

The conversation company
Steven Van Belleghem

Inzichten

- Conversaties zijn de basis voor beslissingen en percepties v.e merk
- Onderbenut conversatie potentieel
 - 28 % vd klanten zijn HEEL tevreden
 - Medewerkers zijn TROTS
- Bedrijfs paradoxen
 - Positieve word-of-mouth managen we niet
 - Bedrijven communiceren onpersoonlijk
 - Klanten willen gelukkig zijn
 - Service wordt gezien als een kost
 - Klanten willen vrienden zijn
 - Reclame zijn beloftes, waar zijn de bewijzen ?
 - Consumenten beschikken over de nieuwste technologie

Het hart van de Conversation Company

- Cultuur
 - Missie en waarden is nog geen cultuur
 - Mensen door verhalen de cultuur laten leven
 - Krachtige waarden
 - Open : transparant
 - Authentiek : echt
 - Fun : goed gevoel
- Mensen
 - Klanten willen helpen
 - Luister
 - Betrek
 - Werk samen
 - Medewerkers zijn trots
 - Zorg dat uw medewerkers weten wat ze mogen zeggn
 - Zorg voor content
- Sociale media
 - Middel, geen doel
 - Bereik : iedereen kan aan internet, ook zonder PC of werkplek
 - Strategie
 - Fans bereiken
 - Structurele samenwerking

Pijlers

- Customer experience
 - Tevredenheid vd klanten
 - Conversatie waarde van elk contact (reclame, interactie, product, ...)
- Conversatie
 - Hoe conversaties managen
 - Observeer (= luister) als manager
 - Faciliteer als merk
 - Participeer als persoon
 - Uw doelgroepen
 - Echte fans Faniek positief
 - Content geven
 - Bedanken
 - De positievelingen Menen het goed meet u
 - Betrekken
 - De neutralen Liggen niet wakker van u
 - Activeren iets waardevol geven
 - De negatievelingen
 - Luister Ga de dialoog aan
 - Haters
 - Luister naar de aanleiding Ga niet in discussie
- Content
 - Doel
 - Expertise tonen
 - Relatie met klanten onderhouden Waarde geven (geen promoties)
 - Nieuwe klanten aantrekken
 - Planning
 - Updates - speldenprikken
 - Projecten rond een thema
 - Campagnes op korte termijn om iets te forceren
- Collaborate
 - Cocreatie
 - Nieuwe producten nieuwe ideeën
 - Structurele collaboratie
 - Luister naar de conversaties
 - Interne communities
 - Externe communities met klanten
 - Focus communities met fans
 - Hoe motiveren ?
 - Sociale beloning participatie belonen
 - Toon / deel resultaten
 - Conversatie = twee richtingen meer dan passief luisteren
 - Geef persoonlijke waarde

Veranderingsproces

- Opbouwen van kennis
 - Opbouwen van kennis
 - Interne en externe conversatie audit
 - Opleidingen
 - Policy - strategie - conversatie gids
 - Betrek de moeilijke stakeholders van bij het begin
 - HR afdeling
 - Sociale partners
 - Infrastructuur
 - Social media accounts
 - Voorzie soft- en hardware
- Piloot projecten
 - Manage conversations
 - Conversation manager
 - Conversation Center of excellence
 - Selecteer enkele piloot projecten
 - Luister naar de klanten
 - Actieve luistercultuur
- Integratie en hefboom effecten
 - Verzorg de 4 C's
 - Gebruik de 4 C's actief
 - Flexibiliteit
 - Snel reageren
 - Korte product innovatie tijd
 - Succes indicatoren
 - Financieel
 - Tevreden klanten en medewerkers
 - Conversaties