

Контакт-центры для внутрикорпоративных коммуникаций. Время пришло!

*Елагин Василий Сергеевич, аналитик ООО «НТЦ ПРОТЕЙ»
Дубчук Наталья Витальевна, менеджер по маркетингу ООО «НТЦ ПРОТЕЙ»*

Тема, затронутая в этой статье далеко не нова, поэтому мы не станем спорить о перспективах и возможностях, которые может предоставить использование внутрикорпоративных контакт-центров, а обратимся к рассмотрению особенностей их внедрения и функционирования.

Сразу необходимо отметить, что использование этого вида коммуникаций в первую очередь потребует для организаций с большим числом различных отделов и подразделений, для которых необходимо обеспечить плотное взаимодействие. Если при этом подразделения еще и распределены территориально, то тогда внутрикорпоративные контакт-центры становятся и вовсе незаменимым инструментом взаимодействия внутри компании.

Операторские центры, оснащенные специализированным оборудованием, начав свое развитие в 70-х годах прошлого века, превратились в достаточно сложные системы – call-центры, вкратце охарактеризовать отличие которых от своих прародителей можно следующими словами: высокая эффективность и автоматизация процессов обслуживания вызовов. Call-центры, вследствие востребованности и оправданности применения, а так же развития инфокоммуникационных технологий получили развитие в системах следующего поколения – **контакт-центрах**, предоставляющих информационные услуги независимо от вида связи.

Внедрение технологии контакт-центров позволяет значительно расширить возможности взаимодействия внутри компании, а так же перспективы общения с клиентами и заказчиками. Одной из основных целей внедрения контакт-центра является оперативное реагирование маркетинговых и аналитических подразделений компании на изменения внешней среды. Внутрикорпоративный колл-центр благодаря своей мощной системе статистики может решать задачу мониторинга и анализа внешней среды для формирования стратегических целей и стандартов качества. Общая схема информационного обмена приведена на рис. 1.

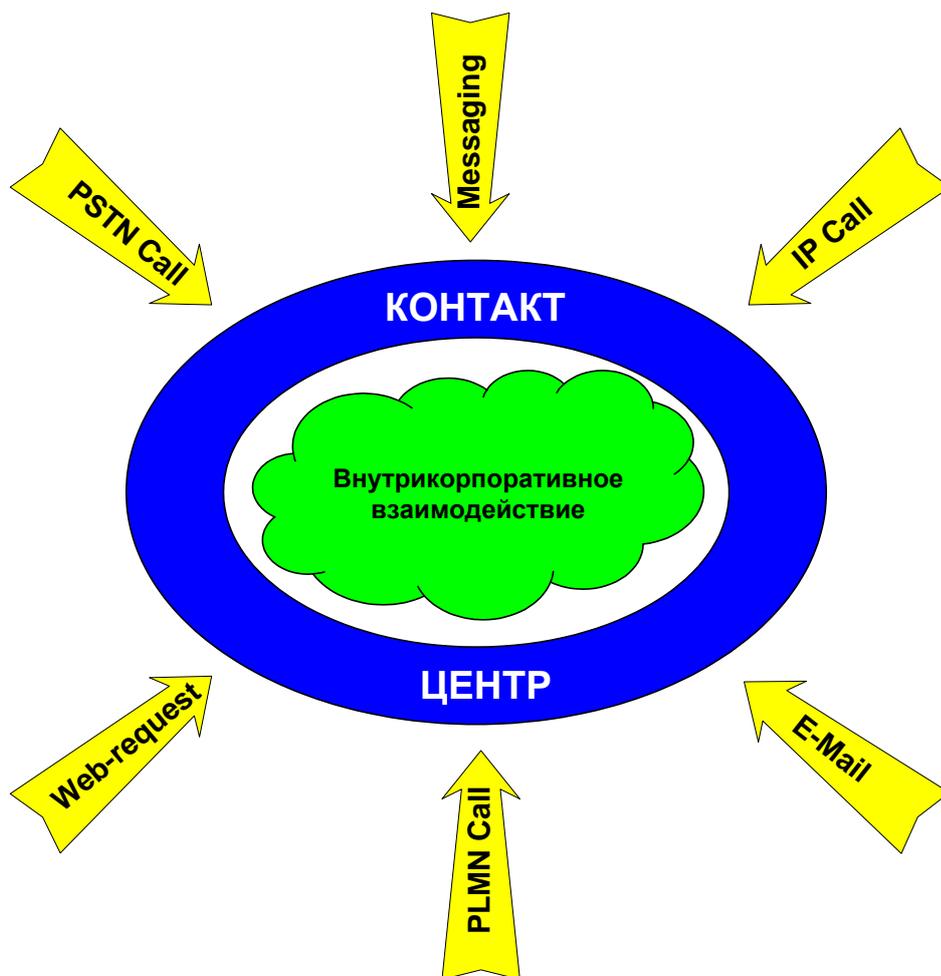


Рис. 1. Внутрикорпоративное взаимодействие на основе оборудования контакт-центров.

С точки зрения функциональных возможностей, существующие контакт-центры в состоянии предоставить возможность обслуживания практически любых заявок: телефонных вызовов, факсимильных сообщений, вызовов поступающих из сетей IP-телефонии, сообщений электронной почты и систем обмена текстовыми сообщениями реального времени (instant messaging), Web-запросов. Для последующей же обработки поступивших вызовов системы также обладают широкими возможностями. В первую очередь это наборы алгоритмов распределения поступающих заявок по операторам и средства автоматической обработки вызовов.

Кроме предоставления существующих распространенных видов связи оборудование центра обслуживания вызовов должно иметь возможность оперативного ввода в эксплуатацию новых востребованных типов информационных коммуникаций. Таким образом, система должна быть легко расширяема не только количественно, но и качественно, возможность быстрого добавления функциональности должна лежать в самой архитектуре комплекса оборудования.

Кроме того можно выделить ряд функций, которые появятся в распоряжении компании после внедрения аналогичных систем. Вот только некоторые из них:

- Ведение единой базы данных клиентов: Подробная характеристика о каждом клиенте: контактная информация, дополнительные характеристики, потребности

клиента, история контактов, покупок, взаиморасчетов. Быстрый и удобный доступ к информации о клиенте. Вся информация содержится в одном месте, что позволяет оперативно получить необходимые сведения о клиенте.

- **Взаимодействие между отделами компании:** Ведение истории контактов клиентов со всеми сотрудниками и отделами компании. Оперативная передача информации о клиенте между отделами. Позволяет своевременно реагировать на потребности клиента, снизить время обслуживания обязательств перед клиентами.
- **Управление продажами:** Использование системы автодозвона позволяет выполнять повторные продажи существующим клиентам компании.
- **Облегчение выполнения рутинных операций:** Создание и использование шаблонов контактов и шаблонов действий для выполнения типовых операций. Интеграция с электронной почтой, управление рассылкой и получением электронных писем и текстовых сообщений.
- **Защита информации:** Разграничение прав доступа пользователей к информации в программе. Позволяет избежать потерю информации о клиентах. Предотвращение потери клиентской базы. При увольнении менеджера вся информация по его клиентам остается в базе данных и может быть передана другому сотруднику.

Для работы с некоторыми из функций может потребоваться интеграция с различными CRM системами, но необходимо помнить, что ядром всей этой системы является именно Контакт-центр. Таким образом, можно обеспечить создание единой точки доступа к различным базам данных. Контакт-центр может стать тем единым интерфейсом, который решает проблему извлечения и использования данных из различных не связанных между собой систем. Эти данные могут использоваться для получения в одном окне полной информации как оператором колл-центра, так и сотрудниками компании.

Помимо масштабирования системы увеличение числа операторов потребует применения эффективных средств управления и контроля персонала, которого можно добиться за счет улучшения внутренних бизнес-процессов с помощью применения технологий контакт-центра, изначально предназначенных для обслуживания внешних клиентов. В частности, можно предоставить своим сотрудникам возможность обратиться в колл-центр на особых условиях. Например, звонок директора в собственную компанию должен быть обработан в первую очередь. Сотрудники, находящиеся в командировке, могут звонить на единый номер и через него получать связь с офисом, в этом случае компания экономит на стоимости междугородних звонков. Некоторые составляющие контакт-центра, такие как система распознавания речи, могут использоваться для переключения на нужного коллегу в соответствии с произнесенным ФИО.

На практике, современный Контакт-центр с интегрированной CRM системой обеспечивает координацию действий различных отделов, обеспечивая их общей платформой для взаимодействия с клиентами. С этой точки зрения назначения комплекс призван исправить ситуацию, когда отделы маркетинга, продаж и сервиса действуют независимо друг от друга, причем их видение заказчика часто не совпадает, а действия несогласованны.

С точки зрения управления бизнесом эффект от внедрения интегрированных систем проявляется в том, что процесс принятия решения за счет автоматизации переносится на более низкий уровень и унифицируется. За счет этого повышается скорость реакции на запросы, растет скорость оборота средств, и снижаются издержки.

Наконец, контакт-центр включает в себя идеологию и технологии создания истории взаимоотношений клиента и фирмы, что позволяет более четко планировать бизнес и повышать его устойчивость.

С точки зрения расчета структуры контакт-центра необходимо учитывать, что современные средства позволяют планировать режим работы операторов, с учетом разделения квалификации операторов (оператор, старший оператор, эксперт, управляющий и т.д.) или разделение операторов по типам обслуживаемых заявок. Расширенные средства администрирования и статистики позволяют включать в центр обслуживания вызовов не только операторов, но и прочих сотрудников компании. В случае если центр обслуживания вызовов планируется создать централизованным, надобность в возможности организации удаленных рабочих мест операторов отпадает. В то же время, учитывая возможность последующего расширения компании, может возникнуть потребность не только в удаленных рабочих местах операторов, но и в построении распределенного операторского центра.

Возможность организации удаленных рабочих мест лежит в самой основе архитектуры системы, что позволяет легко создавать территориально распределенные центры обслуживания вызовов или организовывать удаленные рабочие места. Такое решение может потребоваться в случае территориально разнесенной компании, для которой необходимо сохранить единство структуры и управления контакт-центра. Разница между распределенным центром и организацией удаленных рабочих мест операторов заключается в том, что в первом случае мы имеем несколько операторских центров, установленных в разных местах, обслуживающих местную нагрузку и увязанных в единую сеть с единой системой управления и контроля, для перераспределения нагрузки между узлами. Во втором случае же организуется вынос части рабочих мест операторов за пределы основного узла.

Существующая возможность одновременной работы нескольких серверов распределения вызовов в режиме разделения нагрузки также имеет большое значение при построении распределенного операторского центра, кроме того, это позволяет с быстро осуществлять масштабирование системы и обеспечивать необходимую надежность.

Преимущества от внедрения внутрикорпоративных контакт центров вытекают из более точного понимания нужд клиентов, а также сокращения издержек, связанных с проблемами взаимодействия отделов. Торговые агенты начинают работать более эффективно, повышается уровень удовлетворенности клиентов, что уменьшает потребность в дополнительных скидках и повышает финансовую отдачу.

После внедрения системы происходит снижение административных издержек на продажи и маркетинг за счет автоматизации рутинных процессов. Персонализация потребностей клиентов позволяет более точно определять целевые сегменты рынка и ориентировать на них продукты и услуги компании, сокращая расходы на неликвидный товар.

Использование контакт-центров приносит наибольшую выгоду на тесных конкурентных рынках, где приходится бороться буквально за каждого клиента. Именно там без планирования деятельности в соответствии с анализом клиентской базы сейчас трудно представить эффективную работу фирмы.

Особенно необходимы Контакт-центры в следующих компаниях:

Территориально распределенные компании, с большим числом филиалов и отделений, взаимодействие между которыми необходимо при реализации различных

проектов. Например, производители продукции, офисы продаж которых располагаются на периферии и центры продаж в крупных городах.

Компании, оказывающие различные услуги, испытывают на себе предельно жесткую конкуренцию. Залогом успеха каждой такой компании является индивидуальный подход к каждому клиенту. Значит, без контакт-центра им просто не обойтись.

Комплекс оборудования контакт-центров создан для применения в многофункциональных центрах обслуживания вызовов, предназначенных для оснащения служб технической поддержки, справочных служб, отделов продаж, организации электронных магазинов и внутрикорпоративного использования. Главная задача, которую решает оборудование – обслуживание возможно большего количества поступающих заявок в сочетании с высоким качеством обслуживания абонентов и максимальной эффективностью работы операторов.

Заключение

Таким образом, можно смело сказать, что в условиях высокой конкуренции внедрение контакт-центров позволит получить значительное конкурентное преимущество перед другими компаниями. Кроме того правильное использование контакт-центров позволит наладить все бизнес потоки, что значительно улучшит общую атмосферу в компании. Поэтому контакт-центр не только повышает эффективность отдельных подразделений в компании, но способствует налаживанию четкого взаимодействия между ними.