

На связи с клиентом



ТЕКСТ: Надежда Харламова

Всеобщий курс на повышение эффективности работы бизнес-подразделений не обошел стороной и отечественный рынок контакт-центров. Какие их функции являются сегодня наиболее востребованными, и каковы тенденции развития рынка таких решений?

Актуальность вопросов, связанных с построением контакт-центра компании и введением дополнительных услуг и функций в существующую систему работы с клиентами доказывает достаточно частое проведение уже в этом году мероприятий, посвященных теме эффективного построения колл-центров и контакт-центров в компаниях, обслуживающих клиентов. Среди них – Call Center World Forum, проходивший в Москве, и выставка-форум Call Centers & CRM Kyiv 2010, организованная в Киеве (отчет о киевском мероприятии смотрите «СиТ» №5/2010).

Как обеспечить качественные коммуникации с клиентами, повысить их лояльность, что, в свою очередь, должно привести к увеличению объема продаж? К этой теме растет интерес со стороны собственников и руководителей многих компаний, отмечают эксперты рынка. По их мнению, прибыль компании находится в прямой зависимости от того, насколько хорошо ее контакт-центр синхронизирован с бизнес-целями и процессами компании. Ведь с помощью контакт-центра можно не только решить конкретные бизнес-задачи, но и стратегически объединить подразделения бизнеса в единую команду, работа которой отталкивается от применения одного инструмента.

Задачи контакт-центра

Многие из бизнес-задач компаний при предоставлении информационно-

консультационных услуг могут быть решены без построения контакт-центра. Однако главной проблемой в этом случае является отсутствие единой точки приема и обработки входящих обращений клиентов, что повышает вероятность ошибок, снижает производительность труда и, в итоге, приводит к хаосу в работе информационной клиентской службы, рассказывают специалисты компании «Инком», одного из ведущих интеграторов контакт-центров в Украине и организатора конференции «Современный Contact Center». А построение контакт-центра позволяет создать единую точку приема и обработки обращений, использовать единый стандарт обслуживания клиентов.

Современный контакт-центр – это базирующийся на системе корпоративной телефонии и развитой поддержке информационно-телекоммуникационной инфраструктуры программный комплекс, который обеспечивает интеллектуальную обработку информации о клиенте и участвует в автоматизации бизнес-процессов. Это, прежде всего, инструмент передачи обращений, учитывающий различные параметры: номер абонента, время суток, доступность, специализацию или компетенцию сотрудника. Каждое обращение адресуется работнику, который готов ответить и предоставить нужную информацию. Звонки, на которые сотрудники не могут ответить в связи с тем, что в данный момент разговаривают по другой линии, ставятся в очередь. Популярно использование в контакт-центрах IVR-системы, которая позволяет предоставлять общую или часто запрашиваемую информацию без привлечения оператора. Для этого абоненту достаточно набрать определенный номер и, следуя голосовому меню посредством нажатия клавиш в тоновом режиме, получить оперативный доступ к интересующей его информации. Важным элементом контакт-центра является система построения отчетов в режиме реального

Case study

Объект внедрения – «Укрэксимбанк». Структура: главный офис, 30 филиалов и 95 отделений по всей территории Украины.

В рамках внедрения CRM-подхода в банке необходимо было автоматизировать основные задачи подразделения контакт-центра, в частности, управление клиентской поддержкой VIP-клиентов, консультирование потенциальных клиентов по телефону, прием и обработку жалоб и предложений, организацию Telesales, проведение опросов, информирование клиентов и пр. Кроме того, руководство контакт-центра нуждалось в системе оценки эффективности деятельности операторов и подразделения в целом.

На этапе консультирования специалистами Terrasoft, исполнителями проекта, были регламентированы бизнес-процессы контакт-центра банка по приему и обработке запросов клиентов, работе с жалобами и предложениями, Telesales, работе с должниками, подготовке маркетинговых воздействий, осуществлению различных видов мониторинга.

В процессе подготовки деятельности контакт-центра к автоматизации, банком была разработана система маршрутизации запросов и формирования очередей. В контакт-центре банка все входящие звонки поступают по пяти телефонным линиям. Звонки по одной из линий обрабатываются с помощью IVR. Была разработана структура меню IVR и подготовлены тексты информационных сообщений для IVR. Звонки по остальным четырем линиям распределяются между группами операторов в зависимости от их специализации (например, операторы группы «А» обрабатывают обращения, связанные с поддержкой проданных продуктов, а операторы группы «D» осуществляют информационную поддержку и телемаркетинг). Для каждой группы по специально разработанным в ходе проекта правилам формируется отдельная очередь звонков.

Также на этапе бизнес-консультирования банком были разработаны сценарии разговоров, позволяющие оперативно обрабатывать обращения различных типов, например, запросы на предоставление информации об остатке на счете, жалобы на сотрудников банка и др.

На втором этапе проекта (автоматизации) данные, которые ранее хранились в различных системах, используемых банком, были аккумулированы во внедряемую CRM-систему. Так, в ходе проекта осуществлен импорт информации, необходимой сотрудникам контакт-центра для работы, из файла формата MS Excel и базы данных Oracle, а также организован прием электронных сообщений с сайта банка.

Логика обработки входящих звонков построена таким образом, что при поступлении вызова от клиента, зарегистрированного в системе, оператор получает доступ ко всей ключевой информации по нему, собранной в одной точке программы. Для оператора контакт-центра реализована возможность просмотра личных данных клиента при входящих и исходящих звонках. В результате, сотрудник контакт-центра всегда имеет четкое представление о том, с каким клиентом он в данный момент взаимодействует, и может строить диалог с учетом этой информации. Также реализован древовидный справочник сценариев разговора. Что касается исходящих звонков, сотрудники контакт-центра могут выполнять индивидуальные звонки клиентам, используя «дерево процессов», а также осуществлять массовые обзвоны, перечень вопросов и список абонентов для которых определяется супервизором. При осуществлении массовых обзвонков система учитывает пожелания клиента относительно очередности звонков на его средства связи (то есть сначала звонок осуществляется на мобильный телефон, а затем уже на рабочий и домашний), а также удобного времени звонка.

Контроль и анализ деятельности сотрудников осуществляется за счет аналитических отчетов и графиков, позволяющих анализировать загрузку операторов и степень обработки звонков и обращений.

ТОЧКА

ЗРЕНИЯ

Людмила Буракова,
директор по продажам «Ареон Консалтинг»



Автоматизация исходящего обзвона является все более востребованным модулем

Рынок контакт-центров уже практически полностью перешел от экстенсивного пути развития к интенсивному, все больше внимания стало уделяться вопросам повышения эффективности работы и поддержанию лояльности клиентов. Естественно, наиболее значимую роль в этом сыграл пресловутый экономический кризис, но не стоит забывать и то, что рынок контакт-центров уже прошел стадию активного роста. Одной из наиболее значимых тенденций последнего времени является изменение направления коммуникаций. Если в 2008 году большинство контакт-центров работали на прием, а наличие исходящего обзвона в режиме Predictive было, скорее, исключением, то сегодня автоматизация исходящего обзвона является все более востребованным модулем. К сожалению, по-прежнему слабым звеном многих решений для контакт-центров остается аналитика. Как правило, стандартные инструменты малоэффективны и недостаточно удобны в использовании, а специализированные решения отличаются несоизмеримо высокой стоимостью. К тому же, при работе контакт-центра преимущественно оцениваются технические результаты работы: загрузка операторов, количество принятых/непринятых звонков и т.д. Для оценки бизнес-показателей необходима качественная интеграция контакт-центра в бизнес-процессы компании, поэтому все реже контакт-центры рассматриваются как отдельные решения. Стремление к использованию нескольких каналов взаимодействия с клиентами способствует популяризации решений для контакт-центров, поддерживающих SIP-протокол.

Одной из наиболее негативных тенденций последних лет стало то, что в качестве контакт-центров клиентам предлагаются дешевые решения, производители которых достаточно часто даже не имеют опыта работы в сфере контакт-центров. Особенно это характерно для разработчиков на постсоветском пространстве. К сожалению, отсутствие независимых от производителей и интеграторов организаций, заинтересованных в развитии отечественного рынка контакт-центров, только способствует этому. Но в ближайшее время ситуация должна измениться. В Украине начинает работу Всеукраинская ассоциация контактных центров (ВАКЦ), основанная ведущими специалистами отрасли. Она будет поддерживать и оказывать содействие в развитии существующим и создающимся контакт-центрам, а также внедрять единые стандарты обслуживания и систему сертификации, позволяющие поднять общий уровень работы украинских контакт-центров.

Так как на настоящий момент практически все крупные структуры уже обзавелись контакт-центрами, то интерес, преимущественно, лежит уже совсем в другой ценовой категории. Сегодня востребованы недорогие решения с открытыми стандартами и широкими функциональными возможностями. Одним из наиболее характерных представителей подобных систем является платформа Asterisk, хорошо зарекомендовавшая себя в мире. При построении контакт-центра на ее базе нет необходимости производить лицензирование, а поддержание открытых стандартов позволяет существенно снизить затраты на оборудование.

времени, которая позволяет полностью контролировать работу всего центра, следить за доступностью ресурсов, получать необходимую информацию для своевременной реакции на изменения потоков обращений. В условиях высокой конкуренции, компании не могут игнорировать потребности клиентов и стандарты обслуживания. Поэтому современные контакт-центры дополнительно включают расширенный набор мультимедийных каналов (e-mail, вэб, смс, факс), позволяя клиентам выбрать приемлемый способ взаимодействия с компанией.

Сегодня понятия «контакт-центр» и «CRM-система» редко воспринимаются как две отдельные технологии. Тем не ме-

нее, необходимость в каждом из них определяется исключительно потребностями бизнеса. Контакт-центр необходим для автоматизации информационно-справочной службы, CRM-система – при управлении прямыми продажами. Эксперты сходятся во мнении, что наибольшую эффективность демонстрируют контакт-центры, интегрированные с CRM-приложениями компании. В данном случае единый рабочий интерфейс, в рамках которого может быть представлена вся необходимая информация по клиенту, позволит сократить время обработки вызова и даст возможность решить вопрос за одно обращение. Кроме того, «карточка клиента» персонализирует все коммуникации в случае повторного

ТОЧКА

ЗРЕНИЯ

Сергей Куфтерин,
 коммерческий директор «Диалог-Киев»



Скоро на украинском рынке возможно появление видео-контакт-центра

Современный контакт-центр должен поддерживать не только голосовую связь, но и мультимедийные возможности. В связи с тем, что в колл-центр ежедневно может поступать большое количество звонков, очень важным фактором становится внедрение систем самообслуживания клиентов через альтернативные каналы доступа: посредством вэб или при помощи голосовой почты. Подлинная мультимедийность подразумевает не только приведенные выше технологии, здесь речь идет уже о внедрении унифицированных коммуникаций.

Разумеется, одной из главных тенденций, характерных и для украинского рынка, является развитие голосовых технологий и их использование в IVR. Еще несколько лет назад голосовые порталы, оснащенные системами распознавания речи, казались делом далекого будущего, теперь же они достаточно широко используются на Западе. В целом же, IVR не теряют своей актуальности, поскольку однозначно улучшают показатели удовлетворенности клиентов работой колл-центра. Также стоит обратить внимание на переход на сервис-ориентированную архитектуру (SOA). Инвестиции в SOA составят основную долю расходов на IT в индустрии центров обработки вызовов. Современный контакт-центр не может существовать обособленно, он должен быть обязательно интегрирован с другими инфраструктурами.

Помимо систем распознавания речи, в ближайшее время на украинском рынке возможно появление видео-контакт-центра, который способен принимать, обрабатывать и транслировать видео при помощи Wi-Fi-сети или сети третьего поколения. Видеоцентр может отправить абоненту визуальную информацию о товаре или, например, инструкции к нему, информацию о расположении места на стадионе и т.п.

В заключение хочется отметить, что, в целом, контакт-центры движутся в сторону универсальности, повышения доступности оператору всех приложений, используемых для обслуживания клиентов. Ключевая идея при этом – централизовать функции связи с клиентом на основе общего приложения. Решения подобного класса уже начинают появляться на рынке. Специалистами группы «Астерос», в состав которой входит компания «Диалог Киев», также разработано собственное решение «Астерос Контакт», в котором доступ оператора к нужной информации осуществляется максимум тремя «кликами мыши». Пилотное внедрение «Астерос Контакт» в настоящее время завершено в одном из филиалов «МегаФона»; результаты использования системы полностью оправдали ожидания клиента, и сейчас идет тиражирование решения в других регионах.

обращения, а на основании истории предыдущих обращений сотрудники компании смогут впоследствии продавать клиенту дополнительные услуги.

Инфраструктура

Исследования аналитиков утверждают, что по мере восстановления от кризиса в конце 2009 года вложения компаний в решения для контакт-центров растут. Отмечается тенденция консолидации мирового рынка контакт-центров, ярким примером этого тренда является покупка компанией Avaya в декабре 2009 года части бизнеса Nortel. В результате этой сделки позиции Avaya усилились и, по данным Gartner, сейчас эта компания контролирует примерно половину мирового рынка инфраструктуры контакт-центров в денежном выражении.

Gartner определяет инфраструктуру контакт-центра как набор продуктов (аппаратных средств, программного обеспечения и услуг), которые необходимы для функционирования контакт-центров с поддержкой как базовой телефонии, так и 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 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. Такие каналы взаимодействия подразумевают как общение непосредственно с оператором центра, так и посредством

ТОЧКА

ЗРЕНИЯ

Елена Жилич,

директор по развитию продуктов «Миратех»

**Многие компании все чаще обращают внимание на ESB-решения**

В период экономического спада особую актуальность приобретает борьба и за лояльность клиента, и за оптимизацию расходов. По этой причине интерес к эффективным современным решениям в области контакт-центров и CRM вновь усилился именно в последнее время.

Если говорить о последних тенденциях, то они вытекают из тех задач, которые сегодня ставят перед своими контакт-центрами руководители предприятий. Первоочередная из них – обеспечить удовлетворенность клиента. В чем же это выражается? Так, например, до недавнего времени многие контакт-центры зачастую злоупотребляли системами IVR. Это приводило к невозможности быстрого соединения с оператором и вызывало заслуженные нарекания со стороны клиентов. Поначалу компании не обращали на них особого внимания, поскольку многие объявления, которые транслировали системы IVR, были нацелены на дополнительные продажи, и они иногда все же случались. Однако борьба за лояльность клиентов, развернувшаяся сегодня, заставила сначала добавить в меню IVR кнопку быстрого соединения с оператором, а впоследствии – поставила перед руководителями контакт-центров задачу свести к минимуму использование IVR.

Вторая задача, которую сегодня ставят руководители предприятий перед начальниками своих контакт-центров – это проактивное и максимально быстрое обслуживание клиентов в колл-центре. Для ее выполнения требуется комплексная интеграция программного обеспечения колл-центра с CRM-системой и другими учетными системами предприятия. До недавнего времени эта задача решалась, как говорят математики, дискретно. То есть при помощи отдельных соединений между каждой парой подсистем, которые обменивались оперативными данными. Эффективность такой «точечной интеграции» была относительно низкой. Но, как известно, спрос рождает предложение. И вот, уже многие компании все чаще обращают внимание на ESB-решения (Универсальная сервисная шина предприятия), к числу которых можно отнести BizTalk или Web Sphere. Эффективность подобных решений, особенно с точки зрения обслуживания и сопровождения всей инфраструктуры предприятия в целом, на несколько порядков выше, чем при выборочной интеграции. Но самое главное – такая многогранная интеграция всех подсистем предприятия позволяет существенно повысить эффективность работы колл-центра и обеспечить оперативное реагирование на запросы клиентов и, следовательно, их удовлетворенность работой оператора.

технологий обмена сообщениями. К этим каналам относится голосовая связь, вэб-технологии, электронная почта, а также мгновенные сообщения, чаты, видео и мобильные устройства.

В отчете Gartner Magic Quadrant за февраль 2010 года, по текущему состоянию рынка контакт-центров (по технологиям и вендорам) аналитики пишут, что в основе большинства поставленных на рынок решений лежат стандартные протоколы сети интернет, включая TCP/Internet Protocol (IP) для телефонии и Session Initiation Protocol (SIP). SIP-протокол обеспечивает системам более надежную поддержку географически распределенных операций на базе единой центральной системы и расширенные возможности масштабирования платформы приложений.

Что касается рыночных позиций вендоров, то в лидерах производителей инфраструктуры для контакт-центров аналитики Gartner разместили компании Avaya, Cisco, Alcatel-Lucent и ее бренд Genesys, Aspect, Interactive Intelligence. В претен-

дентах на лидерские позиции у Gartner – компании Siemens Enterprise Communications и NEC. В секторе «Провидцы» (Visionaries) оказались Oracle и SAP. Эти вендоры хорошо понимают запросы рассматриваемого рынка и предлагают инновационные решения, нацеленные на будущее, но обычно не в таких объемах, чтобы повлиять на глобальный рынок. Нишевыми игроками, по версии Gartner, являются компании Mitel, Altitude Software, Aastra Technologies, Huawei и CosmoCom.

Сегодня и завтра

По оценкам участников рынка, на сегодняшний день в Украине существует 4-5 тыс. контакт-центров, в среднем с 20-30 операторами в одном из них.

Основными потребителями новых технических решений для контакт-центров в 2009 году были такие отрасли, как финансы, энергетика, телекоммуникации, а спросом пользовались специализированные решения, позволяющие

ТОЧКА

ЗРЕНИЯ

Лана Чубаха,

директор по развитию бизнеса группы компаний Terrasoft



Создание колл-центров при муниципальных службах и мэриях будет особенностью нескольких ближайших лет

Основными тенденциями развития рынка контакт-центров в СНГ в целом, в том числе в Украине, на ближайшие несколько лет являются следующие процессы.

Прежде всего, это создание малых (на несколько операторов), средних и крупных контакт-центров в Украине. Многие компании переходят из системы пассивных продаж к процессу активных продаж, который организационно поддерживается тремя функциональными подразделениями: маркетинг (отвечает за генерацию лидов, т.е. потенциальных клиентов), контакт-центр (актуализирует клиентскую базу, запускает процесс продаж и/или кросс-продаж, назначает встречи для отдела продаж), отдел продаж (отвечает за заключение сделки). Следует отметить, что часть компаний будет использовать аутсорсинговые контакт-центры, а часть – так называемые in-house контакт-центры.

Наблюдается появление новых контакт-центров за счет переноса этих структурных подразделений из России в Украину. В рамках специализированных мероприятий такие компании, как МТС и DHL, озвучили планы о переносе основных ресурсов в Украину.

Контакт-центры, которые в настоящий момент располагаются в Киеве, будут расширяться за счет создания региональных подразделений и/или целиком перебазируются в регионы для оптимизации затрат на их содержание.

Создание небольших колл-центров при муниципальных службах и мэриях – тоже яркая особенность нескольких ближайших лет.

Контакт-центры, существующие не первый год, имеющие репутацию, большую клиентскую базу, будут смотреть в сторону оптимизации процессов, а главное – модернизации аппаратно-программного комплекса. Например, системы синтеза речи, интеллектуальная маршрутизация, опции call back, специализированные системы управления трудовыми ресурсами. Данные инструменты призваны оптимизировать затраты контакт-центра на взаимодействие с клиентами при обеспечении максимально простого доступа клиента к этой структуре и высокому качеству обслуживания.

В контакт-центрах, которые ранее только обслуживали клиентов, фокус деятельности сместится в работу по генерации продаж для получения компанией дополнительной прибыли.

Кроме того, ожидается консолидация и управление знаниями (Knowledge Management) в сфере колл-центров контакт-центров посредством создания профессиональных сообществ и организаций.

настроить работу контакт-центра под потребности конкретной отрасли. Не удивительно, что главными приоритетами 2009 года в выборе IT-решений были небольшая стоимость решений и максимальная защита от рисков. Компании предпочитали приостанавливать развитие, делали упор на оптимизацию затрат и сокращение персонала.

Основными направлениями развития рынка контакт-центров в 2010 году, по мнению экспертов, станут, к примеру, распределенные контакт-центры, унифицированные коммуникации, развитие голосовых технологий и их использование в IVR. Компании будут стремиться повысить эффективность контакт-центров и, в то же время, снизить операционные затраты.

Кроме того, большим спросом в Украине в 2010 году будут пользоваться системы исходящего обзвона, позволяющие компаниям реализовывать различные маркетинговые задачи, а также осуществлять работу с должниками.

На конференции «Современный Contact Center», состоявшейся в апреле 2010 года, представители производителей, интеграторов и заказчиков, среди прочего, пытались ответить на вопрос, нужны ли общие, унифицированные, стандарты для украинских контакт-центров. Такие стандарты – как технические, так и управленческие, существуют в большинстве развитых стран мира. Есть и международные стандарты – европейские и американские. Как правило, их разработкой и популяризацией занимаются соответствующие саморегулируемые организации. Так, в феврале этого года в России была зарегистрирована Национальная ассоциация контактных центров, одной из задач которой является разработка российских стандартов работы контакт-центров (на базе европейских). В апреле текущего года состоялась регистрация Всеукраинской ассоциации контактных центров, одной из задач которой и станет разработка украинских стандартов.

