

Whitepaper
Livechat
en privéklinieken

The **plus** for your company

Whitepaper **Livechat** en privéklinieken

De opkomst van privéklinieken

In het laatste decennium zijn er op verschillende terreinen nieuwe toetreders verschenen in de gezondheidszorg. Met de invoering van marktwerking in de zorg is met name het aantal privéklinieken sterk toegenomen. De laatste vijf jaar zijn de patiëntaantallen van privéklinieken met 34% zijn gestegen. Bovendien stijgt het marktaandeel van privéklinieken in de zorgsector. Kortom, een stijging in de vraag naar gespecialiseerde behandelingen, maar dus ook toenemende concurrentie tussen privéklinieken onderling.

Onderscheid jezelf: Ga na wat de klant wilt weten

Met deze stijging in het aantal privéklinieken is het essentieel om te onderscheiden in het grote aanbod. Dit doen klinieken door kwaliteit en specialismen te benadrukken, maar er zijn meer manieren om de klant tevreden te stellen. Met name bij het zoeken naar een kliniek voor een behandeling zijn mensen op zoek naar vertrouwen. Dit vertrouwen kun je ze geven door helder te informeren via de website en je eigen kwaliteiten te benadrukken. Hiermee onderscheid je jezelf echter niet, want dat doet iedereen. Waar je mensen echt mee helpt is het leggen van contact!



Waarom zou u als privékliniek een **livechat** op uw website moeten aanbieden?

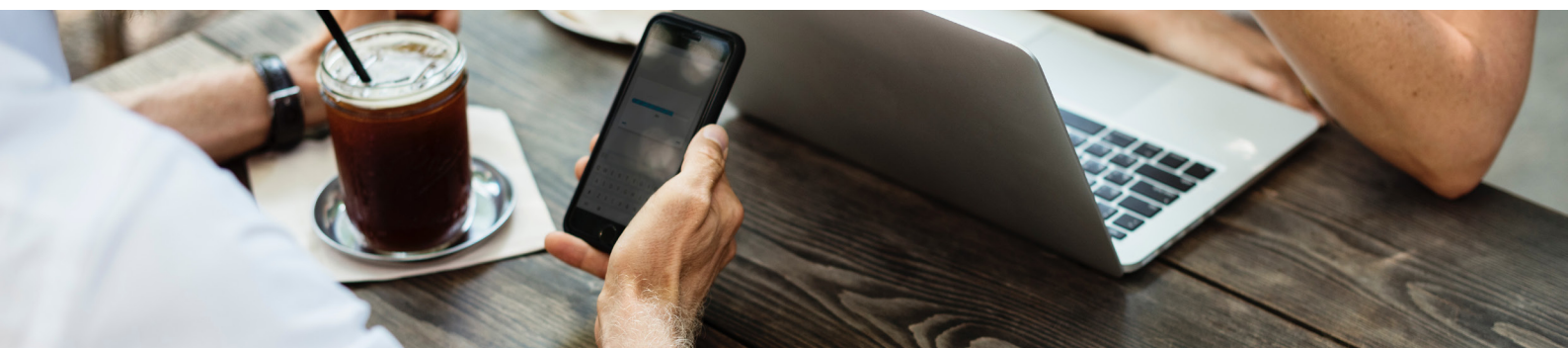
- **Anonimiteit draagt bij aan contactopname**

Waar mensen behoefte aan hebben bij het vinden van de juiste kliniek is vertrouwen. Om de juiste keuze te kunnen maken speelt contact een belangrijke rol om dit vertrouwen te kweken. Mensen vinden het nu eenmaal eng om te bellen en over hun klacht te vertellen. Een chatgesprek start anoniem en geeft net als een telefoongesprek direct antwoord op vragen. De anonimiteit van livechat verlaagt de drempel om contact op te nemen omdat mensen de angst en schaamte niet hoeven te ervaren. Vaak zijn de eerste vragen die men stelt redelijk basic: “Valt de behandeling binnen mijn verzekering?” of “Heb ik een doorverwijzing nodig van de huisarts?”. Toch gaan ze al heel snel over op de specifieke klachten zoals bij een urlogenkliniek: “Ik moest vannacht 5 keer plassen en ik weet niet wat ik nu moet doen? Het feit dat de chatoperator empathie kan tonen en kan laten weten dat de specialist er goed naar kan kijken zorgt voor vertrouwen. Hierdoor laat de bezoeker eerder zijn of haar contactgegevens achter. Het gesprek levert het vertrouwen waar de bezoeker naar op zoek is.

- **Stijgende vraag naar privéklinieken vergroot klantcontact**

Gezien de sterke groei in vraag naar DBC's bij privéklinieken neemt het traffic op de websites toe. De conversie van bezoekers naar contactopname is bij livechat het hoogst vanwege de anonimiteit, laagdrempeligheid en snelheid van het contact. Daarnaast is de conversie van het contactmiddel zelf ook heel hoog. Onderzoek van Boldchat toont namelijk aan dat bezoekers die chatten 2.8 keer eerder converteren dan bezoekers die niet chatten. Conversie is in het geval van privéklinieken bijna altijd het inplannen van een afspraak. Bij adequaat gebruik van de livechat betekent meer traffic dus meer conversie.

Wat hier voor een groot deel aan bijdraagt is de proactieve chat die kan worden ingezet. Dit is het chatvenster dat omhoog komt met een korte begroeting en vraag. Hetzelfde onderzoek van Boldchat laat zien dat het gebruik van een proactieve chat het aantal bezoekers dat chat verhoogt van 1,6% naar 6,6%. Wij zien gelijkwaardige cijfers in onze eigen database.



- **Livechat: de interactieve zoekmachine**

Een veel voorkomend probleem op websites is het niet kunnen vinden van informatie. Dit is problematisch voor zowel het bedrijf als de bezoeker. Soms staat informatie voor het bedrijf op een hele logische plaats, maar voor de bezoeker zonder verstand van de materie niet. Vaak zoeken mensen ook niet goed. Op dit soort momenten biedt livechat uitkomst. Zoals eerder benoemd zijn de meest gestelde vragen bij privéklinieken: “Zit mijn verzekeraar bij jullie kliniek aangesloten?” of “Heb ik een doorverwijzing nodig van de huisarts?”. Belangrijke informatie die doorgaans gewoon op de website te vinden is. Toch zijn dit de vragen die het meeste binnenkomen en vaak leiden tot het maken van een afspraak.

- **Oriëntatie begint online**

Waar oriëntatie vroeger minder een issue was, omdat het enige aanbod kwam van ziekenhuizen en een enkele kliniek, is dat tegenwoordig anders. Door het grote aanbod begint de oriëntatie online. Daarom is het belangrijk contact te creëren waar de klant is. Daarnaast wordt bezoekers een contactmiddel geboden op het kanaal waar men op actief is. Dit is een toegevoegde waarde op het gebied van gebruiksgemak.



Over de **Auteurs**



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.



Marketing Manager

Sietse Busser is Marketing Manager bij LiveChat Service. Vanuit deze rol focust hij veel op geschreven content. Met de whitepapers, artikelen, blogs en als medeauteur van het boek "Livechat: meer dan alleen een contactkanaal", laat hij bedrijven en organisaties de kracht van livechat zo goed mogelijk 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
Westblaak 177
3012 JK
Rotterdam
010 307 52 76
info@livechatservice.nl

