

SIEMENS

Obsługa Klienta w gospodarce elektronicznej



Czy można nie mieć contact center?

A czy można nie mieć klientów?



Systemy obsługi klienta (contact centers) są niezbędnym elementem prowadzenia działalności handlowej lub usługowej na rynku. Niezależnie od tego czy służą do poszukiwania nowych klientów, oferowania za pośrednictwem połączenia telefonicznego lub internetowego towarów i usług czy też do obsługi klientów już pozyskanych. Co

więcej, należy się spodziewać, że wkrótce na osiągnięcie sukcesu na rynku będzie miało wpływ już nie tylko samo posiadanie centrum obsługi kontaktów, ale przede wszystkim jakość jego pracy: poziom świadczonych usług, efektywność i umiejętność zaspokojenia wymagań klientów.

Od call center do contact center

Można zauważyć wiele podobieństw między obsługą klienta w systemie obsługi telefonicznej (call center) i obsługą przez internet. Obydwa rodzaje kontaktu mają charakter indywidualny. W call center jest to rozmowa telefoniczna prowadzona przez agenta z klientem na temat jego konkretnej sprawy, problemu, zamówienia czy reklamacji.

W obsłudze internetowej dzięki wyrafinowanym mechanizmom istnieje także możliwość silnej indywidualizacji kontaktu, choć klient nie zawsze zdaje sobie z tego sprawę.

Contact center nie jest jednak tylko skomplikowanym systemem komputerowym obsługującym procesy handlu elektronicznego. Contact center tworzą przede wszystkim ludzie w nim pracujący, agenci obsługujący połączenia. Z drugiej strony niezbędnym elementem funkcjonowania systemu jest sieć: łącza, po których trafiają do systemu połączenia od klientów. Contact center jest po to, aby te cenne zasoby (agentów i łącza) wykorzystać efektywnie, aby na bieżąco obserwować ruch i przeciwdziałać sytuacjom krytycznym.

W bardzo dużym uproszczeniu można powiedzieć, że contact center w sytuacji, gdy ruch jest duży służy do tego, by jak najmniej połączeń było utraconych, a w sytuacji gdy ruch jest mały – aby zadania były równomiernie rozdzielane do dyżurujących agentów, jednakowo obciążając ich pracę.



Contact center

– przede wszystkim obsługa klienta

Wszystkie mechanizmy funkcjonujące w contact center, dają klientowi poczucie indywidualności i szczególnego traktowania, nawet jeżeli jego połączenie jest jednym z kilku czy kilkunastu tysięcy obsługiwanych w ciągu godziny.

Po drugiej stronie systemu contact center znajduje się jego załoga: agenci i osoby zarządzające ich pracą. Im też system musi dawać swego rodzaju poczucie bezpieczeństwa, pewność, że wszystkie te automatyczne procedury pomagają w pracy, zapewniają wysoki poziom obsługi i zadowolenie klientów. Nie sposób tego ocenić bez specjalistycz-

nych programów służących do obserwacji pracy systemu i tworzenia sprawozdań i statystyk o jego funkcjonowaniu.

Te narzędzia pozwalają na bardzo efektywną obsługę administracyjną centrum obsługi połączeń. Bieżąca obserwacja stanu systemu pozwala na szybkie reagowanie na sytuacje nietypowe, alarmowe bądź związane z nieprzewidzianymi wcześniej okolicznościami.

Tworzenie raportów pozwala otrzymywać kompletny obraz pracy systemu w dłuższym okresie, obserwować charakterystyczne zjawiska (np. szczyty ruchu, przejściowy brak wolnych agentów, niepokojący wzrost liczby utraconych połączeń itp.), a także daje możliwość oceny efektywności poszczególnych pracowników.

E-gospodarka jest gospodarką technologii, ale przede wszystkim jest gospodarką klienta. To on decyduje czy platforma techniczna, którą tworzy technologia na zamówienie uczestników rynku elektronicznego nadaje się do prowadzenia interesów. To klient decyduje, czy takie elektroniczne interesy będzie chciał prowadzić.

Voice over IP w systemach obsługi klienta

Systemy obsługi klienta ewoluują od zwykłych systemów telefonicznych do zaawansowanych systemów obsługujących wiele sposobów komunikacji (połączeń telefonicznych, wiadomości głosowych, poczty elektronicznej, faksów i komunikacji multimedialnej). Agenci contact center mogą prowadzić rozmowy telefoniczne i odbierać wiadomości głosowe, a także zarządzać pocztą elektroniczną i faksową. Wszystkie operacje wykonywane są na uniwersalnym terminalu – multimedialnym komputerze PC. Na tym samym komputerze są uruchamiane również wszystkie programy, z których korzysta agent, dzięki czemu procesy komunikacji mogą być łatwo kojarzone z innymi procedurami w działalności firmy. Ponieważ niezależnie od rodzaju informacji jest ona przekazywana w transmisji pakietowej w sieci LAN, system można łatwo połączyć z istniejącą w firmie infrastrukturą IT. Nie jest

więc przypadkiem, że systemy obsługi klienta są jednym z pierwszych obszarów zastosowań technik pakietowej transmisji głosu – Voice over IP. Zbiegają się tu bowiem trzy ważne tendencje:

- rozwój systemów call center i contact center w kierunku uniwersalnych mechanizmów obsługi kontaktów z klientami, bo tylko właściwa obsługa klientów zapewnia sukces na rynku w dłuższej perspektywie;
- wprowadzanie nowych mediów i sposobów kontaktu (w szczególności kanałów elektronicznych, a więc obsługi zapytań e-mailowych oraz formularzy www) jako wyraz nowoczesności i zaangażowania w proces rozwoju gospodarki elektronicznej;
- stosowanie mechanizmów komutacji pakietów i pakietowej transmisji głosu (Voice over IP) jako alternatywnego, w stosunku do komutacji kanałów, sposobu obsługi połączeń telefonicznych.





Istotą propozycji Siemens jest połączenie oferty dostawy instalacji sprzętu i oprogramowania najwyższej światowej klasy z szerokim zakresem usług świadczonych przez wykwalifikowany zespół specjalistów w zakresie konsultacji przy tworzeniu projektu systemu contact center, zarządzania projektem, nadzoru prac podwykonawców i wszelkich innych zadań związanych z budową systemu.

HiPath ProCenter

HiPath ProCenter to rodzina opracowanych przez firmę Siemens rozwiązań do budowy centrów obsługi klienta. Poszczególne systemy można, w zależności od potrzeb, wykorzystać do obsługi połączeń telefonicznych, poczty elektronicznej, wywołań ze stron www, poczty głosowej, systemu interaktywnych zapowiedzi i komunikatów, internetowych sesji „chat” i co-browsing oraz prowadzenia rozmów telefonicznych przez internet (Voice over IP). Każda z tych możliwości może być wykorzystana indywidualnie lub stanowić kolejny krok w budowie zintegrowanego systemu obsługi zgłoszeń zawierającego wszystkie wymienione mechanizmy.

W docelowej konfiguracji multimedialnego systemu obsługi kontaktów wszystkie sposoby komunikacji (telefon, e-mail, www, faks, poczta głosowa) obsługiwane są w jednolity sposób, z wykorzystaniem transmisji pakietowej z protokołem internetowym (IP), co pozwala zaoszczędzić wydatków na dwie odrębne, jak dotąd, sieci: telefoniczną i komputerową.

Tutaj wszystko trafia do użytkownika przez jedną sieć – sieć komputerową LAN. W momencie włączenia komputera staje się on uniwersalnym stanowiskiem komunikacyjnym.



Dla użytkownika (agenta contact center) takie skupienie wszystkich sposobów komunikacji w jednym urządzeniu to duża wygoda: w czasie połączenia z klientem na ekranie pojawiają się wszystkie dostępne o nim informacje. W jednej chwili można wysłać do klienta wiadomość lub faks, dopisać ważne informacje do bazy danych czy sprawdzić jakie w ostatnim czasie otrzymaliśmy od niego wiadomości. Stąd już tylko krok do wejścia na następny poziom skutecznej obsługi klientów w ramach systemu CRM (Customer Relationship Management).

Z punktu widzenia firmy taki sposób pracy to duże oszczędności. Poza wymienioną już redukcją wyposażenia (jedna sieć) i kosztów obsługi (administrowanie jednym systemem zamiast dwoma: telefonicznym i komputerowym) można spodziewać się poprawy jakości obsługi klientów: mniej traconych rozmów telefonicznych, krótszy czas oczekiwania na połączenie, szybkie odpowiedzi na pocztę elektroniczną i fakсы – to podstawa poprawy jakości. Do tego dochodzą inne korzyści: wygoda pracy, łatwy dostęp do danych, możliwość skupienia się na jednej sprawie bez rozpraszania uwagi.

I wreszcie najważniejszy punkt widzenia – **punkt widzenia klienta**.

Klient, który może zadzwonić, połączyć się przez internet wysyłając wiadomość lub korzystając ze strony www, przysłać faks lub zostawić wiadomość w poczcie głosowej i za każdym razem jest szybko i sprawnie obsługiwany, to klient zadowolony.

Zadowolenie klienta jest tym większe, że może korzystać z kilku takich funkcji równocześnie: podczas przeglądania strony www wybiera funkcję „chat” i zaczyna tekstową pogawędkę z przedstawicielem firmy, albo funkcję „zadzwoń do mnie” i za chwilę pogawędka jest już pogawędką telefoniczną. A jeżeli jego połączenie z internetem jest wystarczająco szybkie może jednocześnie prowadzić rozmowę i przeglądać stronę.

Takie połączenie własności rozmowy telefonicznej i oglądania obrazu na ekranie daje bardzo dobre rezultaty, jest już bowiem bardzo bliskie tradycyjnemu kontaktowi między ludźmi.



Voice over IP nie jest więc celem samym w sobie, ale narzędziem do realizacji systemu, w którym można zintegrować różne sposoby komunikowania się.

Różne sposoby komunikowania się wynikają z rzeczywistych potrzeb klientów, którzy z nich korzystają, a budowany system potrzeby te zaspokaja.

Komunikowanie się z klientami (za pomocą różnych kanałów zintegrowanych dzięki technologii VoIP) wbudowane jest

w szeroko rozumianą filozofię obsługi kontaktów jako procesów decydujących o skuteczności działania w elektronicznej (lub elektroniczującej się) gospodarce. Niezależnie bowiem od postępującej „elektronizacji”, biznesu, handlu, gospodarki kontakt między ludźmi zawsze będzie odgrywał decydującą rolę w skutecznym działaniu na rynku. HiPath ProCenter ma taki właśnie kontakt ułatwiać.



Dlaczego obsługiwać klienta przez internet?

Nowoczesne kanały komunikacji i transakcji to kanały ogólnie zwane elektronicznymi. Choć w uproszczeniu można powiedzieć, że ich powstanie stało się możliwe dzięki internetowi, to pojęcie handlu elektronicznego wykracza poza mechanizmy internetowe stosowane do ułatwienia i przyspieszenia transakcji. Internet umożliwił upowszechnienie tych mechanizmów i ich dostępność dla wszystkich klientów.

Pokazał też wszystkim uczestnikom rynku kierunki rozwoju systemów obsługi klienta.

Zbiegają się tu dwie przyczyny wzajemnie wzmacniające swoje działanie. Z punktu widzenia firmy obsługa w internecie jest w dłuższej perspektywie tańsza niż obsługa tradycyjnymi kanałami. Jest przy tym rodzajem obsługi, której zaczynają oczekiwać klienci doceniający szybkość i uniwersalność sieci. Internet i handel elektroniczny dają rzadką możliwość połączenia oczekiwań obu stron: mniejsze koszty obsługi klientów (czyli większe zyski firm) i jednocześnie zadowolenie klientów z rosnącego poziomu obsługi.





Niebezpieczeństwa e-gospodarki

Na obie strony tej gry rynkowej czyhają też pewne niebezpieczeństwa. Z punktu widzenia firmy niezwykle istotnym zagadnieniem staje się utrzymanie klienta – nie tylko zainteresowanie go ofertą, ale nakłonienie aby z niej skorzystał i w przyszłości nie odszedł do konkurencji. Klient ma bowiem pełen dostęp do wszystkich firm na rynku, ma możliwość wyboru i podejmowania decyzji na podstawie porównania wielu ofert.





Skontaktuj się z nami:

www.hipath.pl