



Перспективная информативность

Первые системы типа «call-центр» (call center) начали появляться еще в начале 70-х годов прошлого века. Много лет их роль сводилась к предоставлению клиентам телефонной информации, касающейся продукции и/или услуг, предлагаемых компанией. Но в последние несколько лет благодаря развитию IP-технологий, эти системы претерпели значительные изменения и стали описываться термином «контакт-центр» (contact center)

Электронная почта, SMS, интернет-пейджеры и чаты — все эти каналы общения пользуются в XXI веке огромной популярностью. Успех таких новых средств общения не мог не повлиять на инфраструктуру контакт-центров. Примечательно, что на протяжении многих лет call-центры разрабатывались «с прицелом» именно на голосовые со-

единения. Фокус делался на решениях, повышающих эффективность телефонных переговоров, которые ведутся консультантами центров обзвонки с клиентами. В качестве самого яркого примера таких решений можно вспомнить модуль автоматического распределения вызовов (ACD). С его помощью можно в автоматическом режиме перенаправ-

лять входящий звонок на свободного или какого-то определенного консультанта, а кроме того, вести статистику телефонных разговоров с подсчетом времени ожидания и времени разговоров.

Несмотря на то что ACD по-прежнему играет важнейшую роль в контакт-центрах, его использование, увы, уже не решает новых проблем, с которыми уже столкнулись или в скором времени столкнутся предприятия и организации, использующие коммуникационно-информатизационные системы обслуживания клиентов. В числе таких сложностей, например, обработка электронной почты, которая часто не попадает в соответствующие подразделения компаний, а разочарованные клиенты подолгу ждут и иногда вообще не дожидаются ответов на свои послания. При этом сортировка и реагирование на e-mail — трудоемкий и во многом рутинный процесс, требующий достаточно больших усилий со стороны работников. О масштабах проблемы свидетельствуют, например, данные, полученные в Великобритании. Из них следует, что среднее время ответа компании или организации на электронное письмо клиента составляет 46 часов. При этом целых 63 % опрошенных клиентов заявили, что полученный ими в виде e-mail ответ не отвечал их ожиданиям. Все это является результатом традиционного подхода к системам обслуживания, при которой общение с «внешним миром» осуществляется исключительно на основе приема входящих вызовов. В свою очередь телефонные консультанты работают под постоянным давлением всевозможных показателей — например, относительно количества принятых звонков или же время общения с клиентом, — привязанных именно к телефонному обслуживанию. Однако, оценка эффективности деятельности call-центра такими показателями, как среднее время продолжительности соединения, сегодня кажется архаичным способом. В современных условиях лояльность клиентов завоевывается не столько скоростью ответа, сколько компетентностью сотрудника информационной службы. В этой связи гораздо более логичным показателем может стать число успешных решенных вопросов при первом контакте.

Ведущие производители инфраструктурных решений для контакт-цент-

ров быстро отреагировали на нужды потребителей и стали предлагать системы, поддерживающие не только голосовое общение, но также электронную почту, факсы, SMS и чаты. Как говорится в представленном специалистами британской Contact Center Babel отчете, по состоянию на конец 2008 года около 6 % от всех действовавших контакт-центров были способны обрабатывать e-mail. Прогнозы исследователей свидетельствуют также о том, что до конца нынешнего года почти четверть систем будет интегрирована с электронной почтой.

Не меньший интерес вызывают данные относительно поддержки коротких текстовых сообщений (SMS). Сегодня чуть менее половины систем информационной поддержки имеют механизмы, позволяющие работать с SMS. Около трети предприятий и организаций сообщают о своем желании внедрить такие решения в ближайшем будущем.

Но процесс эволюции коммуникационно-информатизационных систем обслуживания клиентов идет не только по пути добавления новых каналов общения. IP-технология, распространение стандарта SIP, а также унифицированные коммуникации — все это позволит освободить консультантов от работы

там же, где находится центральный модуль системы. Производители переориентировались на разработку распределенных решений, подразумевающих наем консультантов в различных регионах страны, причем часто даже на условиях работы дома. Новая архитектура систем обеспечивает возможность более частого использования рекомендаций или советов экспертов, находящихся в том числе и вне офиса. Некоторые уже работающие по такой модели контакт-центры воплотили в себе максимально возможную «распределенность» — каждый сотрудник виртуального информационного центра имеет отличное от другого местонахождение.

Ведущие и ведомые

Доминирующее положение на рынке контакт-центров на сегодняшний день занимают производители систем IP PBX. Это объясняется прежде всего тем, что в их случае инфраструктура контакт-центров представляет собой некое расширение архитектуры собственно телефонии. Впрочем, не исключено, что в ближайшие годы устоявшаяся схема построения контакт-центров претерпит существенные изменения: и функциональность центров, и собственно телефония

будут в значительной мере зависеть от программного обеспечения. А это означает, что связь систем обслуживания клиентов с традиционной телефонной архитектурой будет постепенно ослабевать. Такое положение дел дает шанс для выхода на рынок новых игроков.

Не стоит также забывать и о возможности использования контакт-центров на условиях «ПО как услуга» (Software as a Service). Хотя говорить о каком-либо серьезном изменении бизнес-модели говорить слишком рано — вендоры вряд ли сменят свои приоритеты, по крайней мере, в ближайшие годы. Существующее на рынке статус кво подтверждают и аналитики Gartner в опубликованном ими «магическом квадранте» для инфраструктуры контакт-центров. Среди перечисленных в этом документе лидеров можно увидеть компании, тесно связанные с отраслью телекоммуникаций, — Alcatel-Lucent, Avaya, Cisco, а кроме того, специализирующиеся на разработке систем контакт-центров Genesys и Interactive Intelligence, и недавно вошедшая в квадрат «лидеров» Aspect, которая представляет рынок программного обеспечения.

По-прежнему интересно выглядит сравнение группы «Дальновидных игро-

www. **aukro.ua**

інтернет-аукціон

найкращий вибір для покупок!

Чи знаєте Ви, що найкращим місцем для купівлі або продажу мобільних телефонів, ноутбуків, настільних ПК та комплектуючих, а також безлічі інших товарів є найбільший український інтернет-аукціон Aukro.ua? Величезний вибір виробників та моделей у поєднанні з різноманітними цінами, дозволяють знайти саме ту річ, яка відповідає всім заданим критеріям та, що важливо, за дуже прийнятною ціною.



Дополнительно о контакт-центрах

1. С исторической справкой о возникновении и развитии контакт-центров, наиболее часто используемыми терминами, вариантами создания контакт-центров в зависимости от бизнес-задач вы можете ознакомиться *из материалов на CD этого номера*.
2. Исследовательская компания Gartner о рынке инфраструктуры контакт-центров.

ков» (Visioners). Аналитики Gartner поместили в нее Oracle и SAP. По мнению исследователей, именно эта пара компаний может в будущем сыграть важную роль на рынке, внедряя различные ключевые инновации. Что же касается слабых сторон вышеперечисленных игроков, то к ним можно отнести небольшое их влияние на современный рынок контакт-центров, а также отсутствие специализированных подразделений продаж или поддержки соответствующих решений.

Примечательно, кстати, что сама Gartner определяет инфраструктуру контакт-центра как набор продуктов (аппаратных средств, программного обеспечения и услуг), которые необходимы для функционирования контакт-центров как с поддержкой базовой телефонии, так и с поддержкой связи по каналам разного типа. Эта инфраструктура используется в центрах обслуживания и поддержки заказчиков и сотрудников, в центрах технического обслуживания, системах внешнего и внутреннего телемаркетинга, государственных центрах поддержки и в других видах организованной коммуникационной деятельности. Взаимодействие с клиентом может происходить с помощью оператора центра или автоматических систем самообслуживания, которые используют интерактивные голосовые подсказки — IVR и, например, технологии распознавания речи. Эти каналы взаимодействия подразумевают общение непосредственно с оператором центра и посредством технологий обмена сообщениями, включают голосовую связь, веб-технологии, электронную почту, а также мгновенные сообщения, чаты, видео и мобильные устройства.

Выбор, выбор

Количество поставщиков (а контакт-центры предлагают в Украине многие компании, например, «Адвентус», «Ареон Консалтинг», «Диалог-Киев»,

«Инком», «Парус» и др.), равно как и наличие разных подходов к вопросам функционирования систем, не облегчают проблему потенциальным покупателям.

Как же не заблудиться в лабиринте предложений? Поиску должен предшествовать предварительный анализ целей, которые должны быть достигнуты благодаря внедрению решения. Если система будет функционировать как классический информационный центр, то основную роль играет IVR (интерактивная система ответа на телефонные звонки). Дозволившийся выслушивает заранее записанные сообщения и далее, при помощи речевого меню либо ввода номеров пункта меню с клавиатуры телефона, выбирает соответствующие пункты меню.

Абсолютно иные требования предъявляются к так называемым out-bound-системам, то есть ориентированным на телефонные продажи. Здесь наиболее предпочтительными являются решения, помогающие проводить кампании по обзвону потенциальных клиентов — например, опция predictive (предугадывания), благодаря которой реализуется так называемый «избыточный» исходящий обзвон.

В этом режиме за каждым свободным консультантом контакт-центра закрепляется определенное количество программных телефонов, совершающих автоматический обзвон. Система переключает звонок на оператора только в том случае, если на какой-либо линии был произведен дозвон до «живого» абонента.

Существует несколько универсальных советов, которые наверняка пригодятся всем компаниям, стоящим перед выбором контакт-центра, независимо от специфики их деятельности. По мнению специалистов, система должна базироваться на технологии IP и стандарте SIP. Такой выбор обеспечивает оптимальный набор инструментов и позволяет не тратить чересчур много средств. Другими важными факторами, на которые стоит обратить внимание потенциальным покупателям, являются открытость и возможность интеграции с другими системами, например, Oracle, SAP и Microsoft CRM, а кроме того, легкость масштабирования и расширения. В ходе проведения предварительного отбора поставщиков интерес покупателя должен проявляться не только к стоимости самой системы, но также к стоимости дополнительных услуг и расши-

рений для контакт-центра и к условиям гарантийного и послегарантийного обслуживания.

По данным Всеукраинской ассоциации контакт-центров, всего в нашей стране насчитывается около 450 контакт-центров с более чем 12 тыс. рабочих мест, где работают около 20 тыс. операторов. Наиболее развито их использование в таких областях, как телекоммуникационная, банковская, и в аутсорсинговых проектах. По оценкам исследователей в целом 22 % инсталляций приходится на продукты Cisco, 17 % — CallWay, 14 % — Avaya, 8 % — Vox-line.net, по 5 % — Asterisk, Naumen, Nortel, Oktell, 4 % — Alcatel.

В дальнейшем...

Будущее рынка контакт-центров по-прежнему видится в радужном свете. Одним из факторов, которые положительно скажутся на развитии этого рынка, является постоянно растущее число интересующихся такими решениями. На протяжении длительного периода времени системы телефонного обслуживания клиентов ассоциировались исключительно с огромными корпорациями, финансовыми организациями или телекоммуникационными операторами. Но в последние несколько лет такие решения стали уделом компаний намного меньших масштабов.

Производители осознают необходимость более активного внимания к нуждам малого и среднего бизнеса, начав поставки разнообразных решений, ориентированных на этот сектор. Продукты для сегмента SMB отличаются прежде всего простотой использования и обслуживания, быстротой внедрения и, как следствие, невысокой ценой.

Говоря о ближайших перспективах, стоит отметить прежде всего активизацию уже начавшегося процесса миграции в сторону IP-телефонии, что объясняется главным образом потребностью появления в контакт-центрах новых каналов коммуникации. Как предполагают аналитики T3i Groups, в 2008 году совокупное число работающих в контакт-центрах консультантов, которые используют IP-технологии, взлетела на 70 %. К 2013 году исследователи прогнозируют, что уровень насыщения IP-телефонией среди всех сотрудников контакт-центров в мире достигнет 91 %. ●

Денис Захаров
editors@cp-ua.com