Whitepaper **Livechat** en lease-maatschappijen

The **plus** for your company

livechat service

Whitepaper

Livechat en lease-maatschappijen

De leasemarkt neemt ontzettend toe in volume. Jaarlijks worden er in Nederland ongeveer een half miljoen nieuwe personenauto's verkocht. Daarvan wordt 30% aangeschaft door leasemaatschappijen, bij bestelauto's is dit 40%.

Leaseproducten zijn complex en dynamisch, en juist daarom sluit livechat zo goed aan bij leasemaatschappijen. Ongeveer 18 procent van de in Nederland gereden kilometers wordt afgelegd met leaseauto's.

Het aandeel van private leaseauto's hiervan neemt sterk toe. Het aantal private leasecontracten is in 2016 met 78% gegroeid ten opzichte van 2015. Het verschil tussen private, operational en financial lease is echter vaak een groot vraagteken voor de potentiele leaserijder.

livechat service

Waarom zou u als lease-maatschappij een livechat op uw website moeten aanbieden?

Complex karakter leaseproducten zorgt voor veel vragen

Het complexe karakter van leaseproducten past bij livechat omdat het betekent dat bezoekers van de website veel vragen hebben. Dit betekent dat informatie helder en gemakkelijk te vinden moet zijn op de website. Maar zelfs dan lukt het niet iedere bezoeker te vinden waar ze naar op zoek zijn. Op dat moment biedt een livechat die in beeld springt uitkomst. Een simpele begroeting als: “Goedemiddag, kan ik u ergens mee helpen?”, kan een verloren bezoeker converteren naar een klant. Vaak wordt de chat ook gebruikt ter bevestiging: “Klopt het dat ik 10.000 kilometer per jaar mag rijden tegen bedrag X?” of “Klopt het dat de wegenbelasting in de leaseprijs is inbegrepen?”

Door de stijging in aantal leasemaatschappijen is de concurrentie sterk toegenomen, wat het voor bezoekers makkelijk maakt ergens anders verder te zoeken. Een livechat behoudt bezoekers door contact te leggen en door het leveren van de gewenste informatie. Als jouw maatschappij bezoekers het beste en snelste kan helpen met vragen, is de kans groot dat bezoekers en klanten als eerst bij jou zullen kijken naar een leasecontract.

Veel dezelfde soort vragen

Bij chats die wij doen voor klanten uit de leasemarkt valt het op dat er veel dezelfde soort vragen binnenkomen. Er worden voornamelijk vragen gesteld over bijtelling, hoeveel kilometer mag ik rijden? Wordt de auto mijn eigendom? Blijkbaar is dit informatie die men ingewikkeld vindt of die niet duidelijk genoeg wordt vermeld. Het zijn de vragen waar mensen niet voor bellen of een e-mail schrijven, die drempel is te hoog. Maar een chatgesprek is laagdrempelig (start anoniem) en snel. Veel dezelfde soorten vragen maakt het makkelijker de chat in te zetten. Aan de hand van voorgeprogrammeerde antwoorden kun je bezoekers snel en duidelijk voorzien van antwoorden. Je wilt immers niet 40 keer per dag uittypen wat bijtelling precies inhoudt. Een snelle reactie verhoogt de klantbeleving van de gebruiker waardoor de kans op conversie toeneemt.

Groei van de leasemarkt zorgt voor meer klantcontact

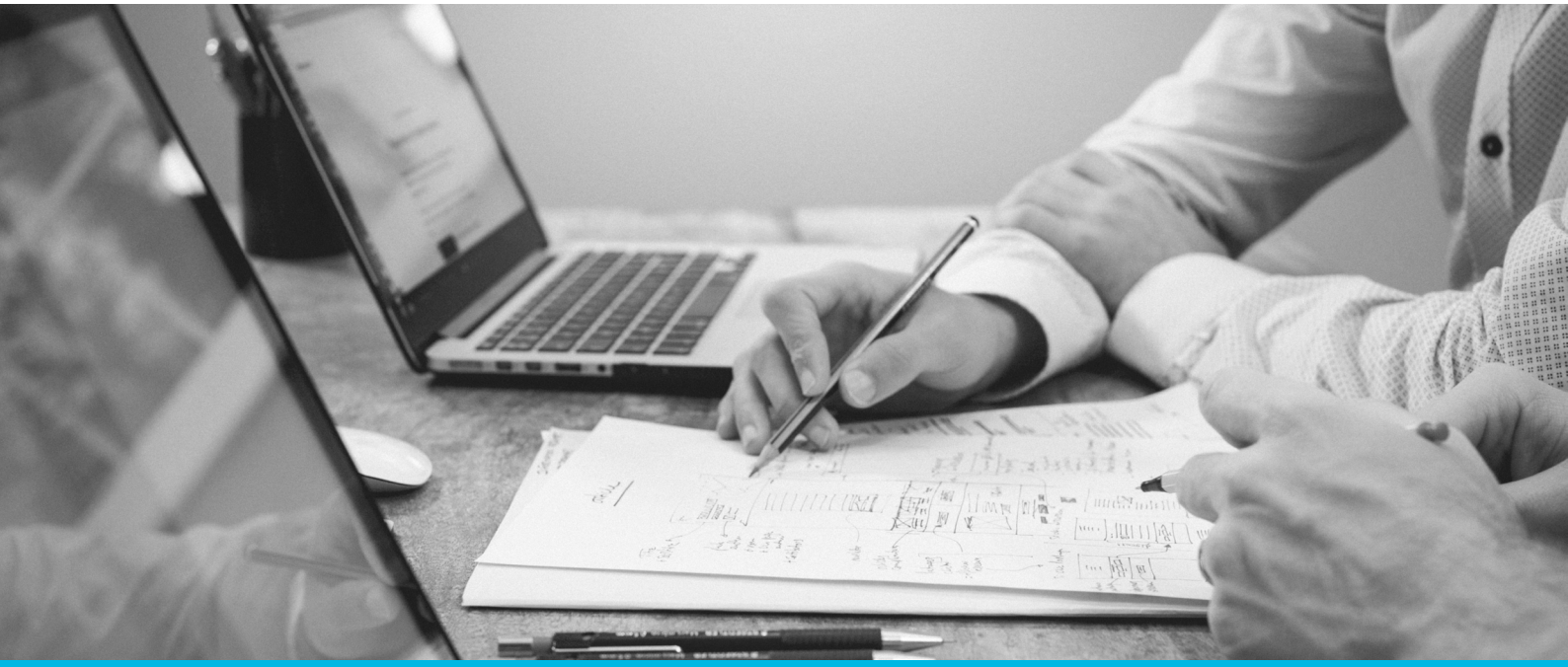
In groeiende markten, zoals de leasemarkt, stijgt de behoefte aan extra mogelijkheden voor klantcontact. Meer klantcontact zorgt voor meer mogelijkheid op conversie. Onderzoek van Boldchat toont namelijk aan dat bezoekers die chatten 2.8 keer eerder converteren dan bezoekers die niet chatten. Meer traffic betekent met livechat (bij adequaat gebruik) dus meer conversie. Daarnaast is livechat een zeer efficiënt contactmiddel, omdat chatoperators de mogelijkheid hebben meerdere chats tegelijkertijd te voeren, in tegenstelling tot een telefonist(e) die slechts één gesprek tegelijkertijd kan voeren. Livechat maakt het zo mogelijk de omzet te vergroten en kosten te verlagen.

Oriëntatie begint online

Aangezien de oriëntatie bij leasen vaak online begint is het belangrijk er op dat moment voor mensen te zijn. Wanneer je bezoekers in het begin van de customer journey kunt begeleiden bouw je direct een band op. Daarnaast bied je bezoekers een communicatiemiddel op het kanaal waar ze opzitten. De combinatie van zoeken en het contact met de leasemaatschappij op dezelfde website maakt alles een stuk gemakkelijker en sneller voor de bezoeker. Wees daar aanwezig waar je klant is.

Bereikbaar van 07:00-23:00 doordeweeks en ‘s weekends van 09:00-23:00

Het zoeken van een auto is aan aangelegenheid die over het algemeen in de vrije tijd plaatsvindt. Het is een keuze waar rustig over na moet worden gedacht. Daarom wordt er veelal ’s avonds en in het weekend naar auto’s gekeken op het internet. Door mensen ook op deze momenten met vragen te helpen via de livechat vergroot je de kans op conversie en bind je potentiële klanten aan je.



Steeds meer jongeren gaan leasen

Mede door de mogelijkheden van private lease stijgt het aantal jongeren dat gaan leasen. Dit is tevens de doelgroep die positief tegenover het gebruik van een livechat staat. Dit is terug te zien in klanttevredenheidsonderzoeken waar jongeren het meest positief zijn over livechat. Kortom, je speelt in op een belangrijke doelgroep die alleen maar groter wordt.

Zelflerend karakter van livechat

Een eigenschap van livechat is het zelflerende karakter. Waar is de klant nu echt naar opzoek? Is de website duidelijk? Kan hij het vinden? Allemaal zaken die door het analyseren van de chatgesprekken duidelijk naar voren kunnen komen. Nu is benoemd dat er veel dezelfde soort vragen worden gesteld op de chat van leasemaatschappijen. Maar het kunnen ook opmerkingen of klachten zijn van bezoekers die voor nieuwe inzichten zorgen. Meldingen van technische mankementen, vragen over mogelijkheden binnen een contract of meldingen van onduidelijkheden op de website zijn allerlei voorbeelden die vaak binnenkomen op de chat. Allerlei inzichten die worden verkregen vanuit initiatief van de bezoeker, oftewel gratis en voor niets. Livechat is naast een conversiebooster en lead generator ook een manier om tot waardevolle inzichten te komen.

Over de
Auteurs

Nick Blom, CEO

Nick Blom is oprichter en eigenaar van LiveChat Service. Door zijn actieve manier van benaderen zorgt hij er voor dat iedere klant binnen no-time optimaal chat inzet. Hierdoor hoeft de klant geen moment te wachten met het verzamelen van extra leads via de website. Optimalisatie van de chat is voor Nick altijd hoofdzaak nummer één.

Sietse Busser, Content marketeer

Sietse Busser is content marketeer bij LiveChat Service. Hij is de schrijver van de whitepapers, artikelen, blogs en medeauteur van het boek "Livechat: meer dan alleen een contactkanaal". Met de content die hij schrijft probeert hij bedrijven en organisaties de kracht van livechat zo goed mogelijk te laten inzien.

Over LiveChat Service

LiveChat Service is een online dienstverlener op het gebied van livechat. Door het inzetten van getrainde chatoperators zorgt LiveChat Service er voor dat zij hun klanten iedere dag helpen aan nieuwe leads en verbeterde service via de website. Via de chat krijgen bezoekers de mogelijkheid vragen te stellen, opmerkingen achter te laten en te converteren. Hierdoor haalt chat de drempel weg om zijn of haar gegevens achter te laten. Het werkt sneller, vriendelijker en makkelijker.

© LiveChat Service B.V.

LiveChat Service
Delftsestraat 11-15
3013 AB
Rotterdam
010 307 52 76
info@livechatservice.nl

livechat service

livechat service