

**DESTINY: OMNICHANNEL BEDRIJFSCOMMUNICATIE WORDT DE TOEKOMST**

# Veel mkb's dreigen omnichanneltrein te missen

Als corona in de bedrijfswereld één ding versnelt, is het wel de adoptie van digitale communicatie. Voor de kleine en middelgrote bedrijven die de termen omnichannel, customer engagement en mobile first nog niet in hun woordenboek hebben staan, wordt het daarom hoog tijd om op de kar te springen. Daan De Wever, CEO Destiny, over communiceren via de juiste kanalen.

**G**elukkig brengen providers met elke technische vooruitgang plug-and-play integratie van alle kanalen, van Facebook Messenger over WhatsApp tot Slack en CRM-systemen, steeds dichterbij. Het doel? Meer productiviteit, een betere klantervaring en overzicht in controle over alle bedrijfscommunicatie.

De klant is koning. Bedrijven die klanten aan zich willen binden, moeten inspelen op hun voorkeuren. Customer engagement draait dan ook naast de juiste boodschap vooral rond communiceren via de juiste kanalen. Toch zijn veel mkb's nog niet mee in het omnichannelverhaal. Ze kennen onvoldoende de voorkeuren van hun klanten of slagen er niet in om de nodige kanalen te integreren in hun communicatiestrategieën.

Maar ook intern knelt vaak het communicatieschoentje. Veel bedrijven investeren in digitale assets zoals dure ERP-systemen of projectmanagementsapplicaties maar vergeten hen samen te brengen. Hierdoor geraakt de interne bedrijfscommunicatie versnipperd, wordt er ingeboet op productiviteit en gaan het overzicht en de controle verloren. Bedrijfsapplicaties zijn niet geïntegreerd. Wachtwoord vergeten? De overvloed aan logins gooit al te vaak roet in het eten.

**'Telewerk is here to stay maar hoe maak je dit als bedrijfsleider duurzaam en houd je je teams performant?'**

#### Here to stay

Tien jaar geleden was al duidelijk dat video de main driver van bedrijfscommunicatie zou worden en deze tendens zit nu in een stroomversnelling. Voor 17 maart 2020 kende iedereen wel oplossingen als Microsoft Teams en Zoom maar een enkeling gebruikte ze. Nu gaan medewerkers van call naar call, maar er is geen integratie met vaste of mobiele telefonie. Klanten en collega's zien niet wie bezet is. Telewerk is here to stay maar hoe maak je dit als bedrijfsleider duurzaam en houd je je teams performant?

#### Omnichannel is de toekomst

De tijd begint te dringen en veel mkb's dreigen de omnichanneltrein te missen. Het is zeker dat zij die niet snel op de digitale kar springen en omnichannel omarmen, het moeilijker zullen hebben om te overleven. Omnichannel bedrijfscommunicatie wordt de toekomst. Al zijn hier eerst nog stappen te zetten. Daar schuilt de uitdaging. Hoe kan je alle kanalen in de employee of customer journey juist integreren, controleren en herverdelen?

#### Integratie

Het ultieme doel is een cloud-based orkestratieplatform waarin alle kanalen



Daan De Wever

**'Het is dan ook aan ons providers om het pad naar omnichannelcommunicatie en integratie te effenen'**

geïntegreerd worden voor een volledig overzicht en totale controle, liefst met single sign-on via bijvoorbeeld een Google- of Microsoft-account. Binnenkort zal het niet uitmaken of de klant jouw supportdienst belt vanuit WhatsApp, Messenger of via mobiel, je zal kunnen zien via welk kanaal hij je bereikt en toch inzicht houden in bijvoorbeeld hoe snel je medewerkers hebben opgenomen. Maar ook beter klantenbeheer ligt in het verschiet: een klant belt in, wordt meteen herkend door - of gekoppeld aan - het CRM-systeem en de klantenfiche opent voor jouw medewerker. Dit zijn allemaal stappen voorwaarts die de cloud en integratie mogelijk maken.

#### Mobile first

Mobile wordt in dit verhaal ongetwijfeld leading, zeker met de komst van 5G. Door toegang tot mobiele netwerken en met behulp van call control kan je mobiele telefonie volledig integreren en de controle bewaren. Mobile first wordt de standaard, wat betekent dat elke applicatie zonder fout mobiel beschikbaar moet zijn.

#### Zo makkelijk mogelijk

Het is dan ook aan ons providers om het pad naar omnichannelcommunicatie en integratie te effenen. Met elke nieuwe technische ontwikkeling komt dit hoofdstuk dichterbij. Als Belgische marktleider in cloudcommunicatie met eigen pure cloud technologie zijn we met Destiny bovendien in staat om zélf onze roadmap op vlak van technische ontwikkeling te bepalen en rechtstreeks met onze klanten te schakelen. Zo werken we toe naar de toekomst: een intuïtief en door mobiel gedreven orkestratieplatform voor alle communicatiekanalen, waarbij bedrijven niet langer moeten investeren in back-end development maar plug-and-play en zonder IT-kennis hun eigen communicatietools eenvoudigweg kunnen opzetten en beheren. Het is onze taak om kleine en middelgrote bedrijven de zekerheid te bieden dat deze transitie zo makkelijk mogelijk zal verlopen opdat ze zich kunnen differentiëren door meer productiviteit, een betere klantervaring en overzicht en controle over ál hun bedrijfscommunicatie. ■