf bepalen op welke manier je de piekopvang wilt regelen,” gaat Guido Jongen verder. “Dat kan doordat klanten hun telefoonnummer achterlaten en zij worden teruggebeld. Je kunt er ook voor kiezen om deze klanten een sms-je te sturen wanneer de wachtrijen zijn verdwenen. Iemand voorrang verlenen wanneer die bijvoorbeeld voor een derde keer

Guido Jongen is
accountmanager
bij Sound of Data



Yvonne Lohman is
manager customer
contactcenter bij See
Tickets.



See Tickets Nederland B.V.

SEE biedt organisatoren van live entertainment een compleet, hoogwaardig en innovatief dienstenpakket voor ticketverkoop, informatievoorziening en marketing- en promotieondersteuning. SEE verkoopt per jaar ongeveer 4 miljoen tickets en heeft het breedste entertainmentaanbod van Nederland. Met het grootste, in entertainmentverkoop gespecialiseerde, inhouse callcenter van Nederland, een grote eigen marketingafdeling met onder andere twee databaseanalisten en een klantendatabase van 3,8 miljoen klanten, is SEE niet alleen de grootste maar ook de veelzijdigste ticketingorganisatie van Nederland.

belt, het kan allemaal. Wij bieden alle mogelijkheden om de klant zo goed mogelijk te bedienen in tijden van drukte. Callcenters worden verlost van wachtrijen en doordat je terugbelt, hoeft de klant ook niet meer te betalen voor nodeloos wachten. Dit is de oplossing om de jaarlijks terugkerende Kamerdiscussie over 0900-nummers, voor te zijn. Elk jaar worden er namelijk wel Kamervragen gesteld over de kosten van deze nummers en de mate waarin mensen veel geld kwijt zijn door de wachttijden. Onze dienstverlening richt zich er ook op dat de branche proactief meedenkt aan een oplossing. Dat zijn ook de onderliggende doelstellingen. Het is namelijk voor iedereen vervelend om te moeten wachten. Voor de beller maar ook voor het bedrijf waar naartoe wordt gebeld. Het kost tijd maar het zorgt ook voor veel ergernis en dat is absoluut niet nodig met alle moderne oplossingen. Het platform van Sound of Data behoort tot de grootste in Europa. Ook moderne technieken als IP, spraakherkenning en text-to-speech behoren tot de mogelijkheden.”

Jongen: “Wanneer je geen zorgen wilt hebben om de technologie maar volledig wilt richten op de klanttevredenheid, dan is dit de ideale oplossing voor elk callcenter.”

SOUND OF DATA

Sound of Data is dé partner voor advies, ontwikkeling en onderhoud op het gebied van telefonie-, SMS- en diensten. Uw wensen vertalen zij in gebruiksvriendelijke oplossingen.

U kiest voor Sound of Data om:
beter bereikbaar te zijn;
kosten te besparen;
efficiënter met uw tijd om te gaan.

Sound of Data is een vooraanstaande speler in de Europese markt voor geautomatiseerd klantcontact. Wij volgen de nieuwste ontwikkelingen op de voet. U krijgt van ons een advies op maat dat voldoet aan de eisen van de moderne tijd.

Wilt u meer informatie over de oplossingen van Sound of Data, neem dan contact op via guido.jongen@sod.nl of 06-55690169