

# IPG HEEFT NEDERLANDSE MARKT IN HET VIZIER

In Nederland is IPG volgens eigen zeggen 'een uitdager', maar als het aan head of sales Bert Vanmanshoven ligt komt daar verandering in. De Belgische marktleider op het gebied van contact center outsourcing wil de Nederlandse markt nadrukkelijker bedienen en heeft potentiële klanten een interessante propositie te bieden.



*Van links naar rechts: Naci Eroglu, Martijn van Noort, Bert Vanmanshoven*

Sinds kort waait er een nieuwe wind door IPG Nederland. Het nieuwe management team, bestaande uit general manager Naci Eroglu, head of sales Bert Vanmanshoven en sales manager Martijn van Noort, wil een groter aandeel in de Nederlandse markt verwerven. Het bedrijf bedient meer dan zeshonderd klanten in uiteenlopende sectoren, zoals e-commerce, retail en fast moving consumer goods. Daarnaast is de onderneming sterk vertegenwoordigd in technische helpdesks van bijvoorbeeld energiemaatschappijen. Met name door de groei in e-commerce ziet IPG veel kansen in Nederland. 'Daar ligt onze expertise ook, en we willen graag meegroeien met die e-commercebedrijven', zegt Vanmanshoven. 'In Nederland zijn we zeker niet klein, we hebben vijfhonderd medewerkers. Toch zijn we nog niet voldoende gekend, dus gaan we hard inzetten op het creëren van brand awareness door het opvoeren van de commerciële activiteiten. Dat moet ervoor zorgen dat we meer aan tafel komen te zitten bij de middelgrote en grote bedrijven in Nederland.'

### Omnichannel platform

IPG valt onder de paraplu van Koramic2Engage, waaronder verschillende bedrijven samengevoegd zijn die eveneens actief zijn in customer care. Hierdoor kan IPG expertise en tools inzetten van de bedrijven die onder de holding vallen. In de Nederlandse vestigingen in Amsterdam, Rotterdam en Helmond is bijvoorbeeld het omnichannel contact center platform Genesys PureConnect geïnstalleerd. 'Als een klant belt, dan zien we automatisch dat hij bijvoorbeeld een week

**"We merken dat de korte communicatielijnen de reden is waarom middelgrote en grote bedrijven kiezen voor IPG"**

eerder al een tweet had gestuurd en twee dagen eerder een e-mail waarop nog geen reactie is gekomen', legt Vanmanshoven uit. 'Het is zeer belangrijk dat we de volledige customer journey in kaart brengen, zodat als iemand belt de klantcontactmedewerker meteen op de hoogte is van alle communicaties van de eindconsument. Een ander voordeel van het programma is dat third party software van bedrijven gemakkelijk geïntegreerd kan worden in het platform, en dat is handig want zo'n 95 procent van onze klanten werkt met eigen tools.'

### De juiste taal spreken

De expertise van IPG op het gebied van klantcontact is zeer waardevol omdat consumenten vandaag de dag veeleisender zijn dan voorheen, stelt Vanmanshoven. 'Klanten zijn beter geïnformeerd, dat is een duidelijke trend. Als iemand belt of een chatsessie initieert, dan heeft die persoon bepaalde zaken al opgezocht via het internet. Daar komt bij dat een klant bij een probleem meteen wil weten wat er aan de hand is en ook nog eens iemand aan de lijn heeft die de

juiste taal spreekt. Dat is wel een verschil met vroeger. Toen accepteerde de consument nog dat hij werd doorgestuurd naar verschillende diensten. Nu verwachten ze iemand die empathisch is, de juiste taal spreekt en hun probleem meteen oplost.'

### Korte communicatielijnen

De ambitie van IPG is om een groter aandeel in de Nederlandse markt te verwerven, en daarvoor zoekt het bedrijf nauwe samenwerking met verschillende partijen. 'We nodigen bedrijven uit voor gezellige sessies voor een twintigtal mensen waarbij een spreker in een intieme setting een speech houdt over bijvoorbeeld artificial intelligence. Met zo'n sessie tonen we onze expertise, informeren we potentiële klanten en tonen we ons digitaal portfolio.' Daarnaast biedt IPG meerwaarde aan bedrijven door de flexibiliteit en korte communicatielijnen. 'Bedrijven die hun helpdesk aan ons uitbesteden krijgen bij ons voldoende aandacht', stelt Vanmanshoven. 'De grote spelers in de markt richten zich toch op klanten met zeer grote volumes, en daardoor krijgen middelgrote projecten met vijf, tien of twintig klantcontactmedewerkers dikwijls niet de aandacht die ze willen. Wij kunnen die partijen perfect bedienen. We merken dat die korte communicatielijnen de reden is waarom middelgrote en grote bedrijven kiezen voor IPG.'

### Proactieve voorstellen

Aandacht voor de klant betekent voor IPG ook meedenken met de klant. Als het bedrijf na data-analyse concludeert dat bepaalde klantcontacten geautomatiseerd kunnen worden, dan zal dat proactief worden voorgesteld. 'Waar vroeger energiemaatschappijen nog moesten bellen om een afspraak te maken voor het ketelonderhoud, hebben we voor een klant een automatisch voicebericht ingezet', geeft Vanmanshoven als voorbeeld. 'Dat bericht kan via een cloud based applicatie naar een gericht aantal eindconsumenten worden gestuurd. Aan het bericht kan bovendien een actie gekoppeld worden: door meteen een afspraak te maken, krijgt de consument bijvoorbeeld een korting. Klantcontactmedewerkers krijgen dus via een geautomatiseerde oplossing warme leads binnen. Dat zijn typisch van die toepassingen die wij voor bedrijven inzetten. Om de productiviteit te verhogen, kunnen deze oplossingen worden ingezet op minder drukke tijden.'

### Digitale transformatie

Met de inzet van de juiste digitale tools en geautomatiseerde contacten kan IPG bedrijven beter bedienen, maar het menselijk contact mag volgens Vanmanshoven niet vergeten worden. 'Wat je ziet is dat veel contacten die geen grote meerwaarde hebben voor de eindconsument worden gedigitaliseerd. Maar de contacten die overblijven, dat zijn dikwijls consumenten die een meertalige medewerker verwachten die meerdere vaardigheden in huis heeft, empathisch is en ook nog eens hun problemen kan oplossen. Bedrijven zijn aan het worstelen met die digitale transformatie, of willen niet voorbijgestreefd worden door de concurrent. Hierdoor zijn we niet puur en alleen een leverancier, maar hebben we van onze klanten ook een adviesrol gekregen. Ze zien ons als de partij die hen helpt om het klantcontact futureproof te maken.'