# Automat kontra człowiek

LECH PIESIK

***Call center może być dla firmy punktem strategicznym, ale tylko pod warunkiem...***

Ćwierć wieku to niewiele, ale wystarczyło, aby call center stało się newralgicznym punktem firmy. Oczywiście za kulisami tego sukcesu stoją technologie. Podstawowe medium to oczywiście telefon. Call center powstało po to, aby Continental Airlines w latach 70. ubiegłego stulecia mogło sprawnie odpowiadać na pytania klientów. Pierwsze call center bazowały na zautomatyzowanym centrum telefonicznym służącym do kontaktowania się z klientami. Minęło ćwierć wieku i w latach 90. ubiegłego stulecia nadszedł boom na call center. Na potrzeby marketingu pojawiły się pierwsze profesjonalne aplikacje do zarządzania kontaktami z klientami. Dzisiaj każda wielka firma ma co najmniej jedno call center. Trend rozwoju CC jest zdecydowanie wzrostowy na świecie, w Europie i w Polsce też. W CC zainwestowały też banki, firmy windykacyjne, turystyczne.

Z czasem call center zmieniły się już właściwie w contact center o znacznie większych możliwościach i zadaniach. Od niedawna usługi CC są świadczone również w outsourcingu i właściwie to przesądziło, że stały się dostępne dla średniej wielkości firm, a coraz częściej korzystają z nich też małe firmy. Technologia pozwala na lokowanie takich centrów właściwe w dowolnym miejscu na świecie i obsługiwanie nieograniczonego geograficznie obszaru. O tym gdzie powstaje CC przesądzają koszty. Jest to na pewno szansa na dobry biznes, bo na przykład we Wrocławiu wielkie centrum outsourcingowe obsługuje klientów z Polski, Niemiec, Wielkiej Brytanii i USA. Technologia, chociaż bardzo ważna, nie przesądza jednak o sukcesie, bo o nim decyduje możliwość wykorzystania jej do realizacji firmowej strategii pozyskiwania i obsługi klientów.

## Kontrolowane koszty

Budowa call center jest droga. Koszty działalności CC są wysokie. Szacuje się, że na polskim rynku towarzystwa ubezpieczeniowe na utrzymanie CC wydają 2 mln zł. Jednak nie tylko dla branży finansowej jest to skuteczny kanał pozyskiwania klientów i kontaktu z nimi. Tak jest też w telekomunikacji i innych branżach, które mają masowych odbiorców. Najdroższy w CC jest czas spędzany przez konsultantów przy telefonie na rozmowie z klientem, trudno więc dziwić się, że chodzi o to, aby całość infrastruktury służącej do masowego kontaktu z klientami przez telefon jako medium była jak najlepiej zorganizowana. Telefon, od którego się zaczęło, nie jest już samotny i włączenie do CC kolejnych mediów (sieci informatycznych) spowodowało, że są to teraz centra kontaktu, z którymi można też nawiązać łączność inną niż głosowa, na przykład przez e-mail.

Wprowadzenie do CC kolejnych funkcji wymaga zarządzania i tu znowu powstają możliwości wsparcia sukcesu technologią. Podstawowe zadania CC to obsługa zgłoszeń przychodzących oraz obsługa kontaktów wychodzących, których inicjatorem jest przedsiębiorstwo. Już w tym miejscu pojawia się potrzeba zarządzania zgłoszeniami przychodzącymi w celu:

- obsługi akcji marketingowych,
- obsługi umów,
- przyjmowania reklamacji,
- przyjmowania zamówień,
- rezerwacji,
- udzielania informacji,
- wsparcia serwisowego.

Podobnie jest z rozmowami wychodzącymi, które dotyczą zazwyczaj:

- badania rynku,
- sprawdzania adresów,
- sprzedaży bezpośredniej.
- telemarketingu,
- windykacji.

## Potrzeby podstawowe CC

Takie podstawowe potrzeby CC wskazują, że ważną rolę w całym systemie spełnia oprogramowanie i jego innowacyjność. Na przykład CPS Enterprise Edition (CPS E2 TM) firmy SER Solutions, Inc. jest rozwiązaniem nowej generacji do zarządzania rozmowami wychodzącymi, które łatwo integruje się z wieloma platformami telekomunikacyjnymi i sieciowymi dysponując wieloma funkcjami, takimi jak:

- Power Dialer - funkcja pozwalająca na automatyczne (poza Teleagentem) wybieranie numerów telefonów z bazy podczas akcji wychodzącej. Po zrealizowaniu połączenia i rozpoznaniu przez system głosu „żywego człowieka" rozmowa zostaje automatycznie przełączona do konsultanta, co umożliwia maksymalne wykorzystanie czasu

pracy konsultantów (jak wspomniałem bardzo kosztownego), którzy nie tracą czasu na łączenie się z numerami z bazy i obsługują jedynie efektywne połączenia.

- WebAgent - umożliwiający tworzenie skryptów akcji jako interaktywne strony www z wykorzystaniem technologii HTML i JavaScript.

## Warunki opłacalności

Potrzeby i rozwój technologii przekształciły call center w contact center, które spełniają więcej zadań, a technologia to umożliwia. Towarzyszą temu oczywiście kolejne uwarunkowania. I tak podstawową sprawą jest dopasowanie funkcjonalności systemu do sprzętu jakim dysponujemy. Oczywiście podstawą działalności CC pozostaje obsługa połączeń głosowych i to zarówno przychodzących, jak i wychodzących. Ponieważ czas pracy konsultanta jest drogi, więc najlepiej jeżeli jest to aplikacja wspierająca proces obsługi połączeń przychodzących zanim jeszcze informacja o nadchodzącym połączeniu pojawi się na ekranie komputera konsultanta. System identyfikuje rozmówcę (jeżeli ma taką możliwość) na podstawie numeru telefonu lub na podstawie autoryzacji w IVR. I jest to bardzo ważny moment, w którym identyfikacja dzwoniącego daje ogromną przewagę (nad konkurencją) w budowie dobrych relacji z klientem. Dobry system CC pozwala na wyświetlenie na ekranie monitora zbiór podstawowych informacji o kliencie, co znacznie ułatwia kontakt z klientem. Na tę możliwość należy zwrócić uwagę szczególnie w sytuacji, gdy np. bank korzysta z systemu PDS, który może podać w bardziej widoczny sposób informacje wrażliwe na temat klienta, np. o prowadzeniu windykacji.

System powinien być taki, aby aplikacja stanowiła narzędzie kontaktu wykorzystujące większość dostępnych kanałów elektronicznych, a przede wszystkim poczty wychodzącej i przychodzącej, SMS-ów, obsługi chatu, faksu i komunikatorów internetowych. Atutem takiego rozwiązania jest możliwość różnorodnego kontaktowania się, a to bardzo owocuje większą lojalnością klientów. Kolejna ważna funkcjonalność aplikacji dla CC to realizacja transakcji czyli zadań podstawowego biznesu (polecenia przelewu, zlecenia kupna i sprzedaży akcji oraz kupno polis ubezpieczeniowych). Możliwość realizacji tych transakcji z poziomu aplikacji (w wyniku połączenia z systemami centralnymi) sprawia, że takie rozwiązania call center realizują takie same zadania jak doradca w oddziale. Kolejne narzędzia wspomagające konsultanta to telescripting. Są to wszystko narzędzia, które administrator biznesowy może wykorzystać do stworzenia nawet rozbudowanego skryptu o drzewiastej strukturze.

## Granice automatyzacji

Budując CC warto zastanowić się jak daleko powinna być posunięta automatyzacja kontaktu z klientem. To prawda, że IVR umożliwia uzyskanie przez dzwoniącego automatycznej informacji głosem i „poruszanie się" po hierarchicznym menu oraz wykonywanie różnych czynności (przy wykorzystaniu klawiatury telefonu), jednak bardzo często dzwoniącemu zależy na bezpośrednim głosowym kontakcie z konsultantem, a nie na kolejnej możliwości samoobsługi. Samoobsługowo znacznie łatwiej można obsłużyć się korzystając z komputera. Pozostawienie nagranych wiadomości (często bardzo nieskuteczne) zwykle nie jest celem dzwoniącego, który oczekuje rozwiązania problemu właśnie w czasie rozmowy, a nie pozostawiania nagranych wiadomości i oczekiwania na odpowiedź albo wysłuchiwania mnóstwa automatycznie odczytywanych informacji.

W biznesie ważne jest zadowolenie klienta, a IVR jest odciążeniem konsultantów. Warto więc zastanowić się do jakiego stopnia technologia powinna zastępować żywych konsultantów.

## Doradztwo technologiczne

Budowa call center jest kosztowna, warto więc wprowadzać takie rozwiązania technologiczne i infrastrukturę telekomunikacyjną, która będzie zgodna ze strategią rozwoju firmy, a będzie przy tym optymalna. Podstawą powinien być audyt technologiczny i telekomunikacyjny obejmujący analizę wykorzystywania infrastruktury i technologii, którą firma już dysponuje. Jest to tym bardziej uzasadnione, że każde rozwiązanie CC powinno być jak najbardziej dopasowane do potrzeb firmy, a te są zapewne różne w przypadku korporacji czy też przedsiębiorstwa średniej wielkości. Małej firmie być może wystarczy centrala telefoniczna z aplikacją softphone lub stacjonarnymi telefonami. Dla średniej firmy prawdopodobnie konieczna będzie duża centrala telefoniczna o rozbudowanej funkcjonalności ze wsparciem na przykład aplikacjami webphone. Korporacje i wielkie firmy będą potrzebowały systemów CC korzystających z central telefonicznych o dużej wydajności z możliwością współpracy z technologiami IP. Zresztą korzystać z VoIP będą zarówno MŚP, jak większe firmy.

Z tegorocznych nowości na Targach Contact Center, jakie odbyły się w czerwcu w Warszawie warto zwrócić uwagę na premierę platformy usługowej Altar Video IVR, która umożliwia prowadzenie serwisu udostępniającego transmisję głosową i wideo dla posiadaczy telefonów komórkowych z technologią 3G. W tej technologii usługi mobilne są świadczone w czasie rzeczywistym przez kanał wideo telefonii komórkowej 3G-324M. Altar Video IVR jest po prostu zaawansowanym narzędziem do zarządzania treściami multimedialnymi, które bazuje na standardzie 3G-324M i łączach GSM oraz TDM. System do przetwarzania mediów opiera się na technologii firmy Dialogic i jest kontrolowany przez komercyjnego Linuksa. Zarządzanie systemem jest możliwe z dowolnego komputera z przeglądarką internetową. System łatwo i szybko pozwala zarządzać treścią wideo dzięki graficznemu konfiguratorowi scenariuszy, tworzy statystyki i raporty połączeń przygotowując je do analiz prowadzonych w ramach narzędzi typu Business Intelligence - wszystko za pomocą przeglądarki www.

Altar Video IVR daje też nowe możliwości tworzenia interaktywnych, multimedialnych usług z wykorzystaniem intuicyjnego interfejsu użytkownika, co pozwala między innymi korzystać z usług:

- Wideo Color Ringback - przekazu zwrotnej informacji wideo o przyczynie nieodebrania połączenia telefonicznego;
- Wideo Portalu - z muzyką, sportem i najnowszymi informacjami;
- Wideo Call Center - pozwalającego na prowadzenie wideorozmowy (agent może posiadać aplikację wideo softphone, a klientowi wystarczy telefon komórkowy 3G);
- Wideokonferencji - rozmów wideo z wieloma użytkownikami polegających na przesyłaniu obrazu oraz dźwięku przez telefon 3G;
- Mobilnej Telewizji - usługi operatorów telefonii komórkowej oferujących oglądanie telewizji za pomocą telefonu komórkowego 3G z funkcją UMTS;

- Wideo mail - rozwiązania umożliwiającego przesyłanie wideowiadomości, łączących w sobie tekst, obraz i dźwięk (do nagrywania wiadomości i odtwarzania służy telefon 3G);
- Gry wideo - za pomocą telefonu komórkowego 3G można grać na serwerach mediów.

W usługach CC też są nowości. Warto zauważyć nową możliwość zastrzegania utraconych kart płatniczych wszystkich banków w Polsce pod numerem 9584 w Centrali Kart Kredytowych. Rozwiązanie to opiera się na nowoczesnym systemie call center od FreecoNet - platformy telekomunikacyjnej dla użytkowników indywidualnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Teraz wystarczy zadzwonić pod 9584, gdzie po podaniu nazwy banku lub wydawcy karty, konsultant CKK przekieruje połączenie do właściwej jednostki w celu natychmiastowego zastrzeżenia utraconej karty. Od strony technologicznej rozwiązanie bazuje na hostowanym systemie obsługi klienta call center (wdrożenie przeprowadziła Datera SA). Grzegorz Głowacki, prezes CKK, jest zadowolony z tego rozwiązania: - Nie musieliśmy zajmować się technologią - FreecoNet „od ręki" dostarczył nam gotowe rozwiązanie. Ponieważ jest to system hostowany, nie musieliśmy też inwestować kilkunastu czy kilkudziesięciu tysięcy złotych w infrastrukturę.

Wysoki koszt obsługi klientów przez konsultanta powoduje, że preferowana jest samoobsługa przez kanał internetowy, a z konkurencją wygra ten, kto nie zlekceważy klienta, chcącego rozmawiać z żywym konsultantem. •

**Rafał Fazan**

*dyrektor ds. sprzedaży pośredniej*
*Alcatel-Lucent Polska*

*– Rozwiązania contact center, początkowo dostępne wyłącznie dla dużych organizacji, obecnie są także dostosowane do możliwości i potrzeb średnich, a nawet małych firm. W praktyce oznacza to, że zarówno czas konfiguracji wstępnej contact center bardzo się skrócił, jak i zarządzanie takim systemem dzięki graficznemu, intuicyjnemu interfejsowi nie nastręcza problemów przeciętnemu administratorowi już po wstępnym przeszkoleniu. Ważnym trendem jest coraz większy udział w ogólnej sprzedaży contact center w wersji IP. Zalety tego rozwiązania wynikają przede wszystkim z możliwości ograniczenia kosztów eksploatacyjnych oraz łatwości powiązania różnych kanałów komunikacji z klientem w spójną całość z transparentnym przepływem informacji i tym samym zakresem oferowanych usług.*

*Standardem staje się także wybór funkcji IVR. W przypadku niektórych branż IVR jest stosowany już w prawie 100 proc. wszystkich wdrożeń, dlatego rekomenduje się, aby stanowił integralną część kupowanego rozwiązania. Zmienia się powoli rola contact center w kierunku przekształcenia go w centralny punkt w firmie, przez który przepływają wszystkie informacje, nie tylko te dotyczące bieżącej obsługi klienta i z którego można całym procesem sterować. To sprawia, że bardzo ważna staje się jego otwartość na współdziałanie z innymi aplikacjami biznesowymi – między innymi ERP i systemami logistycznymi.*

*Ewoluuje również organizacja contact center, która staje się w coraz większym stopniu rozproszona i wirtualna. Możliwość budowania jednolitego contact center w różnych lokalizacjach pozwala rozwiązać wiele problemów związanych z wynajmem pomieszczeń, dostępnością wykwalifikowanego personelu czy dalszą rozbudową systemu. Z kolei wirtualizacja umożliwia czasowe wykorzystywanie wyjątkowych umiejętności ekspertów, niezależnie od miejsca ich pobytu, co skraca czas rozwiązania problemów, zwłaszcza tych niestandardowych.*