

Chytré komunikační centrum

Vyšší úroveň péče o zákazníka



Obsah

1. Úvod	1
1. 1. Péče o zákazníky je základ	
1. 2. Vybudujte skvělou zákaznickou podporu!	
2. Jak funguje a co nabízí tradiční call centrum	2
3. Budoucností jsou cloudová kontaktní centra	4
3. 1. Jak funguje cloudové kontaktní centrum	
3. 2. Rozdíl mezi tradičním call centrem a cloudovým kontaktním centrem	
4. Výhody cloudového řešení	5
4. 1. Rychlé nasazení call centra bez velké vstupní investice	
4. 2. Snadná a intuitivní aplikace pro uživatele	
4. 3. Nepřetržitá podpora v případě potíží	
4. 4. Kontrola nad Vašimi daty	
4. 5. Optimalizace pracovní síly	
4. 6. Zlepšení péče o zákazníka pomocí vícekanálové komunikace	
5. Jak převést call centrum do cloudu	8
6. Kontaktní centrum AlgoCC	9
6. 1. O co jde?	
6. 2. Klíčové přínosy AlgoCC	
7. Produkty a nástroje kontaktního centra AlgoCC	12
7. 1. Automatické zpracování a směrování příchozí komunikace	
7. 2. Automatické hlasové systémy a směrování komunikace dle kontextu	
7. 3. Vedení odchozích marketingových kampaní	
7. 4. Správa a řízení provozu kontaktního centra	
7. 5. Měření efektivity poskytovaných služeb	
7. 6. Zajištění efektivity a kvality práce kontaktního centra	
8. Potřebujete individuální řešení?	19

Úvod

Péče o zákazníky patří mezi činnosti, které jsou z hlediska dlouhodobé úspěšnosti podniku zcela zásadní. Vzájemná komunikace vede k budování vztahu a důvěry, a to jak u zákazníků nových, tak i stávajících. V rámci tohoto procesu dochází mimo jiné k vytváření image firmy, a proto je nutné považovat komunikaci za klíčovou již od prvotního kontaktu. V této knize se společně podíváme na to, jak může kvalitní podpora maximalizovat spokojenost i věrnost zákazníků a zajistit vám výhodu v konkurenčním boji.

1. 1. Péče o zákazníky je základ

Představuje soubor veškerých interakcí, jaké s vámi zákazník má. Ty se následně kumulují a přímo ovlivňují úroveň loajality a vnímání daného produktu i značky jako takové.

Kontakt se zákazníkem by měl být personalizovaný tak, aby zákazník pocítoval, že je s vaší značkou propojený, že ho znáte a zajímáte se o něj. To vše má následně vliv na jeho úroveň spokojenosti a chuť s vámi dále spolupracovat. Říká se, že udržení stávajícího zákazníka je výrazně levnější než získání nového. Ovšem věrnost nelze brát jako samozřejmost a musíte se o ni zasloužit.

1. 2. Vybudujte skvělou zákaznickou podporu!

Úspěšná podpora se neobejde bez interpersonálních dovedností, kterými by měl oplývat každý pracovník, který se zákazníky jedná. Klíčová je především empatie a trpělivost.

Dostatečná empatie přispívá k lepšímu porozumění a pochopení momentální situace zákazníka. Trpělivost se bude hodit v napjatých situacích, kdy bude nutné vysvětlit cokoliv opakovaně a s klidnou hlavou. Ukažte svým zákazníkům, že si jich vážíte a máte dostatek času věnovat se jejich dotazům a případným problémům.

Nezapomínejte, že proces komunikace musí být pohodlný jak pro zákazníky, tak i pro samotné pracovníky. Jak zvýšit efektivitu poskytované podpory se dočtete dále v této knize.

2.

Jak funguje a co nabízí tradiční call centrum

Tradiční call centrum funguje na principu telefonické podpory. Hlasová spojení se zde nejen přijímají, ale také realizují. Z hlediska nabízených služeb mají povahu informativní, servisní, transakční a prodejní.

INFORMATIVNÍ

Jak již ze samotného názvu vyplývá, jedná se o centra sloužící zejména k zodpovězení dotazů, které přímo souvisí s konkrétním produktem.

PRODEJNÍ

Jejich cílem je realizovat nabídku produktů či služeb. Pasivní linky jsou využívány za účelem vyřízení objednávek. Naopak aktivní linky slouží k přímému obvolávání zákazníků.

TRANSAKČNÍ

Zaměřují se na realizaci konkrétních operací. Ta souvisí například s telefonním bankovníctvím a službami podobné povahy.

SERVISNÍ

Specializují se na technickou podporu, která předchází a následuje po prodeji.



Další členění je možné provést s ohledem na propojení s konkrétní společností. Zatímco interní call centra jsou nedílnou součástí podniku, ta externí představují jistou formu outsourcingu, kdy dochází k poskytování služeb třetím stranám. Interní realizují pouze hovory se zákazníky konkrétního podniku, a tak je možné jejich fungování i kapacity uzpůsobit potřebám zaměstnanců i zákazníků. Naopak pracovníci externího call centra realizují hovory pro více klientů zároveň a jsou speciálně školeni pro jednotlivé projekty. Centra zákaznické podpory mohou být i smíšená. V takovém případě si podnik pronajme proškolené externí pracovníky. Podniky využívají call centra samostatně, nebo jako součást kontaktních center, která se dostávají zejména v posledních letech do popředí a jsou považována za budoucnost zákaznické podpory. Spotřebitelé si rychle zvykli na velké množství komunikačních kanálů. Někteří dávají přednost telefonu a jiní zase e-mailu. Tato skutečnost dala vzniknout kontaktním centrům, která reagují na takto odlišné preference.



Budoucností jsou cloudová kontaktní centra



V roce 2019 vzrostl globální trh s cloudovými službami o 18 % a jejich význam nabírá stále na síle. Firmy neúnavně hledají způsoby, jak zvýšit přenositelnost dat tak, aby byla dostupná napříč všemi kanály. Zároveň považují cloudové služby za vysoce efektivní nástroj digitální transformace.

Význam kontaktních center by měl v budoucnu ještě více posílit. Předpokládá se, že nebudou zaměřena pouze na kontakt se zákazníkem, ale na celý podnik, kde budou součástí marketingu, obchodu, technické podpory a dalších oddělení.

3. 1. Jak funguje cloudové kontaktní centrum

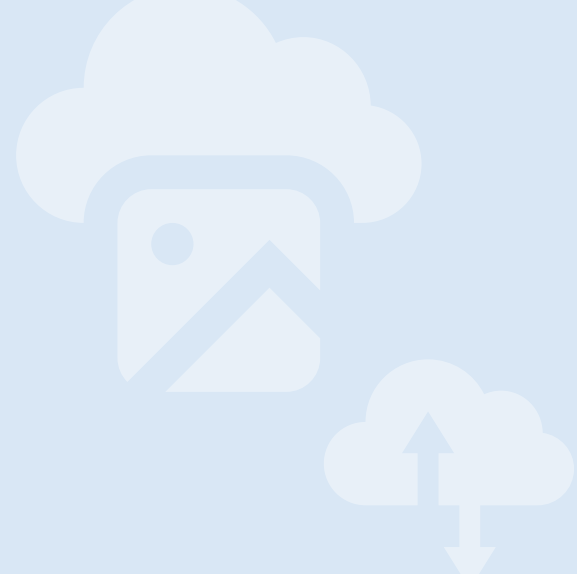
Cílem cloudových center je umožnit zákazníkům stejnou zkušenost napříč všemi komunikačními kanály. Operátoři s nimi realizují kontakt prostřednictvím digitálního kanálu, který zákazník preferuje. Může se jednat o sociální síť, web, mobilní aplikaci, e-mail či telefonní hovor.

3. 2. Rozdíl mezi tradičním call centrem a cloudovým kontaktním centrem

Tradiční call centra nezohledňují zákaznické preference pro využití jednotlivých komunikačních kanálů. Operátoři zde realizují převážně hlasová spojení. Naopak cloudová kontaktní centra jsou schopna přizpůsobit své služby požadavkům zákazníků, kteří jsou zvyklí putovat napříč jednotlivými kanály.

Nutno podotknout, že řada zákazníků dává stále přednost hlasovým hovorům, protože v takovém případě mají jistotu, že jejich požadavek někdo opravdu obdržel. Tato skutečnost je hlavním důvodem, proč si řada firem ponechává tento původní formát a dále ho kombinuje s novými technologiemi, například se zpětným zavoláním. Takové řešení ovšem neposkytuje nepřetržitý provoz, jako je tomu u kontaktních center, a nezohledňuje zákaznické preference z hlediska komunikačního kanálu. Proti nim hraje také skutečnost, že jejich vybavení rychleji stárne a je zde omezená možnost podpory.

Výhody cloudového řešení



Tradiční call centra se stávají méně efektivními, a proto dává stále více firem přednost cloudové platformě přinášející celou řadu výhod pro její uživatele i zákazníky. Jedná se o okamžité a nenáročné řešení, které se může významným způsobem zasloužit o zvýšení kvality a efektivity zákaznického servisu.

Cloudové řešení reaguje na požadavky současných zákazníků, kteří žijí online, mají jasnou představu o svých požadavcích, jsou dobře informovaní a vyžadují pozitivní zážitek při obchodním kontaktu. Neočekávají problém v komunikaci, ať se rozhodnou pro kterýkoliv komunikační kanál. Může se jednat o sociální síť, e-mail, mobilní aplikaci, videohovor a mnohé další.

Účelem takové dostupnosti je zajistit zákazníkovi stejný zážitek napříč všemi komunikačními kanály. Jedná se o zcela přirozenou a ověřenou cestu, jak rozvíjet vztahy se zákazníky. Firmy tím reagují nejen na jejich preference, ale také na měnící se konkurenční prostředí.

V současném tržním prostředí existuje celá řada firem, které svým pokrokovým přístupem zcela mění rozložení sil konkrétních odvětví. Nově vznikající firmy jsou zákaznicky silně orientované a inovativní. Dá se předpokládat, že jejich význam do budoucna ještě více poroste. Tento vývoj vedl k prosazování nových obchodních modelů, kdy se přechází od vlastnictví výrobků k jejich využívání formou služby. Dá se tedy říct, že úspěch řady podniků je do značné míry ovlivněn tím, jak dokážou pružně reagovat na změny obchodních modelů. Veškeré změny musí probíhat v úzkém vztahu se zákazníkem, který je za každé situace v centru dění.

4. 1. Rychlé nasazení call centra bez velké vstupní investice

Nasazení cloudového řešení je levnější než aktualizace zastaralých systémů a jejich integrace s novějšími digitálními produkty. Firmám odpadají i výdaje na údržbu i licence, ale také šetří čas spojený s instalací a uvedením platformy do provozu.

Firmy si navíc samy volí, jaké funkce chtějí mít zapnuté a které naopak vypnuté. Toto nastavení pak mohou kdykoliv měnit. Zcela flexibilně zvládnou upravovat i licenční platby na konkrétní operátory. Samozřejmostí je i škálovatelnost podle momentální sezony a s ní spojené vytíženosti.

Přechod na cloudové řešení šetří práci zaměstnanců IT. Firmě tím klesá potřeba zaměstnávat nové pracovníky a u těch současných je možné lépe využít jejich kapacity. Z dlouhodobého hlediska tak dochází k poklesu personálních nákladů.

4. 2. Snadná a intuitivní aplikace pro uživatele

Cloudová platforma je vysoce stabilní a může být libovolně rozšiřována o nové digitální kanály. Jednotlivé komponenty lze implementovat nebo duplikovat pro potřeby zálohování. Technologie je sestavena tak, aby vyřídila všechny požadavky a neztratila žádný kontakt.

Všechna data o zákaznících se nacházejí na jednom místě, ke kterému mají přístup všichni pracovníci kdykoliv a odkudkoliv.

Cloud lze integrovat se stávajícím systémem CRM nebo jiným informačním systémem. Díky tomu máte všechny informace o jednotlivých zákaznících na jednom místě.

4. 3. Nepřetržitá podpora v případě potíží

Cloudová řešení lze považovat za vysoce stabilní, spolehlivá a bezpečná. Firmy se mohou v případě jakýchkoliv potíží obrátit na podporu, která je k dispozici 24 hodin denně 7 dní v týdnu. Potíže řeší pracovníci vlastního vyškoleného oddělení Service Desku.

4. 4. Kontrola nad Vašimi daty

Ke svým datům se dostanete prakticky kdykoliv a z jakéhokoliv zařízení. Jediné, co budete potřebovat, je připojení na internet.

Cloud má pro firmy neocenitelný přínos díky rozšířeným funkcím, jako je nahrávání hovorů, monitoring a analýza hlasových i textových záznamů. Tyto poznatky slouží k dalšímu zvyšování kvality poskytovaných služeb. Platforma nabízí i systém kontroly, který přispívá k optimalizaci výkonu mezi jednotlivými operátory, manažery i komunikačními kanály.

4. 5. Optimalizace pracovní síly – zvýšení produktivity

Sjednocené uživatelské rozhraní umožňuje jednoduché ovládání i orientaci všem operátorům i nadřízeným. Díky tomu se stává cloud neocenitelným nástrojem pro spolupráci, komunikaci a péči o zákazníka. Pracovníci šetří čas, protože vše důležité najdou na jednom místě a nemusí se pohybovat mezi více aplikacemi, které vyžadují pravidelné aktualizace a kontroly jejich řádného fungování.

Získáváte přehled nejen o zákaznících, ale také o jednotlivých operátorech a pracovních týmech. Rozšířené funkce umožňují najít operátora kompetentního k vyřízení konkrétního úkolu a vzájemně komunikovat bez ohledu na momentálně používaný nástroj a komunikační kanál.

4. 6. Zlepšení péče o zákazníka pomocí vícekanálové komunikace

Díky sběru dat napříč všemi kanály je interakce s každým zákazníkem konzistentní a smysluplná. Cloud nabízí i možnost personalizovat komunikaci pro každý kontakt.

Jednotliví zákazníci jsou vždy směřováni přímo na operátora, který se orientuje v dané problematice a je s nimi komunikováno prostřednictvím sociálních sítí, e-mailu, telefonu či jiného komunikačního kanálu, který preferují.

Zhruba 80 % zákazníků dává stále přednost komunikaci přes telefon, ale v případě odlišných preferencí budete vždy připraveni.



Jak převést call centrum do cloudu

nechte to na odbornících

Implementace a zahájení provozu aplikace AlgoCC uděláme za Vás.

Po dokončení budou veškeré aplikace a technologie umístěny přímo v datovém centru Algotech. Na straně podniku dochází pouze k instalaci operátorské aplikace. Tu je následně možné provozovat z kanceláře, domova nebo z kteréhokoliv jiného místa dle požadavků společnosti. Služba je poskytována za poplatek, jehož úhrada probíhá na měsíční bázi.

Součástí řešení je celá řada služeb poskytovaných nepřetržitě. Patří mezi ně dohledové centrum, zákaznický Service Desk, měření dostupnosti a výkonnosti systémů a aplikací.

Společnosti se mohou díky tomuto chytrému řešení soustředit na svou podnikatelskou činnost a obchodní cíle.

Dodavatel řešení přebírá automaticky plnou zodpovědnost za provoz služby a zároveň poskytuje i veškerou technickou podporu uživatelům aplikace. Společnosti se oprostí od nutnosti provozovat vlastní kontaktní centrum a celé řešení si mohou dle potřeby rozšířit o další funkce.

Kontaktní centrum AlgoCC

AlgoCC představuje jednotný systém kontaktního centra, který slouží k interakci se zákazníky. Zajišťuje kompletní sadu funkcí pro obsluhu a komunikaci, mezi které patří multimediální komunikační kanály, automatická distribuce hovorů a další funkce jako například řízení kvality.

6. 1. O co jde?

AlgoCC vychází z našich 20ti-letých zkušeností. Jedná se o centrum sloužící k vyřízení příchozích i odchozích kontaktů se zákazníkem i ostatními partnery. Díky kompletnímu řešení pomáhá společnostem dále růst, zvyšovat svou efektivitu a optimálně využívat vlastní zdroje. K tomu dochází prostřednictvím komunikačních kanálů, reportingu, nahrávání kontaktů i řízení kvality.

6. 2. Klíčové přínosy AlgoCC

- uživatelsky přívětivé prostředí s intuitivním ovládáním
- využití celé pracovní plochy počítače s možností zobrazení klíčových informací
- efektivní vyřízení všech požadavků během krátké reakční doby a bez rizika ztráty kontaktů
- nepřetržitě poskytovaný helpdesk
- stabilní řešení od renomovaných technologických dodavatelů
- optimalizace nákladů díky možnosti volby modelu implementace řešení
- možnost integrace řešení se systémy zákazníka

6. 2. 1. Vše zařídíme

Řešení je navrženo a optimalizováno tak, aby co nejlépe reagovalo na požadavky všech uživatelů i zákazníků. Komunikaci mají na starost pracovníci, jejichž odbornost můžeme podložit množstvím certifikací, které přímo souvisí s oblastí telekomunikací.

6. 2. 2. Špičkový monitoring, funkce i kvalita

Na žádost uživatelů monitorujeme veškeré kontakty. Děje se tak ze zákonných důvodů a s cílem zlepšit kvalitu obsluhy.

Společnosti mají přístup k veškerým datům, a tak mohou sledovat výkonnost jednotlivých operátorů i kontaktního centra jako celku. Na základě těchto podkladů jsou dále vytvářeny reporty.

U jednotlivých požadavků lze nastavit trackování doby strávené nad jejich vyřízením. Ke zvýšení efektivity práce přispívá také funkce nahrávání hovorů a monitoring. V reportingu jsou k vidění informace o aktuálním stavu požadavků a operátorů. K dispozici je i přehled čekajících kontaktů a detail těch realizovaných.

6. 2. 3. Jednoduché, a přitom efektivní rozhraní

JEDNODUCHÉ ROZHRAŇÍ

AlgoCC je integrační platformou zajišťující jednotný přístup ke všem zdrojům dat a zákaznickým systémům. Díky tomu lze sledovat jednotlivé požadavky napříč celou firmou od jejich zadání, po celý průběh až do momentu vyřešení.

Celé řešení je postaveno na léty prověřené a zcela spolehlivé platformě Avaya, která je jedničkou na trhu s telefonními systémy a kontaktními centry. Každý uživatel si může řešení rozšířit o další funkce, uživatele i komunikační kanály.

Rozhraní lze bez problémů integrovat se systémy třetích stran. K zajištění požadované úrovně zabezpečení probíhá celý proces zapojení na bázi technologických standardů.

AlgoCC podporuje vícejazyčné prostředí. Standardně je poskytováno v českém a anglickém jazyce s tím, že na žádost lze doplnit další mutace.



EFEKTIVNÍ ROZHRANÍ

AlgoCC je vysoce efektivní díky schopnosti operátorů vyřídit velkou spoustu kontaktů. Aplikace může být v jeden moment využívána stovkami přihlášených operátorů a supervizorů.

Operátoři jednají se zákazníky prostřednictvím hlasových hovorů, prostřednictvím e-mailu či sms, přes sociální sítě i další nástroje, jako je například WhatsApp či Viber. Konkrétní komunikační kanál je vybrán s ohledem na zákaznické preference a Vámi nastavení parametry.

Jednotlivé požadavky mohou být směřovány mezi operátory a pracovníky back office na základě definovaných pravidel. Tím dochází k časové úspoře i poklesu provozních nákladů. Jednotlivé úkoly mohou mít podobu příchozího hovoru nebo specifického úkolu. Po dokončení požadavku příslušný pracovník specifikuje jeho výsledek, tedy aktuální stav. Díky tomu mají i všichni další uživatelé aplikace přehled o tom, co všechno se s daným klientem řešilo.

AlgoCC slouží také pro potřeby pracovníků kontaktních center, kteří zajišťují navazující činnosti a poskytují podporu operátorům a dalším uživatelům.

Aplikace AlgoCC využívá efektivně celou pracovní plochu počítače a operátorovi poskytuje veškeré informace o zákazníkovi nezbytné k vyřízení daných požadavků.

Uživatelé se přihlašují do systému a nastavením svého stavu určí, jestli jsou v současné chvíli schopni přijímat kontakty nebo v jakém stavu se momentálně nachází. Do této skupiny patří stav připraven, přestávka spolu s jejím důvodem a práce na hovoru. Stav může být nastaven také automaticky. Děje se tak po ukončení příchozího hovoru, kdy uživatel pokračuje prací, která přímo souvisí s realizovaným hovorem.

Produkty a nástroje kontaktního centra AlgoCC

Aplikace AlgoCC je vybavena nástroji, které umožňují poskytovat služby profesionální úrovně bez ohledu na místo, ze kterého operátor kontakt vyřizuje. Nástroj je kompatibilní s vestavěným softphonem i stolním telefonem.

7. 1. Automatické zpracování a směrování příchozí komunikace

Na základě definovaných pravidel dochází ke směrování požadavků, což vede k poklesu nákladů a časové úspoře. Požadavek může mít povahu příchozího hovoru pro operátora nebo úkolu pro pracovníka back office.

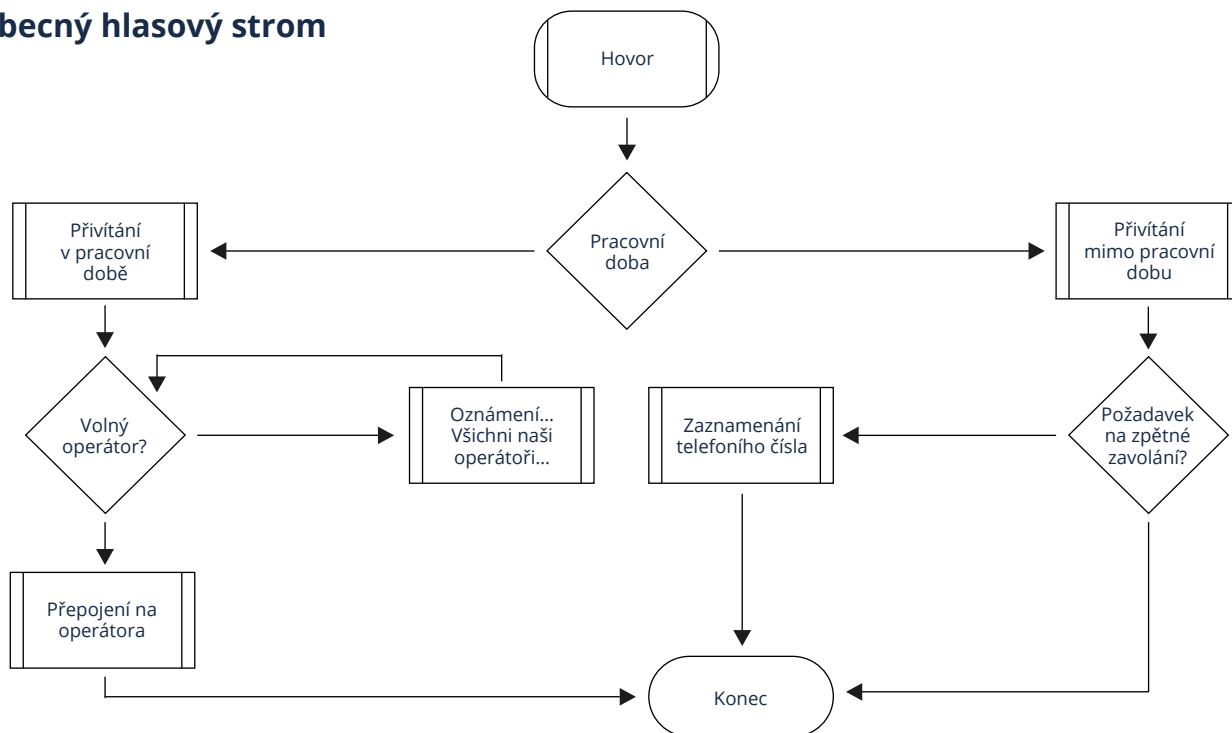
Každý uživatel kontaktního centra má ve svém profilu nastaveno, jaké požadavky může odbavit. Na základě této specifikace systém určí prioritu jednotlivým kontaktům a následně je přiděluje odpovídajícím pracovníkům.

Uživatelé si po spuštění aplikace nastaví svůj momentální stav, kterým určí, jaké typy kontaktů jsou aktuálně schopni přijímat. V praxi to znamená, že mohou přijímat příchozí hovory, ale u toho zvládají vyřizovat i další požadavky přes chat či email.

7. 2. Automatické hlasové systémy a směrování komunikace dle kontextu

Klient má po dovolání na číslo kontaktního centra možnost navolit si svůj požadavek v hlasovém stromu. V závislosti na jeho volbě je směrován na operátora, který je pro dané zadání kompetentní osobou.

Obecný hlasový strom



CALLBACK

V případě hovorů realizovaných mimo pracovní dobu nebo při obsazené lince je hovor zařazen do fronty, kdy je klientovi nabídnuta funkce callback. V takovém případě operátor realizuje zpětný hovor v předem stanoveném čase. Požadavek může být nastaven informačním systémem nebo přímo operátorem, který specifikuje, za jak dlouho má být zpětné volání realizováno.

Systém eviduje tyto informace automaticky a pracovník kontaktního centra je tím pádem oprostěn od vedení vlastních seznamů. Díky tomu je call centrum spolehlivější a dochází k lepší obsluze klientů. V praxi to funguje tak, že systém vytočí volného operátora, zobrazí mu kartu klienta a teprve posléze ho spojí s daným zákazníkem. V případě neúspěšného hovoru naplánuje systém nový termín zpětného volání.

Mezi základní funkcionality obsluhy hlasového volání patří:

- zahájení, ukončení či podržení hovoru ve frontě
- přepojení hovoru
- připojení dalšího účastníka
- hudba na pozadí
- převzetí hovoru
- zobrazení ID volajícího

Vedle klasických hlasových hovorů mohou uživatelé vyřizovat také požadavky přes e-mail, sms a webchat. Ty se v systému automaticky třídí a přidělují operátorům s potřebnou znalostí či dovedností.

E-mailový kanál může být použit v kombinaci s hlasovým kanálem, ale je uzpůsoben tak, aby mohl být použit i samostatně. Operátorovi jsou k dispozici standardní funkce. Mezi takové patří editace, formátování, přiložení příloh atp. K dispozici je také historie dříve zpracovaných e-mailů spolu se seznamem těch, které teprve čekají na vyřešení. Operátor může v jeden moment přijímat více e-mailů a rovněž i hlasový hovor, pokud má tuto funkci přidělenou.

Dalším nástrojem sloužícím ke komunikaci se zákazníkem je posílání SMS zpráv prostřednictvím karty klienta. SMS zprávy jsou neefektivnějším způsobem, jak zákazníkům poslat notifikaci nebo vyžádaná obchodní sdělení. Toto rozšíření nepatří mezi základní komponenty aplikace, ale jsou řešeny individuálně pro konkrétní projekt.

Dalším z nástrojů pro efektivní komunikaci se zákazníky je Webchat, prostřednictvím kterého mohou operátoři komunikovat písemnou formou se zákazníky. K předání kontaktu dochází stejným způsobem jako je tomu u e-mailu nebo telefonního hovoru. Chatuje se v reálném čase a po ukončení se opět specifikuje výsledek kontaktu. AlgoCC nabízí více typů Webchatů. Můžete využívat písemnou komunikaci přes Facebook, WhatsApp nebo webovou stránku.

Ke komunikaci mezi operátory a supervizory slouží Instant messaging. Jedná se o jednoduchý chat k rychlému sdělení informací.

7.3. Vedení odchozích marketingových kampaní (různými komunikačními kanály)

Kontaktní centrum lze rozšířit o vybrané kampaně, díky kterým jsou požadavky vyřízeny ve správný čas a prostřednictvím správného komunikačního kanálu. Operátor řeší tyto kontakty automaticky ze stejné aplikace a obdobným způsobem jako běžné hlasové hovory.

Kampaně se vytvářejí na míru potřebám konkrétní společnosti. Vždy se u nich nastavuje datum začátku i konce a blíže se specifikuje, jací klienti budou kontaktováni. Před spuštěním se sestaví tým operátorů, kteří budou do kampaně zapojeni. Ti se mohou během své pracovní doby libovolně překlíkávat mezi přiřazenými kampaněmi.

V průběhu se monitoruje počet obvolaných klientů, vytíženost pracovníků kontaktního centra a úspěšnost obchodních kontaktů. Podle získaných výsledků lze upravit parametry kampaně – počet zapojených operátorů, průběh a dobu trvání.

Aplikaci AlgoCC je možné k těmto účelům využívat samostatně nebo v interním systému společnosti díky integraci s CRM. Propojení se systémem pro řízení vztahů se zákazníky se využívá také při úspěšném spojení hovoru, kdy je operátorovi zobrazeno okno s potřebnými informacemi k hovoru a o daném klientovi.

7. 4. Správa a řízení provozu kontaktního centra

AlgoCC nabízí ucelené zobrazení požadovaných dat v čase, kdy je operátor potřebuje k vyřízení konkrétního požadavku. Za tímto účelem je aplikace doplněna o řadu funkcí:

- nastavení aktuálního stavu operátora (přihlášen, odhlášen, přestávka apod.)
- podržení, přijetí a ukončení daného hovoru
- zobrazení karty a ID volajícího spolu s historií komunikace
- přepojení hovoru na kompetentního operátora
- vyhledání konkrétního kontaktu s možností realizace hovoru či odeslání e-mailu
- uskutečnění zpětných hovorů
- webchat určený ke komunikaci mezi společností a operátorem
- trackování práce na konkrétních úkolech
- nástroje pro řízení efektivity kontaktního centra i pracovníků
- přidělení role a funkcionality jednotlivým uživatelům

Do AlgoCC mohou být v jeden moment přihlášeny stovky operátorů a supervizorů. Řešení je rozšiřitelné. To znamená, že jej lze upravovat na míru konkrétní společnosti. Rovněž je uzpůsobeno k integraci se systémy zákazníka.

Aplikace AlgoCC zahrnuje i funkcionalitu ke komunikaci mezi uživateli. Tou je IMChat sloužící k posílání krátkých textových zpráv. Přihlášení uživatelé vidí, kdo je momentálně připojen a jaký je jeho aktuální stav (připraven, pauza, nerušit, hovoří a odhlášen). Okno IMChatu se automaticky otevře po spuštění aplikace, ale lze otevřít i manuálně.

7. 5. Měření efektivity poskytovaných služeb (reporting, feedback)

Součástí AlgoCC je reportovací systém, ve kterém lze definovat konkrétní parametry pro měření výkonnosti a efektivity kontaktního centra. Jeho ovládání je intuitivní a vyžaduje jen minimální zaškolení koncových uživatelů. Na základě získaných informací jsou vytvářeny pravidelné reporty. Ty umožňují získat ucelený pohled o pracovní době a kvalitě odvedené práce jednotlivých pracovníků kontaktního centra.

K hlavním funkcím reportingu patří sledování vytiženosti operátorů a kontaktního centra jako celku v reálném čase a z hlediska historie. Zároveň se monitoruje počet příchozích a odchozích hovorů spolu s dobou nutnou pro vyřízení požadavku a dobou čekání. U každého reportu je možné upravit jeho zobrazení.

TYPY REPORTŮ

V reportingu jsou k dispozici reporty běžící v reálném čase i výstupy vhodné k vytváření dlouhodobých statistik. Real-time reporty slouží ke sledování aktuálního stavu operátorů, detailu jednotlivých hovorů a fronty hovorů. Historické statistiky jsou užitečné z hlediska měření efektivity i výkonnosti operátorů. K vidění jsou také výsledky odchozích hovorů a úroveň služeb.

K dispozici jsou i výstupy typu dashboard, které znázorňují výkonnost prostřednictvím přehledných grafů.

Jednotlivé reporty se dělí také s ohledem na informace, které poskytují:

- příchozí komunikace
- fronty
- agenti
- uživatelé
- důvody kontaktu
- kampaně

Všechny údaje shromážděné v kategorii „Příchozí komunikace“ se týkají provozu na jednotlivých směrech komunikace. Jsou zde informace o jednotlivých kontaktech, které byly evidované směrem do kontaktního centra. Zaznamenává se zde i rychlost a celkový čas nutný pro jejich zpracování. Současně poskytuje vyhodnocení kvality provozu e-mailových kanálů.

„Fronty“ shromažďují informace týkající se hovorů směřujících na jednotlivé agenty. Zde jsou údaje o množství čekajících kontaktů. Zároveň jsou zde data vztahující se k počtu vyřízených a dosud nevyřízených kontaktů.

V kategorii „Agenti“ se shromažďují informace o činnostech jednotlivých agentů. Zahrnuje dobu přihlášení / odhlášení, délku realizovaných hovorů, počet a druh obslužených kontaktů. Dále jsou k dispozici grafy znázorňující délku přestávek a poměr mezi zpracovanými hovory a vykonanou administrativní činností.

V sekci „Uživatelé“ lze zobrazit data týkající se backoffice komunikace. Zahrnuje jak hlasové hovory, tak emailovou komunikaci.

Hlavním účelem reportu „Důvody kontaktu“ je shromažďovat informace o výsledcích komunikace s jednotlivými klienty. Ty jsou dále navázané na klientskou kartu.

V reportech „Hlasová komunikace“ lze vyhledávat konkrétní záznamy podle dalších dostupných údajů, které kontaktní centrum má (telefonní číslo či ID hovoru). Je možné stáhnout i zvukovou nahrávku.

„Kampaně“ zaznamenávají informace o provozu jednotlivých kampaní.

7. 6. Zajištění efektivity a kvality práce kontaktního centra (nahrávání, QM)

AlgoCC lze rozšířit o nahrávací systém, který zaznamenává veškerou komunikaci se zákazníkem. Nahrávání příchozích a odchozích hovorů slouží především pro účely případných reklamací, řešení sporů a zlepšení kvality práce operátorů a dalších pracovníků kontaktního centra.

Pro účely nahrávání je v aplikaci AlgoCC využíván systém Oreka.
Pro potřeby další práce s nahrávkami je k dispozici osvědčený systém NICE.

Nahrávání hovorů je realizováno přes webový prohlížeč, kde jsou jednotlivé hovory archivovány po dobu, jakou si uživatel pro konkrétní záznamy zvolí. Vše se uchovává v rámci Algocloudu nebo na datovém úložišti zákazníka. Přístup k nahrávkám lze nastavit individuálně pro jednotlivé uživatele. Výhodou systému je možnost jednoduchého vyhledávání příslušného záznamu podle čísla operátora nebo telefonního čísla volajícího.

K zajištění vysoké efektivity a kvality práce kontaktního centra jako celku slouží klientská karta.

KLIENSKÁ KARTA

V kartě se shromažďují veškeré informace související s daným klientem a probíhá zde základní práce s kontaktem. Podoba karty je zcela individuální záležitostí. Její vzhled si může jednak každý přizpůsobit, ale liší se také v závislosti na roli daného uživatele kontaktního centra.

Pro každého jsou k dispozici základní údaje jako je jméno, příjmení, město atp. Tyto údaje lze v průběhu komunikace volně editovat.

Další důležitou částí klientské karty je výsledek komunikace. Zde se evidují nedořešené kontakty a realizuje se jejich dokončení. V této části je možné nastavit konkrétní status, který nejlépe vystihuje povahu daného kontaktu.

Hlavní část karty je věnována informacím, které

usnadňují komunikaci s klientem.Může zahrnovat:

- historii kontaktu
- skript komunikace
- prohlížeč internetu
- propojení do systému CRM
- funkce pro zpracování e-mailu
- propojení do interního systému zákazníka
- funkce zpětného zavolání
- tlačítko pro realizaci odchozích SMS
- překliknutí do znalostní databáze

Z hlediska komunikace s klientem jsou klíčové karty „Historie“ a „Skript“.

V první ze zmíněných se shromažďují veškeré časy a data v minulosti realizovaných hovorů. Díky tomu získá daný operátor velmi rychle představu o tom, jestli už se s klientem v minulosti něco řešilo. Operátoři si mohou zobrazit krátkodobou historii zahrnující pouze vlastní interakci se zákazníkem, která po odhlášení ze systému zmizí. K dispozici je také rozsáhlá historie umožňující získat ucelený přehled o všech realizovaných příchozích, odchozích i nevyřešených kontaktech. Jednotlivé informace se dají filtrovat podle povahy požadavku. Tento druh dat se sdílí mezi jednotlivými uživateli aplikace a zachovává se tedy i po odhlášení ze systému. Přes historii lze realizovat opětovný hovor s vybraným kontaktem.

V záložce Skript komunikace je doporučený scénář, který uživatele AlgoCC provádí komunikací se zákazníkem krok za krokem. Tyto informace získávají operátoři přímo od zákazníků díky dotazníku se sadou cílených otázek.

8.

Potřebujete individuální řešení?

Není problém, obraťte se na experty ze společnosti Algotech

Experti ze společnosti Algotech pro vás vyvinou řešení na míru zahrnující návrh, kompletní realizaci i následnou podporu provozu. Máte svůj systém, který je již zastaralý? Rozšíříme ho a upravíme podle vašich momentálních potřeb. Rádi se postaráme i o školení nutné pro správnou práci s dodaným řešením.

