

Het grootste online warenhuis van Nederland

wehkamp.nl zet Tealeaf in voor het verkrijgen van gedetailleerd inzicht in het online kanaal van het bedrijf. Op basis hiervan heeft wehkamp.nl de klantconversie, klanttevredenheid en klantretentie aanzienlijk weten te verbeteren.

wehkamp.nl, opgericht in 1952, is in Nederland een zeer gerespecteerd en bekend merk. In 1995 ging het catalogusbedrijf voor het eerst online. Daarna groeide het online verkoopkanaal snel uit tot de kern van zijn bedrijfsactiviteiten. De retailer, met een productaanbod dat uiteenloopt van consumentenelektronica tot kleding en meubilair, is inmiddels een van de meest herkenbare websites in Nederland geworden.

Net als de meeste andere online retailers, voert wehkamp.nl een constante strijd om ervoor te zorgen dat zijn website toegankelijk is, betrouwbaar werkt en gemakkelijk is te gebruiken. Het verbeteren van de klantconversie is van vitaal belang voor het verdere succes van het bedrijf. Met de concurrent slechts één muisklik verwijderd, kunnen slechte klantervaringen rampzalige lange-termijn gevolgen hebben.

Om zich te onderscheiden binnen de zeer concurrerende retailmarkt, heeft wehkamp.nl de strategische beslissing genomen om zijn online klantervaring te verbeteren. Hoewel vele websites vergelijkbare producten leveren, realiseerde wehkamp.nl zich dat deze websites niet altijd een optimale klantervaring bieden. Wanneer wehkamp.nl beter in deze behoefte zou voorzien dan zijn concurrenten, zou dit leiden tot meer klanttevredenheid, een hogere klantconversie en meer omzetkansen.

UITDAGINGEN

Het verbeteren van de online klantervaring was aanvankelijk een flinke uitdaging voor wehkamp.nl. Bestaande tools, zoals webanalyses, boden slechts informatie op overzichts niveau, zoals het aantal bezoeken aan de website. Uit deze informatie was echter niet op te maken waarom klanten afhaakten bij het afrekenen of de website verlieten.

wehkamp.nl besloot dat de enige manier om zijn klanten echt te begrijpen, lag in het verkrijgen van kwalitatief inzicht in het online gedrag van bezoekers. Het probleem was een oplossing te vinden die inzichten verschaft waarop direct actie genomen kan worden, om zo wehkamp.nl te helpen zich te onderscheiden door middel van een betere klantervaring.

CUSTOMER PROFILE

wehkamp.nl

wehkamp.nl, opgericht in 1952, groeide uit tot marktleider op het gebied van catalogus-verkoop, met een omvangrijk aanbod aan consumentenproducten. In 1995 lanceerde het bedrijf zijn eerste website en inmiddels verkoopt het ruim 100.000 producten. Goed voor een omzet van 441 miljoen euro. De website wordt jaarlijks 100 miljoen maal bezocht en vertegenwoordigt maar liefst 95% van de omzet.

RETURN ON INVESTMENT

- > Tealeaf identificeert dagelijks de problemen op de website en helpt deze op te lossen, waardoor het verlies van honderden orders wordt voorkomen.
- > Tealeaf heeft de waarde van de webanalyse-rapportages verbeterd, door een browserfout te verhelpen die ervoor zorgde dat data verkeerd werd weergegeven.
- > Tealeaf helpt bij het verhogen van de klantconversie en klanttevredenheid, doordat het onbekende gebruikerskwesaties aan het licht brengt.

EEN BETERE AANPAK

Om deze uitdaging aan te gaan, wendde wehkamp.nl zich tot Tealeaf voor een online Customer Experience Management (CEM) -oplossing. Een oplossing die de rapportagemogelijkheden bood van een webanalyse-oplossing en tevens gedetailleerde kwalitatieve inzichten verschaft in het daadwerkelijke gedrag van klanten. Inmiddels hoeft wehkamp.nl niet langer allerlei aannames te doen over websitetrends, maar gebruikt het de unieke replay-mogelijkheden van Tealeaf (een opname per pagina van de daadwerkelijke klantervaring op browserniveau) om problemen die een slechte klantervaring veroorzaken, snel te herkennen en te verhelpen.

Tealeaf is het veiligheidsnet voor onze online business. De technologie is door onze hele organisatie heen geïntegreerd, van e-commerce tot ontwikkeling en klantenservice. Dankzij Tealeaf bieden wij onze klanten de best mogelijke browse- en aankoopbeleving.

Ewald Hoppen | Senior Web Analyst bij wehkamp.nl

WIN 1 - VIA TEALEAF VERKREGEN INZICHTEN HIELPEN BIJ HET OPlossen VAN EEN BETALINGSproBLEEM, WAARDOOR DE CONVERSIE RATIO WERD VERBETERD EN HET AANTAL TELEFOONTJES NAAR DE KLANTENSERVICE WERD TERUGGEBRACHT

Probleem

wehkamp.nl biedt verschillende betalingsmogelijkheden, om het klanten zo gemakkelijk mogelijk te maken om online te winkelen. Een softwareprobleem in een extern betalingssysteem zorgde er echter voor dat honderden bestellingen werden geregistreerd, zonder dat het bedrijf hiervan een melding ontving. Als gevolg hiervan werden betalingen gedaan via de bankrekeningen van klanten, zonder dat de producten daadwerkelijk werden geleverd. Vele klanten belden gefrustreerd het contactcenter om te klagen, maar wehkamp.nl was niet in staat om de oorzaak van het probleem te identificeren en kon daardoor de kwestie niet oplossen.

Oplossing

Door in Tealeaf een replay van de klantensessies te bekijken, ontdekte wehkamp.nl een patroon dat in de andere tools onopgemerkt was gebleven. Klanten die te maken kregen met de betalingsfout, hadden allemaal dezelfde externe betalingsmethode gekozen. Aan de hand van deze informatie kon wehkamp.nl een back-end oplossing implementeren waarmee het probleem werd verholpen.

Voordelen

Met behulp van Tealeaf wist wehkamp.nl de conversie te verbeteren en de stroom van ontevreden klanten die het contactcenter belden, te stoppen. Omdat Tealeaf alle informatie in formulierelden vastlegt, kon wehkamp.nl tevens precies zien welke producten zich in de online winkelwagentjes van klanten bevonden, zodat de orders opnieuw aangemaakt konden worden zonder klanten hierover verder lastig te hoeven vallen.

WIN 2 - TEALEAF VERBETERDE DE WAARDE VAN DE WEBANALYSE-RAPPORTAGES, DOOR EEN BROWSERFOUT TE VERHELPEN DIE ZORGDE VOOR EEN VERKEERDE INFORMATIEWEERGAVE

Probleem

wehkamp.nl kwam tot de ontdekking dat zijn webanalyse-rapporten onjuist leken voor klanten die gebruikmaakten van de Firefox-browser. Bestellingen door Firefox-gebruikers werden niet goed vastgelegd, wat zorgde voor een discrepantie tussen de informatie in de bedrijfssystemen en de online rapportage. Hierdoor konden, gezien de onjuistheid van de getoonde gegevens, problemen ontstaan bij het nemen van marketingbeslissingen.

Oplossing

Tealeaf hielp wehkamp.nl bij het verhelpen van deze discrepantie in de rapportages, door een analyse te maken van dit Firefox-klantensegment. Nadat de klanten in groepen waren ingedeeld en de sessies werden bekeken, werd duidelijk dat de rapportagefout werd veroorzaakt door een JavaScript-probleem. Omdat de webanalyse sterk vertrouwt op het vastleggen van informatie via JavaScript, zorgde deze fout voor aanzienlijke problemen. Nadat dit probleem in Tealeaf was geïdentificeerd, werden aanpassingen doorgevoerd in het back-end systeem en functioneerden de webanalyse-rapportages weer naar behoren.

Voordelen

Door de nauwkeurigheid van de webanalyse-rapportages te verbeteren tot ruim 99%, was wehkamp.nl in staat om zijn marketingcampagnes aan te passen, op basis van betere informatie. Daarnaast werden detectiemechanismen geïmplementeerd die het bedrijf waarschuwen als zich in de toekomst vergelijkbare kwesties voordoen.

WIN 3 - TEALEAF STELT wehkamp.nl IN STAAT OM IN REALTIME DE BRUIKBAARHEID VAN DE WEBSITE TE MONITOREN EN OP TE LOSSEN

Probleem

Grote e-commerce sites hebben over het algemeen meer gebruikskwesties dan hun kleinere concurrenten. De verschillende pagina's voor categorieën, producten en betalingen creëren een dynamische klantervaring met tal van unieke variabelen. Hierdoor was het voor wehkamp.nl moeilijk om tal van onbekende problemen op de website efficiënt te identificeren en te verhelpen.

Oplossing

Met Tealeaf is wehkamp.nl in staat om problemen met de website proactief en realtime te monitoren en zo nodig direct te reageren. Van gebruikskwesties die afbreuk doen aan de klantervaring (bijvoorbeeld verwarrende foutmeldingen of verkeerde instructies voor het invullen van formulieren) tot ernstigere problemen met een duidelijke invloed op de conversie (bijvoorbeeld applicatiefouten bij het afrekenen). Met behulp van Tealeaf kan wehkamp.nl alle aspecten van de klantervaring in de gaten houden. wehkamp.nl was zelfs verrast door het grote aantal problemen die, voorafgaand aan de implementatie van Tealeaf, aanwezig waren op de website.

Voordelen

wehkamp.nl is in staat om tot nu toe onbekende problemen op de website te detecteren en efficiënt op te lossen. Dankzij Tealeaf is het mogelijk om een grote, dynamische website effectief te onderhouden. Daarnaast zorgt Tealeaf voor een grotere bewustwording over 'marginale' problemen en helpt het bij het verbeteren van de klantconversie, klanttevredenheid en klantretentie.