

E-BOOK

# Klantenuitval verminderen met behulp van Artificiële Intelligentie

Een gids voor sales managers

## INLEIDING

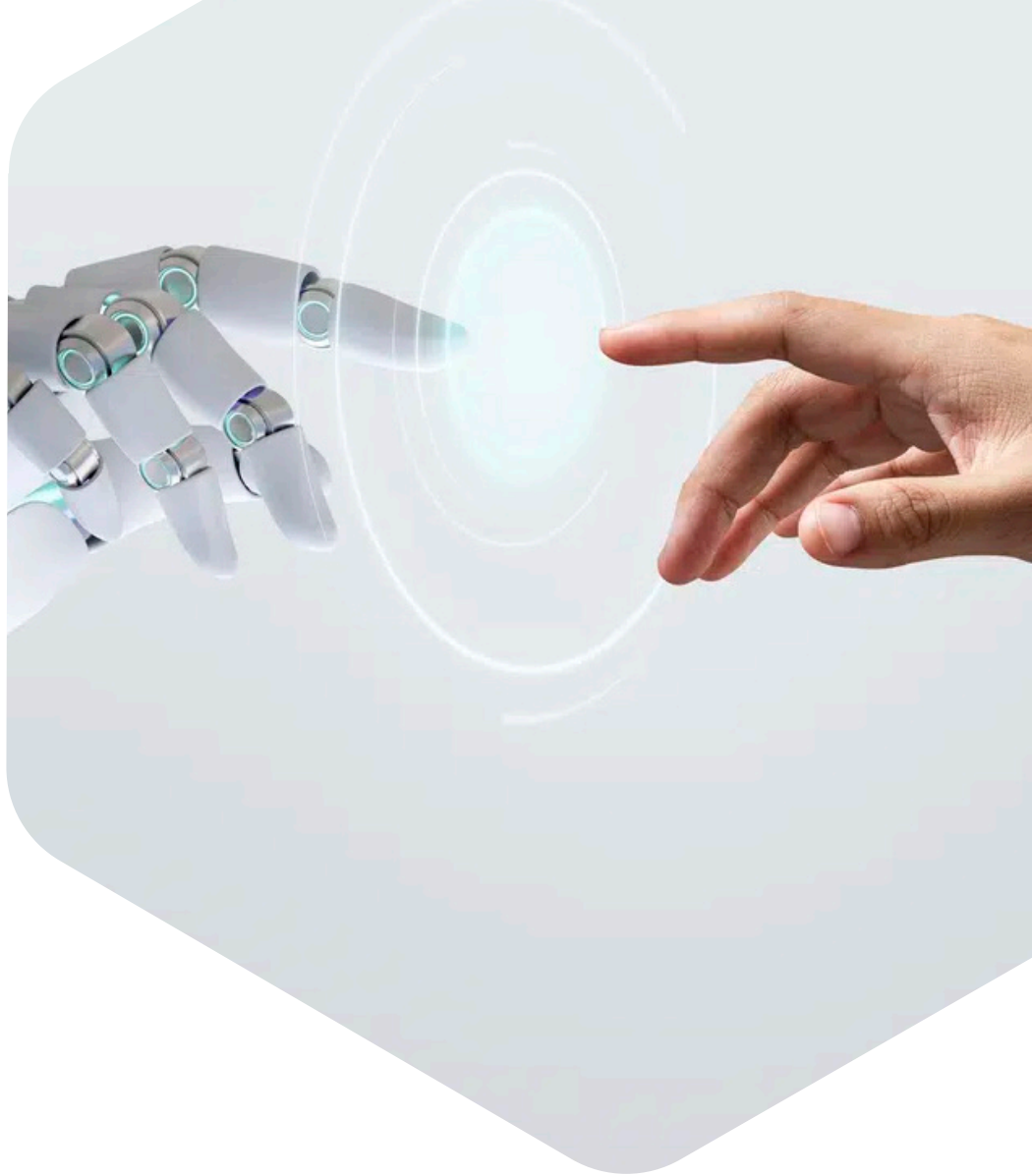
Klantenuitval is een big issue voor bedrijven, en zeker voor hun sales managers. Het is namelijk niet alleen belangrijk om nieuwe klanten te werven, maar ook om de bestaande klanten te behouden. Wist je dat een nieuwe klant aantrekken tot 4 keer meer kost dan het behouden van een huidige klant? Een klantenverlies vertaalt zich niet alleen in omzetverlies, maar kan ook een serieuze negatieve impact hebben op de reputatie van je bedrijf. En precies hier komt artificiële intelligentie (AI) in beeld.

Dankzij AI kunnen bedrijven klantgedrag beter begrijpen en voorspellen, met als logische gevolg een verminderde klantenuitval. Zo laten AI-tools toe om klantgegevens te analyseren, waardoor sales managers belangrijke inzichten verkrijgen. Op basis van deze inzichten kunnen ze hun verkoopstrategieën aanpassen en hun klanten beter bedienen, waardoor de klanttevredenheid en de klantloyaliteit verhoogd wordt.

Klantenuitval kan om verschillende redenen optreden. Enkele red flags zijn een slechte service, hoge prijzen, een gebrek aan productinnovatie... AI kan jouw bedrijf helpen om deze problemen aan te pakken door het gedrag van je klanten te analyseren en te voorspellen. Zo kan AI patronen in klantgedrag identificeren en voorspellen wanneer een klant jouw bedrijf de rug zal toekeren. Op basis van deze informatie kunnen je sales managers een charmeoffensief inzetten.

Een ander voordeel van AI is het aanbieden van gepersonaliseerde ervaringen. Door het analyseren van klantgegevens kan AI namelijk klanten segmenteren op basis van hun voorkeuren en gedrag. Zo kan je als bedrijf custommade producten en diensten aanbieden die perfect aansluiten bij de behoeften van je klanten.

AI-tools kunnen trouwens ook gebruikt worden om de efficiëntie van sales teams te verbeteren. Door het automatiseren van bepaalde taken, zoals leadgeneratie en kwalificatie, krijgt je sales team meer tijd om zich te richten op het opbouwen van customer relationships en het sluiten van deals. **Efficiency is key, and AI is here for it.**



## 1. Doelstelling van het boek

In dit e-boek zullen we dieper ingaan op hoe **AI kan gebruikt worden om klantenuitval te verminderen** en de efficiëntie van sales teams te verbeteren. Verschillende AI-toepassingen en -technieken zullen hierbij aan het bod komen, evenals best practices voor het implementeren van AI in de verkoopprocessen van bedrijven. We hopen dat deze gids een waardevolle bron zal zijn voor sales managers die geïnteresseerd zijn in het gebruik van AI om hun klanten te behouden en hun verkoopprestaties te verbeteren.

## 2. Inleiding tot artificiële intelligentie (AI) en hoe deze kan helpen bij het verminderen van klantenuitval

Artificiële intelligentie (AI) is zonder twijfel één van de meest opwindende ontwikkelingen in de technologie van de afgelopen decennia. AI kent intussen tal van toepassingen, zoals het verbeteren van processen, het verlagen van kosten en het vergroten van de omzet. Maar één van de meest veelbelovende toepassingen is het verminderen van klantenuitval. Want wees nu eerlijk, welk bedrijf heeft hier nu geen baat bij.

Klantenuitval kan om verschillende redenen optreden. Ontevredenheid over producten of diensten, een gebrek aan communicatie, geen gevoel voor klantbehoeften en -voorkeuren, concurrentie van andere bedrijven... It's a tough world out there. Kortom, klantenverlies is voor vele bedrijven een groot probleem. Het kost niet alleen veel tijd en geld, maar het **kan ook leiden tot een negatieve reputatie en een verminderde klanttevredenheid.**

Gelukkig komt AI to the rescue. Zo kan AI gebruikt worden om **grote hoeveelheden gegevens te analyseren** en om belangrijke inzichten over klantgedrag te bieden. Hierdoor kunnen bedrijven betere producten en diensten aanbieden die perfect aansluiten bij de behoeften van hun klanten. Het logische gevolg? Een verbeterde klanttevredenheid en een sterkere loyaliteit.

Daarnaast kan AI helpen bij het **voorspellen van toekomstige sales opportuniteiten**. Door het **analyseren van historische gegevens** en het **identificeren van patronen** kunnen AI-tools zoals machine learning-modellen bedrijven helpen om betere voorspellingen te doen over toekomstige verkoopkansen. Dankzij deze inzichten kunnen sales teams zich beter concentreren op de hot leads en hun verkoopproces stroomlijnen.

AI kan ook helpen bij het automatiseren van bepaalde taken, zoals leadgeneratie en kwalificatie. Het resultaat? Een **verhoogde efficiëntie van het sales team** én een **verlaging van de kosten** van het verkoopproces. Zo heeft je sales team meer tijd om klantenrelaties op te bouwen en de kwaliteit van hun verkoopgesprekken te verbeteren. Talking about a win-win situation...

Het is duidelijk, AI is een krachtig hulpmiddel voor bedrijven die hun klantenuitval willen verminderen. In dit e-book behandelen we de verschillende manieren waarop bedrijven AI kunnen gebruiken om hun verkoopprocessen te optimaliseren en hun klanten te behouden.

### 3. AI vs. BI-rapportering: voorkomen is beter dan genezen

**Business Intelligence (BI)** is een bekend begrip in de zakelijke wereld en heeft de afgelopen jaren veel aandacht gekregen. BI is een proces waarbij data verzameld en geanalyseerd wordt om belangrijke inzichten te krijgen in bedrijfsprocessen en prestaties. BI-rapportage geeft bedrijven de mogelijkheid om beslissingen te nemen op basis van feiten en data, in plaats van op basis van intuïtie of vermoedens.

	BI	AI
<b>Basisidee</b>	Data verzamelen en op een eenvoudige, leesbare manier toegankelijk maken.	Nabootsen van menselijke intelligentie en gedrag om organisaties te ondersteunen met gegevensgebaseerde beslissingen.
<b>Focus</b>	Vragen over het verleden beantwoorden.	Toekomstvoorspellingen doen op basis van data uit het verleden.
<b>Onder de motorkap</b>	Data weergeven op een manier te vergelijken met spreadsheets. Aangevuld met klassieke statistische technieken.	Geavanceerde algoritmes voor Machine Learning en Deep Learning.
<b>Concrete voordelen</b>	Visualisering van gegevens en helder overzicht van historische data.	Voorspellingen over klanten, concurrentieposities en marktveranderingen, naast toegevoegde intelligentie in machines (bv. voor <b>beeldherkenning</b> ).
<b>Sleutelbegrippen</b>	Rapportering, data warehousing, matrices, dashboards.	Predictieve analyse, forecasting, natural language processing (NLP), beeldherkenning.

Hoewel BI-rapportage een belangrijke rol speelt in het nemen van beslissingen, heeft het zijn beperkingen. **BI-tools zijn namelijk gericht op het verleden** en kunnen alleen rapporteren over wat er is gebeurd, niet over wat er gaat gebeuren. Het **voorspellen van toekomstige trends en gedragingen van klanten** vormt dan ook een grote uitdaging.

Een ander probleem is dat **BI-rapportage niet accuraat genoeg** is om menselijk gedrag te voorspellen. Traditionele BI-tools zijn namelijk statistisch geïntendeerd en daardoor niet in staat om patronen en trends in menselijk gedrag te herkennen en te voorspellen.

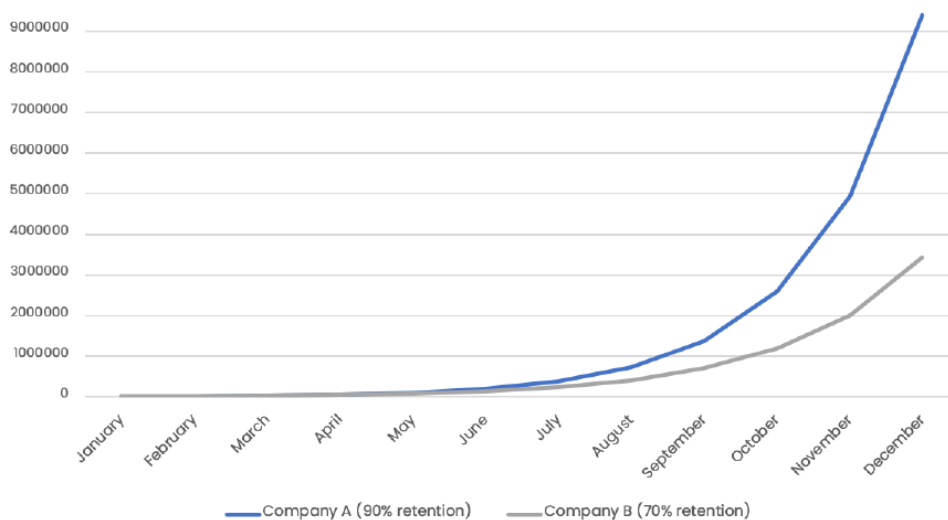
Dit is waar AI in beeld komt. AI is namelijk in staat om **complexe patronen te herkennen en patronen in menselijk gedrag te identificeren en te voorspellen**. Dankzij AI kunnen bedrijven dus betere beslissingen nemen en hun klantenuitval verminderen.

Voorkomen is beter dan genezen en daarom is het van belang om proactief klantenuitval te voorkomen. AI kan bedrijven helpen bij het opsporen van problemen die kunnen leiden tot klantenuitval voordat deze zich daadwerkelijk voordoen. Dankzij de analyses en de voorspelingen van AI inzake klantgedrag, kunnen bedrijven hun sales- en marketingactiviteiten optimaliseren en ervoor zorgen dat ze hun klanten behouden.

Ten slotte is het belangrijk om te begrijpen dat BI en AI elkaar niet vervangen, maar elkaar juist aanvullen. Terwijl BI-rapportage helpt bij het analyseren van historische gegevens en het identificeren van trends, voorspelt AI toekomstige gedragingen en formuleert het proactieve maatregelen om klantenuitval te voorkomen.

## 2. Het begrijpen van klantenuitval

### 1. Klantenuitval is meer dan het verliezen van klanten



In deze tabel zie je het positieve effect van AI op klantenuitval.

Wanneer we praten over klantenuitval denken we vaak aan klanten die helemaal geen zaken meer willen doen met ons.

Maar klantenuitval kan vele vormen aannemen en gaat veel verder dan een klassieke, volledige uitval.

Zo zijn er klanten die minder aankopen doen, wat erop kan duiden dat ze niet langer tevreden zijn met de producten of diensten die jouw bedrijf aanbiedt. Dit kan leiden tot het verlies van deze klanten op lange termijn.



Een ander voorbeeld van klantenuitval is wanneer de waarde van een specifiek contract daalt. Dit kan gebeuren wanneer de klant besluit minder diensten af te nemen dan oorspronkelijk gepland, of wanneer de klant overstapt naar een concurrent voor een deel van de diensten. Dit kan de inkomsten van je bedrijf negatief beïnvloeden en maakt het moeilijk om deze verloren inkomsten terug te winnen.

Eén iets is duidelijk, elk type klantenuitval kan de relaties met klanten schaden en het vertrouwen in het bedrijf aantasten. Dit kan een negatieve invloed hebben op het imago van het bedrijf, wat op zijn beurt weer nieuwe klanten kan afschrikken. Daarom is het essentieel om klantenuitval te verminderen.

Dit kan dankzij het gebruik van AI-technologieën. AI stelt bedrijven in staat om patronen in klantgedrag te herkennen en te voorspellen, zodat ze proactieve maatregelen kunnen nemen om klantenuitval te voorkomen en hun relaties met klanten te verbeteren.

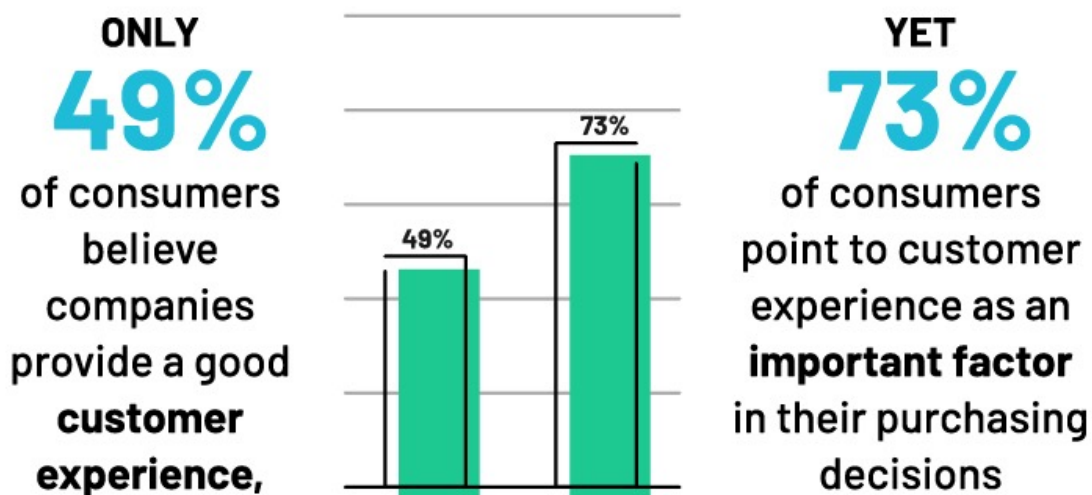
Het is duidelijk, het reduceren van klantenuitval moet een prioriteit zijn voor elk bedrijf dat succesvol wil zijn op lange termijn.

## 2. Redenen waarom klanten minder aankopen of vertrekken

Er zijn tal van redenen waarom klanten minder aankopen doen of zelfs helemaal weggaan. Sommige redenen zijn gemakkelijk te achterhalen, terwijl andere complexer zijn en meer onderzoek vereisen. In dit hoofdstuk zullen we enkele van de belangrijkste redenen voor klantenuitval bespreken.

### 1. Slechte klantervaring

Een **slechte ervaring** is één van de belangrijkste redenen waarom klanten minder aankopen doen of zelfs helemaal vertrekken. Klanten verwachten namelijk **een vlotte en probleemloze ervaring bij het kopen van producten of diensten**. Wanneer de ervaring niet aan hun verwachtingen voldoet, kan dit leiden tot frustratie en ontevredenheid. Voorbeelden hiervan zijn lange wachttijden, een slechte klantenservice, onduidelijke communicatie en gebrek aan empathie.



Source: PwC: "Experience is everything: Here's how to get it right" - 2018





## 2. Concurrentie

Een andere belangrijke reden is **concurrentie**. Als er andere bedrijven zijn die vergelijkbare producten of diensten aanbieden, kan dit logischerwijze leiden tot klantenverlies. Dit is vooral het geval indien de concurrentie **betere prijzen, kwaliteit of klantenservice** biedt.

## 3. Veranderingen in de persoonlijke situatie van de klant

Maar ook veranderingen in de persoonlijke situatie van de klant kunnen leiden tot klantenverlies. Dit kan gaan van een verhuis naar een andere stad tot een verandering in hun financiële situatie.

## 4. Ontevredenheid over de kwaliteit

Als de kwaliteit van je producten of diensten niet aan de verwachtingen voldoet, kan dit leiden tot minder aankopen of compleet klantenverlies. Dit is het geval wanneer je producten niet voldoen aan de specificaties, als ze vaak defect zijn of snel slijten. Dan is het niet meer dan logisch dat klanten minder geneigd zullen zijn om deze producten te kopen.

## 5. Slechte prijs-kwaliteitverhouding

Als de prijs van de producten of diensten niet in verhouding staat tot de kwaliteit ervan, kan dit leiden tot minder verkoop. Klanten willen namelijk waar voor hun geld en als ze het gevoel hebben dat ze te veel betalen, zullen ze ergens anders gaan winkelen.

### 3. Kosten van klantenuitval

Klantenuitval is een probleem dat grote gevolgen kan hebben voor een bedrijf. Naast het logische verlies van inkomsten, zijn er nog tal van andere kosten die met het verlies gepaard gaan. In dit hoofdstuk zullen we enkele van deze kosten bespreken en laten zien hoe artificiële intelligentie (AI) kan helpen om deze kosten te beperken.

#### 1. Acquisitiekosten

Acquisitiekosten zijn **de kosten die een bedrijf maakt om nieuwe klanten binnen te halen**. Dit gaat over **advertentie- en marketingkosten, salarissen** van salesmedewerkers en andere operationele kosten. Wanneer klanten vertrekken, moeten deze kosten opnieuw gemaakt worden om nieuwe klanten te werven en te behouden.

Dankzij AI kunnen bedrijven de redenen achter klantenuitval beter begrijpen en proactief actie ondernemen om klanten te behouden. Daarnaast kan AI ook helpen bij het identificeren van de meest waardevolle klanten om zo hun marketing- en salesactiviteiten op hen te concentreren.

#### 2. Verloren inkomsten

Wanneer een klant vertrekt, gaat niet alleen de huidige omzet verloren, maar ook de toekomstige omzet die hij gegenereerd zou hebben. Dit kan een grote impact hebben op de inkomsten van een bedrijf op de lange termijn.

Dankzij AI kunnen bedrijven voorspellende analyses uitvoeren om te bepalen welke klanten potentieel kunnen vertrekken. Door deze klanten proactief te benaderen en oplossingen te bieden om hun problemen op te lossen, kunnen bedrijven voorkomen dat ze effectief vertrekken en zo toekomstige inkomsten veiligstellen.

### 3. Reputatiekosten

Wanneer een klant vertrekt, kan dit ook de reputatie van je bedrijf schaden. Ontevreden klanten kunnen namelijk hun **ervaringen delen**, met alle gevolgen van dien.

Ook hier komt AI to the rescue. want het geeft bedrijven de nodige tools om de feedback van klanten beter te begrijpen en actie te ondernemen om problemen op te lossen. AI identificeert namelijk trends en patronen in de feedback van klanten, waardoor bedrijven hun producten en diensten gericht kunnen verbeteren en hun reputatie versterken.

### 4. Kosten voor het vervangen van klanten

Het vervangen van een klant kan duur zijn, want het betekent dat je als bedrijf opnieuw **acquisitiekosten** moet maken om nieuwe klanten binnen te halen en om te investeren in het opbouwen van een relatie met de nieuwe klant.

Dankzij AI begrijpen bedrijven hun klanten beter en zijn ze in staat oplossingen te bieden wanneer een probleem zich voordoet. Met als logische gevolg dat iemand toch beslist om klant te blijven.



## 4. Meten van klantenuitval

Maar hoe groot is het probleem nu eigenlijk? Dat is dé hamvraag bij uitstek, want meten is weten. Eén van de belangrijkste stappen om klantenuitval te verminderen is dan ook het meten van het probleem.

Sales managers moeten namelijk weten waarom klanten vertrekken en hoe vaak het gebeurt, zodat ze gerichte maatregelen kunnen nemen. In het verleden werd klantenuitval gemeten aan de hand van enquêtes, interviews of door het bijhouden van verkoopcijfers. Maar met de opkomst van artificiële intelligentie (AI) zijn er tal van nieuwe manieren om dit te meten en te voorspellen.

First booking month	No of new bookings	Month 0	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11
January	154	100%	71%	65%	61%	62%	61%	55%	57%	56%	55%	52%	0%
February	816	100%	50%	37%	38%	37%	33%	34%	30%	32%	27%	0%	
March	740	100%	47%	42%	30%	30%	27%	30%	27%	25%	0%		
April	600	100%	49%	35%	33%	25%	27%	21%	21%	0%			
May	423	100%	37%	31%	28%	25%	23%	21%	0%				
June	877	100%	39%	28%	25%	22%	20%	0%					
July	429	100%	35%	23%	21%	21%	0%						
August	274	100%	37%	25%	22%	0%							
September	357	100%	36%	23%	0%								
October	447	100%	37%	0%									
November	426	100%	0%										
December	536	100%											

### 1. Het gebruik van AI om klantgedrag te analyseren

AI-technologieën zoals machine learning en deep learning maken het mogelijk om grote pakken gegevens te verwerken en te analyseren. Dankzij deze grondige analyse van klantgegevens - zoals aankoopgeschiedenis, zoekopdrachten en interacties met de website - kan AI inzicht geven in het gedrag van klanten en de factoren die leiden tot klantenuitval.

Wanneer een klant bijvoorbeeld stopt met het bezoeken van een website of fysieke winkel na het bekijken van een specifiek product, kan dit wijzen op een probleem met dat product of met de gebruikerservaring op de website of de fysieke locatie. Met deze kennis in het achterhoofd kan je meteen in actie schieten en komaf maken met potentiële struikelblokken.

## 2. Voorspellende analyses

AI kan trouwens ook de toekomst voorspellen. Of toch op z'n minst **voorspellende analyses maken**. In dit soort analyse combineert AI historische klantgegevens met de huidige klanteninteracties. Het resultaat? Een voorspelling over welke klanten waarschijnlijk zullen vertrekken. Zo kan je sales team gerichte acties ondernemen, in de vorm van gepersonaliseerde aanbiedingen of extra ondersteuning bijvoorbeeld.

## 3. Het bijhouden van klanttevredenheid en -loyaliteit

Hoewel AI-technologieën nuttig kunnen zijn bij **het meten van klantenuitval**, blijft het belangrijk om ook **directe feedback van klanten te verzamelen**. Dit kan door regelmatig enquêtes uit te voeren, feedback te verzamelen en klanttevredenheid en -loyaliteit te meten. Zo kan je als bedrijf snel problemen identificeren en oplossen vooraleer er klanten effectief vertrekken. Daarnaast kan het bijhouden van klanttevredenheid en -loyaliteit ook helpen bij het identificeren van trends en patronen in klantgedrag.



# 3. De rol van AI bij klantenuitval

Artificiële intelligentie (AI) biedt ongekende mogelijkheden om de oorzaken van klantenuitval te begrijpen en te voorspellen. AI gaat hierbij verder dan traditionele business intelligence (BI) door trends en patronen te ontdekken in verschillende databronnen die verborgen zijn voor het menselijk oog of klassieke statistische technieken. In dit hoofdstuk bespreken we de rol van AI bij het verminderen van klantenuitval en hoe sales managers kunnen profiteren van de kracht van AI.

## 1. Identificatie van de oorzaken van klantenuitval

Om problemen op te lossen, moet je ze eerst kunnen **identificeren**. En daar is AI een krak in. Concreet analyseert AI databronnen - zoals **klantgedrag op de website**, aankoopgeschiedenis en **interacties met klantenservice** - en herkent trends en **patronen** in klantenuitval. Op basis van deze inzichten kunnen bedrijven probleemoplossend te werk gaan en voorkomen dat klanten vertrekken.

## 2. Voorspelling van klantenuitval

AI kan ook gebruikt worden om klantenuitval te voorspellen voordat het daadwerkelijk gebeurt. Door het combineren van historische gegevens met realtime gegevens, **kan AI voorspellingen doen** over welke klanten waarschijnlijk zullen vertrekken en waarom. Kostbare informatie dus, die **het verschil maakt tussen een succes en een fail**.

## 3. Personalisatie van marketing en sales & de Next Best Action bepalen

Bedrijven kunnen AI ook inschakelen om hun **marketing- en salesactiviteiten te personaliseren**. Door het analyseren van klantgegevens, zoals **aankoopgeschiedenis** en zoekopdrachten, kan AI gepersonaliseerde aanbiedingen en aanbevelingen doen die beter aansluiten bij de behoeften van je individuele klanten. In een wereld waar iedereen overstelpt wordt door een overaanbod van producten en diensten, kan een gepersonaliseerde aanpak ervoor zorgen dat jouw klanten steeds opnieuw - en steeds meer - voor jouw bedrijf kiezen.

## 4. Verbetering van de klantenservice

AI is ook key in **de verbetering van je klantenservice**. Met behulp van **chatbots**, virtuele assistenten en andere AI-gestuurde technologieën kunnen bedrijven namelijk snel en efficiënt vragen afhandelen en proactief met klanten communiceren. Dit heeft een positieve impact op de klantentevredenheid en zorgt ervoor dat klanten effectief klant blijven. Daarnaast laat AI toe om **gepersonaliseerde klantinteracties** te creëren, zoals automatisch gegenereerde e-mails en offertes die aansluiten bij de specifieke behoeften en interesses van de klant.

## 5. Koppeling met andere Sales AI

Ten slotte kan AI ook **gekoppeld worden** met andere Sales AI-systemen. Door bijvoorbeeld **cross- en upsell detectie, recommendation, credit score prediction en impact analyse te integreren** met het voorspellen van klantenuitval, krijg je een vollediger beeld van de klant en kan je meer mogelijkheden benutten om het te vertrek proactief te voorkomen.

# 4. De implementatie van AI om klantenuitval te verminderen

We hebben intussen besproken hoe AI kan helpen bij het verminderen van klantenuitval, dus nu is het tijd om uit te leggen hoe sales managers deze technologie in hun organisatie kunnen implementeren

## 1. Identificeer de juiste AI-oplossing

Er zijn verschillende AI-oplossingen beschikbaar voor sales managers die klantenuitval willen verminderen. Het is belangrijk om de juiste oplossing te kiezen die het beste past bij de behoeften van jouw organisatie. Een out-of-the-box oplossing heeft hierbij de voorkeur boven een custom ontwikkeling omdat dit minder risicovol is, minder kost, sneller return geeft en je impliciet ook gebruik kan maken van best practices van andere bedrijven. Er zijn trouwens ook oplossingen beschikbaar die specifiek ontworpen zijn voor bepaalde industrieën, zoals de detailhandel of de financiële sector.



## 2. Maak een roadmap

Het opstellen van **een roadmap voor de implementatie van AI** in jouw bedrijf is van groot belang. Roadmaps helpen namelijk bij het monitoren van de evolutie en zorgen ervoor dat het proces gestroomlijnd verloopt. Het is belangrijk dat je in deze roadmap alle nodige stappen om AI te implementeren beschrijft, inclusief de nodige middelen. Daarnaast is het ook aan te raden om de roadmap **in verschillende fases** op te delen, zodat het project beheersbaar blijft en er ruimte is voor aanpassingen en evaluaties.

Naast het verminderen van klantenuitval is het ook mogelijk om AI te gebruiken voor andere doeleinden binnen de sales, zoals **het verbeteren van klantprofielen, lead scoring en cross-selling**. Daarom is het belangrijk om bij het opstellen van de roadmap ook rekening te houden met deze extra mogelijkheden. Zo kan er op een later moment verder worden gebouwd op de al ontwikkelde AI-oplossingen en kan er nog meer waarde worden gehaald uit deze investering.

## 3. Verzamel de juiste gegevens

Om AI te kunnen gebruiken voor het verminderen van klantenuitval, is het natuurlijk belangrijk om de juiste gegevens te verzamelen. We spreken hier onder andere over klantgegevens zoals **aankoopgeschiedenis, gegevens uit je ERP of CRM, interacties met de klantenservice en eventueel websitegedrag**. Daarnaast is een goede data-infrastructuur om deze gegevens te verzamelen en te analyseren cruciaal.

## 4. Train de AI-oplossing

Zodra de gegevens zijn verzameld, is het tijd om de AI-oplossing te trainen. Concreet gaat het hier over het gebruik van machine learning-algoritmen om de gegevens te analyseren en patronen te ontdekken. Het is belangrijk om deze AI-oplossing **regelmatig opnieuw te trainen** zodat deze steeds up-to-date blijft en de beste resultaten oplevert.



## 5. Testen en valideren van de resultaten

Een cruciale volgende stap is het testen en het valideren van de AI resultaten, voordat je deze op grote schaal inzet. Hierbij is het belangrijk om de AI-voorspellingen te vergelijken met de echte resultaten, zodat je zeker bent dat het over nauwkeurige data gaat. Ook de datakwaliteit en een goede data-infrastructuur zijn van groot belang. Deze factoren zorgen er namelijk voor dat de AI-oplossing correct kan werken, zonder negatief beïnvloed te worden door ruis in de data. Regelmatige datakwaliteitscontroles en de implementatie van een data governance-framework is dan ook the way to go.

Het is ook van belang om te monitoren hoe de AI-oplossing gebruikt wordt en hoe deze in de praktijk presteert. Dankzij een real-time monitoring kan er namelijk snel ingegrepen worden bij eventuele afwijkingen. Een goed voorbeeld hiervan is het instellen van alerts wanneer prestaties onder een bepaald niveau zakken.

Last but not least, is het ook belangrijk om **een continu verbeteringsproces in te bouwen**. Dit kan door het regelmatig trainen van de AI-algoritmen met nieuwe data, maar ook door nieuwe modellen en technieken te testen. Enkel dankzij deze continue optimalisatie kan de AI-oplossing steeds beter presteren. Een belangrijk gegeven dus, want het laat je toe als bedrijf om het maximum uit de AI-investering te halen.

# 5. Data en AI bij klantenuitval

Data vormt de ruggengraat van elke AI-toepassing en bij AI-oplossingen voor het verminderen van klantenuitval is dat niet anders. Bedrijven hebben vaak toegang tot grote hoeveelheden data die ze kunnen gebruiken om hun AI-oplossingen te trainen en te optimaliseren.

Zo kunnen klanten werken met de data van hun **facturatiesysteem, CRM, ERP en eventuele andere systemen**. Dit is al ruim voldoende om een grote stap te zetten richting een effectieve AI-oplossing, want met deze gegevens kunnen bedrijven bijvoorbeeld de churn van klanten voorspellen en acties ondernemen om dit te voorkomen.

Na de eerste set-up wordt begonnen met **het verder verzamelen van data** die in de toekomst de accuraatheid van de AI kan verhogen. Dit kan zowel interne als externe data omvatten, afhankelijk van de specifieke use case en de beschikbaarheid van data. Externe gegevens kunnen bijvoorbeeld bestaan uit **demografische gegevens, social media gegevens of gegevens van externe bronnen zoals overheidsinstanties of brancheverenigingen**.

Het **verzamelen van data** is echter slechts het begin. Het is namelijk van groot belang om deze gegevens op de juiste manier **op te slaan, te verwerken en te analyseren** om zo waardevolle inzichten te verkrijgen. Dit kan door het gebruik van geavanceerde analysetechnieken en data science-methoden, zoals **machine learning en deep learning**.

Een belangrijk aspect van het werken met data in een AI-oplossing voor het verminderen van klantenuitval is het waarborgen van de privacy en veiligheid van klantgegevens. Bedrijven moeten ervoor zorgen dat de data die ze verzamelen en gebruiken steeds in overeenstemming zijn met de relevante **wet- en regelgeving** en dat de **gegevens veilig worden opgeslagen en verwerkt**.

## 6. Uitdagingen van het gebruik van AI



Hoewel artificiële intelligentie (AI) veel voordelen biedt bij het verminderen van klantenuitval, brengt het ook enkele uitdagingen met zich mee.

## 1. Het vermijden van vooroordelen

Een belangrijke uitdaging bij het gebruik van AI is dat het **kan leiden tot vooroordelen en discriminatie**. Dit kan gebeuren wanneer AI-systemen getraind worden met gegevens die onbedoeld bevooroordeeld zijn, zoals een systeem op basis van **historische gegevens waarbij bepaalde demografische groepen werden benadeeld**. Om dit risico te verminderen, is het aan te raden om te kiezen voor een out of the box oplossing. Deze oplossingen zijn gebaseerd op gegevens van een grote groep gebruikers en hebben daardoor minder kans op vooroordelen en discriminatie dan custom made oplossingen.

## 3. Het vinden van de juiste gegevens

Daarnaast is het ook een uitdaging om **de juiste gegevens te vinden voor het trainen van AI-systemen**. Het is namelijk belangrijk dat de gegevens representatief zijn voor de doelgroep waarvoor het systeem wordt ingezet. **Het trainen van AI-systemen vergt ook tijd en middelen**, waardoor het belangrijk is om de juiste keuzes te maken bij de selectie en training van de systemen.

## 2. Het beheersen van risico's

Een andere uitdaging is het beheersen van de risico's. Daarom is het belangrijk om **de werking van AI-systemen en de mogelijke risico's in kaart te brengen**. Het kan namelijk voorkomen dat een AI-systeem verkeerde voorspellingen doet, of dat er onbedoelde neveneffecten ontstaan bijvoorbeeld. Door deze risico's in kaart te brengen, kunnen maatregelen genomen worden om ze te verminderen of te voorkomen. Het is dan ook aan te raden om het AI-systeem eerst in een gecontroleerde omgeving te testen, vooraleer het op grote schaal in te zetten.

## 4. Het behouden van menselijke controle

Een andere uitdaging is **het behouden van menselijke betrokkenheid en controle**. Het is belangrijk om te onthouden dat AI-systemen slechts hulpmiddelen zijn en dat menselijke controle steeds nodig is om ervoor te zorgen dat de systemen op de juiste manier worden ingezet.

# 7. Toekomst van AI bij klantenuitval

De ontwikkelingen op gebied van AI gaan snel en de toekomst ziet er veelbelovend uit voor de preventie van klantenuitval.

## 1. NLP (Natural Language Processing)

Een belangrijke ontwikkeling op het gebied van AI is de opkomst van **Natural Language Processing (NLP)**. Deze ontwikkeling stelt AI in staat om menselijke taal te begrijpen en te verwerken, waardoor bedrijven beter kunnen communiceren met hun klanten. Aan de hand van **chatbots en virtuele assistenten** kunnen ze op een persoonlijke en efficiënte manier communiceren met klanten en hen helpen bij het oplossen van problemen. Dit kan wederom leiden tot een verbeterde klanttevredenheid en vermindering van klantenuitval.

## 2. Augmented reality

AI biedt ook steeds meer mogelijkheden voor het gebruik van augmented reality. **Augmented reality is een technologie die het mogelijk maakt om de werkelijkheid te verrijken met digitale informatie.** Deze technologie kan op verschillende manieren worden toegepast om de klantbeleving te verbeteren. Zo kunnen bijvoorbeeld producten virtueel gepresenteerd worden in de echte wereld, waardoor klanten een beter beeld krijgen van hoe het product eruit ziet en werkt. Daarnaast kan augmented reality ook worden ingezet om problemen op te lossen, zoals het bieden van **stap-voor-stap instructies** voor het gebruik van een product of het visualiseren van oplossingen voor technische problemen. Door het gebruik van augmented reality kunnen bedrijven dus **een gepersonaliseerde en interactieve ervaring bieden**, wat kan bijdragen aan het behoud van klanten en het verminderen van

# 8. Conclusie

In dit e-book hebben we besproken hoe artificiële intelligentie gebruikt kan worden om enerzijds klantenuitval te verminderen en anderzijds de klanttevredenheid te verbeteren. We hebben gekeken naar de voordelen van het voorspellen van klantenuitval met AI en hoe het kan gebruikt worden om proactief te communiceren met klanten. Daarnaast hebben we besproken hoe andere Sales AI-toepassingen gekoppeld kunnen worden om een volledig beeld te krijgen en meer mogelijkheden te bieden om klantenuitval te voorkomen.

We raden sales managers aan om **een strategie te ontwikkelen** voor het gebruik van AI bij klantenuitval en de implementatie hiervan stap voor stap te doen. Hierbij is het belangrijk om te zorgen voor een goede integratie met bestaande processen en systemen en om te investeren in **de juiste tools en training voor medewerkers**. Vergeet niet dat klantenuitval meer is dan klassieke uitval en dat een focus op klanttevredenheid hierbij de sleutel tot succes is.

Met de juiste aanpak kan AI een krachtige tool zijn om klantenuitval te verminderen en de klanttevredenheid te verbeteren. We hopen dat deze gids je helpt om een beter begrip te krijgen van de mogelijkheden en uitdagingen van het gebruik van AI bij klantenuitval en je helpt om zelf aan de slag te gaan met deze innovatieve technologie.

# 9. Bijlagen

## 1. Lijst van aanbevolen literatuur

Hier zijn enkele aanbevolen boeken en artikelen over AI en klantenuitval die nuttig kunnen zijn voor sales managers:

*"Predictive Analytics: The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie, or Die"* door Eric Siegel

*"The Business Value of Artificial Intelligence"* door Andrew Burgess

*"Customer Data and Privacy: The Impact of Artificial Intelligence and Blockchain"* door Dimitrios Buhalis en Rohit Talwar

*"The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work"* door Thomas H. Davenport

*"Customer Experience with Artificial Intelligence: Transforming Enterprises and Competitive Landscape"* door Venkatesh Shankar en Adam Rapp

*"The Impact of Artificial Intelligence - Widespread Job Losses"* door Alison Griffin

*"The AI-Powered Enterprise: Harness the Power of Ontologies to Make Your Business Smarter, Faster, and More Profitable"* door Seth Earley

*"AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order"* door Kai-Fu Lee

Deze boeken en artikelen bieden diepgaande inzichten in de toepassing van AI bij klantenuitval en kunnen sales managers helpen om een beter begrip te krijgen van de mogelijkheden en uitdagingen van AI bij het verminderen van klantenuitval.

## 2. Lijst van referenties

Brown, B., & Lee, N. (2019). The rise of AI in customer retention. *Journal of Business Research*, 104, 276-283.

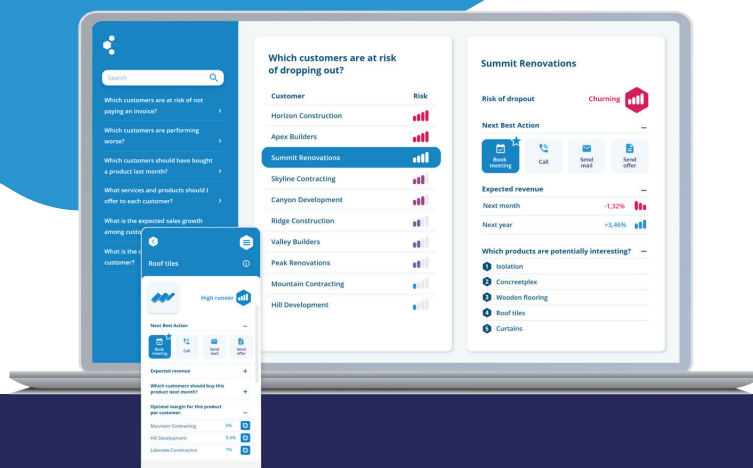
Sánchez-Mangas, R., & González-Briones, A. (2019). Artificial intelligence and its impact on customer retention. *Business Horizons*, 62(1), 61-70.

Verhoef, P. C., & Lemon, K. N. (2013). Successful customer value management using customer lifetime value and share of wallet. *Journal of Marketing Research*, 50(2), 133-143.

Verhoef, P. C., Neslin, S. A., & Vroomen, B. (2007). Multichannel customer management: Understanding the research-shop-per phenomenon. *International Journal of Research in Marketing*, 24(2), 129-148.

Venkatesan, R., & Kumar, V. (2004). A customer lifetime value framework for customer selection and resource allocation strategy. *Journal of Marketing*, 68(4), 106-125.





# Wil je het risico op klantenuitval reduceren tot een minimum?

Het AI software platform van Trendskout biedt de nodige tools om snel en eenvoudig aan het werk te gaan.

Contacteer ons voor een gratis demo

[www.trendskout.com](http://www.trendskout.com)



**Trendskout**

READY TO USE AI PLATFORM