

5 redenen om een klantenportaal te implementeren.

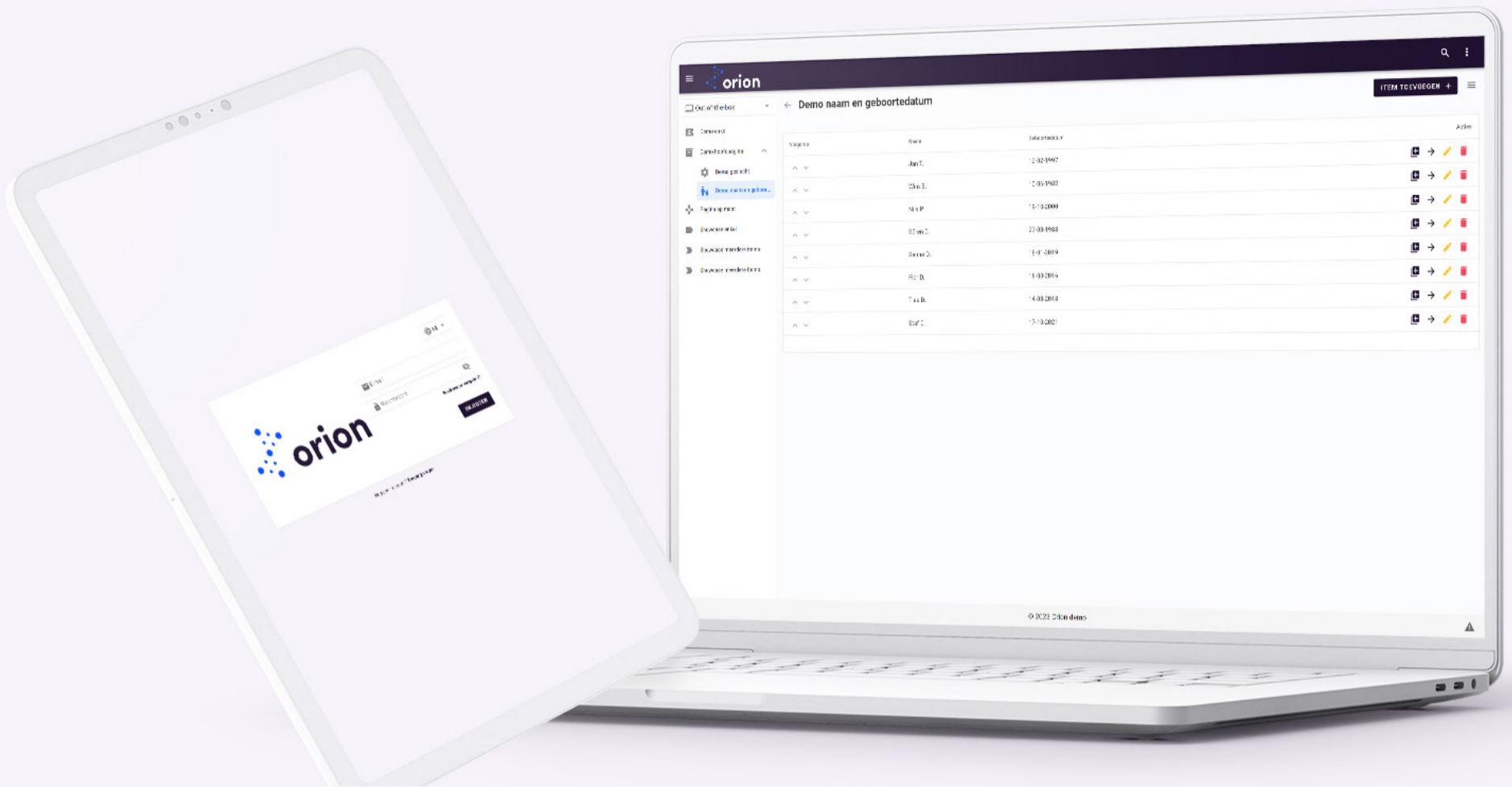
— AANGEBODEN DOOR

 **streamliners**



Inhoud

– WAT IS EEN KLANTENPORTAAL?	3
– VOOR WIE IS EEN KLANTENPORTAAL?	4
– HOE IMPLEMENTEER JE EEN KLANTENPORTAAL?	6
– DE VOORDELEN VAN EEN KLANTENPORTAAL	7-8
– CONCRETE VOORBEELDEN VAN KLANTENPORTALEN	9



— INLEIDING

Wat is een klantenportaal?

Een klantenportaal is een **afgeschermd online platform of webapplicatie** waarmee bedrijven interactie hebben met hun klanten. Een klantenportaal biedt toegang tot verschillende services, informatie en functies die relevant zijn voor de klant.

Zowel grote als kleine bedrijven in alle sectoren zetten klantenportalen in voor verschillende redenen zoals bijvoorbeeld **online verkopen, informatie aanbieden, informatie ontvangen, beheren van diensten...**

Tot zover de abstracte uitleg.

Denk aan het webportaal dat je gebruikt om jouw internet abonnement te beheren of het platform gelinkt aan jouw tankkaart. Je kan er relevante informatie raadplegen, maar ook wijzigingen aanbrengen aan jouw abonnement.

Stel je voor dat al deze interactie via e-mail of telefoon zou verlopen. Dit zou totaal inefficiënt zijn en tijdverlies betekenen voor alle partijen. Daarom wordt een klantenportaal ingezet om deze **veelvoorkomende taken te automatiseren**.

– VOOR WIE

Ieder bedrijf kan een klantenportaal implementeren.

In de inleiding las je dat een klantenportaal relevant kan zijn voor ieder bedrijf dat wil automatiseren, maar is dit ook voor ieder bedrijf haalbaar?

Even tijd voor reclame: als webbureau ontwikkelden wij Orion, een platform om makkelijk klantenportalen te ontwikkelen. Dit zorgt ervoor dat we **efficiënt kunnen werken en snel resultaat boeken**. Wij zeggen dus volmondig ja!

Hoe uitgebreider of complexer het idee, hoe meer maatwerk we hebben. We werken daarom steeds met een **vaste prijs en scope**. Zo kunnen we samen met jou berekenen wat de ROI is en of het project al dan niet haalbaar is.



Meer informatie op <https://streamliners.be/producten/orion>



“Alle communicatie via telefoon
of e-mail? Dat is voor iedereen
tijdverlies.”

– GEWAAGDE UITSPRAAK :)

– HOE

Alles start met een idee en een goede partner om mee samen te werken.

Je leest dit ebook, wat minstens wil zeggen dat het onderwerp jou interessert, maar waarschijnlijk heb je ook een concreet idee dat jouw bedrijf vooruit kan helpen. Mocht dit niet het geval zijn, dan zullen de volgende pagina's vast en zeker inspiratie bieden.

Zoek naar een partner (zonder namen te noemen) die expertise heeft in het bouwen van webportalen. Via een verkennend gesprek kunnen **ideeën uitgewisseld** worden en kan de **haalbaarheid** van het project besproken worden. Vraag deze partner om een inschatting of **grootteorde** van het project te bezorgen. Zo weet je snel of je verder wil en kan.

Wil je verder met het project? Dan volgt er nu een **analyse**. In de analyse vind je een **gedetailleerd overzicht van de werking en functionaliteiten** van het klantenportaal. Uit de analyse volgt ook een **officiële offerte**.

Akkoord met het voorstel en de doorlooptijd? Goed. Je hebt een partner gevonden die jouw klantenportaal zal bouwen.

Daarna volgen de **ontwerpfase, ontwikkelingsfase** en al dan niet **interacties met andere leveranciers**. Stel dat je bijvoorbeeld het klantenportaal wil koppelen aan een ERP-pakket, dan zal ook deze leverancier meestal een kost aanrekenen om wijzigingen aan te brengen. Nadat alles afgerond is en tussentijds getest werd, volgt de **finale testfase en go-live** van het project. De go-live is meer dan het project lanceren. De dagen na de lancering zal de ontwikkelaar de tijd voorzien om snel te reageren op eventuele problemen.

Let op! Dergelijke projecten vragen ook tijd van jou en van collega's. **Voorzie daarom de nodige tijd en resources.**

1 TIJD REDUCEREN

Misschien is tijd reduceren wel de voornaamste reden om een klantenportaal te implementeren. Wie tijd reduceert kan **sneller groeien**. Door **repetitieve taken te automatiseren bespaar je tijd**. Hoeveel overbodige e-mails of telefoontjes kan jij besparen door processen te automatiseren? De gewonnen tijd kan je inzetten voor de **verdere uitbouw** van jouw bedrijf.

- **BESTELLEN**: bestellingen plaatsen van producten of diensten
- **AFTER SALES**: retouraanvragen en herstellingen
- **ACCOUNTBEHEER**: wijzigen van persoonlijke gegevens, bestellingen, commerciële voorkeuren...
- **INFORMATIE RAADPLEGEN**: facturen, status van bestellingen, productinformatie, prijslijsten, promotiemateriaal, rapporten...
- **ACCOUNTBEHEER**: wijzigen van persoonlijke gegevens, commerciële voorkeuren

2 ONLINE VERKOPEN

We haalden het hierboven al even aan: **e-commerce** is ook vaak een reden om een klantenportaal te implementeren. Via een klantenportaal kan je jouw producten of diensten **afgeschermd verkopen zonder dat concurrenten of consumenten meekijken**. Je kan het proces eenvoudiger en aangepast aan jouw producten of diensten maken. Vaak is de klantenbeleving op een klassieke webshop wat omslachtiger. **Vlotter en eenvoudiger kunnen bestellen** dan bij de concurrent is een niet te onderschatten voordeel. Heel wat consumenten verkiezen Coolblue of Bol.com tegenover goedkopere nichewebsites die minder gebruiksvriendelijk zijn.

- **DIENSTEN**: niet enkel producten, maar ook diensten kan je verkopen via een klantenportaal. Zo verkopen wij bijvoorbeeld regiepakketten in de vorm van credits.
- **SLIMME INZICHTEN**: via data kan je achterhalen waar jouw klanten individueel in geïnteresseerd zijn
- **UP- EN CROSS-SELL**: laat klanten kennismaken met alternatieven of andere gamma's
- **KOPPELINGEN**: koppel een klantenportaal aan jouw ERP- of CRM- software zodat alle informatie automatisch gesynchroniseerd is

3 LOYALITEIT

Blijf **top of mind** bij klanten en creeër **loyale ambassadeurs**. Een klantenportaal kan dit stimuleren door een **hedendagse en vlotte interactie** aan te bieden tussen jouw bedrijf en de klant. Heel wat bedrijven willen aantonen dat ze investeren in de toekomst, digitaliseren en de beste service aanbieden aan hun klanten. Een digitaal product kan hier ook voor ingezet worden. Denk maar aan de mobiele app van KBC. Een mooi voorbeeld van hoe een bedrijf bewust fans wil creëren door middel van een digitale service. Klanten zijn hoe langer hoe **meer fan van de digitale tools en minder fan van het bedrijf zelf**.

4 24/7 BESCHIKBAAR

Veel uitleg hoeft het niet, maar via een klantenportaal kan je 24/7 service aanbieden. Buiten de kantooruren kan de klant zelf uitleg vinden via de FAQ of het kenniscentrum, bestellingen plaatsen of wijzigen, retours aanvragen, een supportticket openen...

5 DATA IS HET NIEUWE GOUD

Je kan heel wat **nieuwe informatie** verzamelen over jouw klanten. Deze informatie is goud waard. Je krijgt hierdoor **nieuwe inzichten en ideeën** die je anders niet zou krijgen. Data capteren en analyseren is een must voor bedrijven die **proactief willen zijn** en snel willen inspellen op de snel **veranderende klant**. Een voorbeeld: je weet welke producten of diensten een klant bekijkt maar niet bestelt. Koopt deze klant bij een concurrent? Is de klant niet overtuigd van het product? De account manager kan hier handig op inspelen.

Ter inspiratie: enkele voorbeelden van projecten die we realiseerden.

- **KLANTENPORTAAL VOOR EEN KLEDINGMERK:** een klantenportaal waar klanten en agenten orders kunnen plaatsen, informatie en rapporten kunnen raadplegen.
Het resultaat: grote tijdswinst voor zowel klanten als medewerkers
- **BEELDENDATABANK VOOR EEN MARKETING AGENCY:** een databank waar video's en bronbestanden kunnen uitgewisseld worden of bekeken worden ter inspiratie. Zowel voor freelancers als interne medewerkers.
Het resultaat: geen dubbel werk door een overzichtelijke database met reeds uitgewerkte projecten
- **TICKETINGSYSTEEM:** een op maat gemaakt ticketingsysteem voor een klant uit de VoiP sector. Klanten kunnen makkelijk via e-mail problemen melden en krijgen notificaties.
Het resultaat: het supportteam werkt efficiënter door een portaal op maat van het bedrijf
- **LOYALITEITSPROGRAMMA'S:** we maakten meerdere klantenportalen waarbij klanten punten kunnen sparen en/of een voordeel kunnen krijgen. De tussentijdse notificaties zorgen ervoor dat de klant top of mind blijft.
Het resultaat: Top of mind blijven bij klanten en meer loyale klanten creëren.
- **E-MAILMARKETING:** we ontwikkelden meerdere klantenportalen die automatisch e-mails versturen op basis van het aankoopgedrag. Zo krijgen klanten bijvoorbeeld onderhoudstips voor producten die ze aankochten of informatie over upsell of cross-sell producten. Wegens succes in de optieksector hebben we er zelfs een kant-en-klaar product voor gemaakt.
Het resultaat: Meer up- en cross-sell. Top of mind bij klanten. Meer loyale klanten.
Meer informatie op <https://streamliners.be/producten/optixmailer>
- **CREDITS WEBPORTAAL:** voor eigen gebruik maakten we een webportaal waar onze klanten regiepakketten kunnen bestellen. Het aantal uren dat iedere klant ter beschikking heeft is zichtbaar in het portaal in de vorm van credits. Onze klanten krijgen een e-mail wanneer het totaal gewijzigd werd.
Het resultaat: Transparante communicatie en een duidelijk overzicht
- **WAT IS JOUW IDEE? SHOOT!** soren@streamliners.be



– MERCI!



Bedankt om tot hier te lezen.

Wij zijn Streamliners, een webbureau uit Roeselare en gespecialiseerd in het bouwen van **webportalen, online platformen en apps.**

Vragen of opmerkingen? Neem gerust contact op met Sören!



soren@streamliners.be

051 67 00 31