

Tracebuzz

lanceert nieuw platform voor veilig communiceren via messaging

Veel consumenten gebruiken het liefst messaging-platformen om te communiceren met anderen omdat ze eenvoudig en effectief zijn. Om dezelfde redenen winnen chat- en social-mediakanalen steeds sneller terrein in de wereld van klantcontact. Je kunt echter vraagtekens zetten bij belangrijke zaken zoals eigendom van de data en security. Parley, het door Tracebuzz geheel nieuw ontwikkelde instant messaging-platform, brengt daar in vele opzichten verandering in.

Eerst een stapje terug in de tijd, naar 2009. De consument wordt door social media steeds invloedrijker. Organisaties die willen weten wat er over hen wordt gezegd op social-mediakanalen, vinden in de social media-oplossing van Tracebuzz de oplossing. De software brengt de content van miljoenen online bronnen in meer dan 70 talen helder in kaart en analyseert alle gegevens. Met Tracebuzz, dat als motto 'creating customer happiness' heeft,

DE KRACHT VAN
TRACEBUZZ ZIT 'M IN SNEL
KUNNEN SCHAKELN

kunnen organisaties via nieuwe kanalen adequaat, persoonlijk, snel en effectief reageren op wat er leeft rondom hun merk. Met andere woorden: het gesprek met de doelgroep aangaan. Een van de redenen waarom bedrijven zoals banken, verzekeraars, retailers, dienstverleners en wereldwijd opererende softwareorganisaties kiezen voor Tracebuzz, is omdat het bijzonder goed te integreren is in de bestaande IT-architectuur en zodoende direct bijdraagt aan een completer klantbeeld.

De beperkingen van live chat

We maken een sprongje vooruit, naar 2014. Het tempo van veranderingen in gewenste en gebruikte manieren van contact tussen consumenten en organisaties, blijft onveranderd hoog. Terwijl live chat steeds populairder wordt, denken ze bij Tracebuzz al een stap verder. "Live chat is in veel situaties lang niet zo'n ideaal kanaal als wordt gedacht", zegt oprichter Marco van de Kamp. "Voor de klant niet omdat je moet identificeren en de

chat open moet houden terwijl je wacht; eerst op verbinding met de agent en vervolgens op antwoord. Eigenlijk kun je tussendoor niet iets anders doen en je kunt niet te lang wachten met reageren. Of de chat op een wenselijke manier is afgesloten of juist niet, het starten van een nieuwe chat maakt niets van de geschiedenis bekend. Immers, elke chat heeft een begin en een eind en er wordt geen historie opgebouwd. Vertrouwelijke informatie krijg je niet via dit kanaal, want dat is wegens privacywetgeving niet toegestaan. Voor de organisatie is live chat ook niet ideaal en niet alleen vanwege het identificatie-obstakel – je weet niet of je gesprekspartner wel degene is die hij zegt te zijn. De chat moet open blijven terwijl de agent wacht op een reactie en dat veroorzaakt al snel overbelasting op het chat-kanaal. Met als gevolg dat de live chat op non-actief gaat tot er weer capaciteit is. Maar het belangrijkste nadeel is wel dat het kanaal niet veilig genoeg is om vertrouwelijke informatie te delen. Een veilig instant-messaging platform leek me een beter alternatief voor consumenten én organisaties."

PARLEY.

What's in a name

De naam Parley komt van 'parler', het Franse woord voor praten. De verbinding met wat Parley doet, is wel duidelijk. Minder direct, maar voor Tracebuzz minstens zo belangrijk, is de verwijzing naar Parley for the Oceans, de milieuorganisatie die oceanen beschermt tegen plastic afval. En dan is er nog de verwijzing naar het Engelse zelfstandig naamwoord 'parley', dat staat voor de wil om de discussie met betrekking tot een meningsverschil te beëindigen.



Snel schakelen

Mohamed Abdallaoui, medeoprichter van Tracebuzz en verantwoordelijk voor de structuur- en ontwikkeling van het bedrijf, licht toe hoe het idee van Van de Kamp een vlucht nam: "Marco is zeer creatief en bovendien een goede programmeur. Binnen de kortste keren kwam hij met een 'pre-bètaversie'. Sander Spiegelenberg, die zich anderhalf jaar geleden aansloot bij het oprichtersduo en zich bezighoudt met strategie en partnerships, voegt toe: "De kracht van Tracebuzz zit 'm in snel kunnen schakelen en slagkracht omdat we in huis ontwikkelen. Via korte lijnen helpen wij met focus het klantcontact van organisaties op topniveau te brengen. Bovendien stelt het ons in staat om snel met ideeën aan de slag te gaan, zoals bij ons messaging-platform. Door het succes van Tracebuzz in de afgelopen jaren kunnen we innovatief doorontwikkelen."

Geavanceerd en veilig communiceren

Terug naar de ontwikkeling van Parley. Het basisidee was dus een messaging-oplossing maar dan geavanceerder en veiliger dan de bestaande oplossingen, in de eigen apps en (mobiele) websites van de klant. Abdallaoui licht toe: "De berichten zijn kort en concreet, daarom hebben we gekozen voor links-rechts-communicatie voor zowel de agent als de klant. Zodra het gesprek start is de validatie een feit door veilig inloggen in de app of op de 'mijnomgeving'. De hele conversatie blijft zichtbaar staan en wordt niet afgesloten; beide partijen kunnen op elk gewenst moment de draad van het gesprek weer oppakken. Als er een antwoord is, krijgt de ontvanger een notificatie; je kunt ondertussen dus ook andere dingen

doen. Het Parley-platform bewaart alle data en synchroniseert deze met de klantcontact- en CRM-systemen van de organisatie; de informatie wordt opgeslagen op eigen servers. Maar het allerbelangrijkste kenmerk is wel dat elke conversatie plaatsvindt in een beveiligde omgeving. Parley kan worden ingebouwd in de website en in eigen apps - zowel voor android als iOS - en compleet in de huisstijl worden vormgegeven. En het is ook al compatibel met toepassingen voor 'bot' en kunstmatige intelligentie."

Pilotprojecten als ambassadeurs

"We gaan Parley officieel lanceren tijdens Multichannel 2017", zegt Spiegelenberg. "Maar niet met veel bombarie, dat past niet bij ons. De beste ambassadeurs van Parley zijn de pilots die twaalf maanden hebben gedraaid bij een van de grootste retailers van ons land en bij een financiële instelling. Bij de een is de oplossing getest onder een geselecteerde groep klanten en alleen via de website. Klanten hebben de nieuwe manier van communiceren snel geadopteerd; in korte tijd was het contactvolume van Parley groter dan alle social-mediakanalen samen. Bij de andere pilot-organisatie, waar Parley ook was geïntegreerd in de app, oversteeg het binnen vier maanden het volume van social-mediakanalen, die de organisatie al vier jaar inzetten." Alleen al in Nederland gebruiken tien miljoen mensen messaging. Als je dat veilig kunt aanbieden aan je klanten, communiceer je dus via het kanaal van hún keuze en kun je bovendien proactief support bieden. Daar worden klanten blij van. Het motto van Parley past daar perfect bij en willen we wel vast verklappen: 'redefining customer happiness'."