

МНОГОКАНАЛЬНОСТЬ: ЧТО ХОТЯТ КЛИЕНТЫ И предлагают колл центры



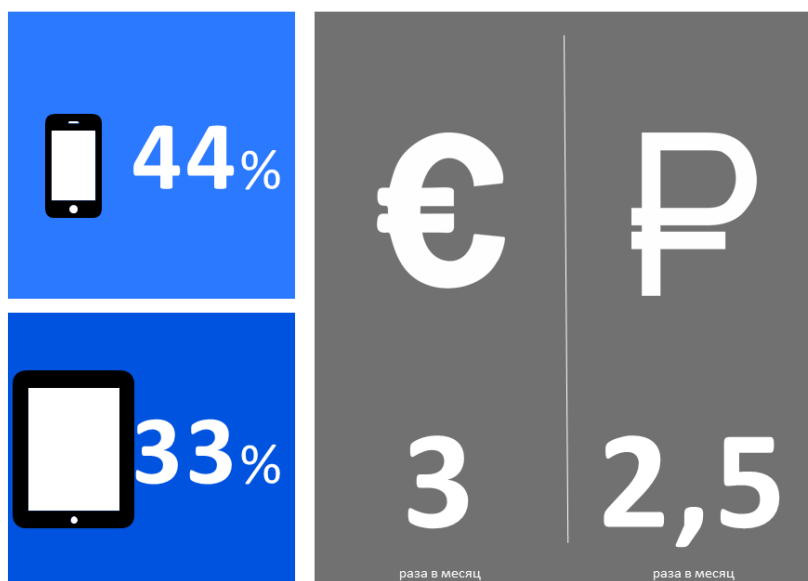
Данная статья является расширенной версией выступления на 14-м Международном бизнес-форуме Call Center World Forum в марте 2015 г.

Особенности текущей экономической ситуации нашли свое отражение в программе и выступлениях на Форуме. Ключевой темой выступлений большинства признанных бизнес-лидеров и экспертов отрасли стало снижение общего объема затрат. **Многоканальность помогает решить эту задачу.**

Многоканальность является благом для клиентов, т.к. они активно ею пользуются. Она является благом для компаний, т.к. позволяет укреплять или как минимум не терять связь клиентами. Но является ли она благом для колл центров? Как обеспечить управляемость КЦ с учетом многоканальности как ближайшей перспективы? Об этом – наша статья.

МНОГОКАНАЛЬНОСТЬ СТАНОВИТСЯ РЕАЛЬНОСТЬЮ НАШЕЙ ЖИЗНИ.

И это не простые слова. Клиенты, т.е. мы с Вами становимся более **мобильными и независимыми**. Мобильными – растет число использования смартфонов; независимыми – активно используются социальные сети/интернет для выбора товара/услуги.

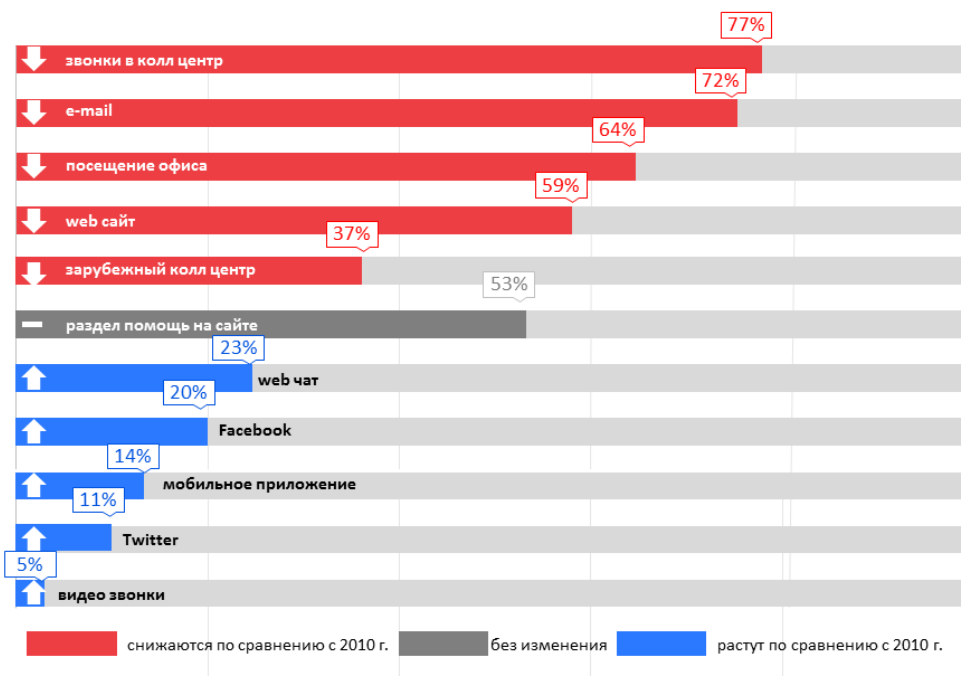


i-COMference 2015, данные за 2014 г.

По данным с конференции i-COMference, в 2014 году в нашей стране смартфонами пользовались 44% отечественной интернет-аудитории, планшетами – 33%. По показателям покупок со смартфонов мы очень близки к европейским пользователям. Отечественные пользователи в среднем совершают 2,6 покупки со смартфонов в месяц, в Европе делают 3 раза в месяц.

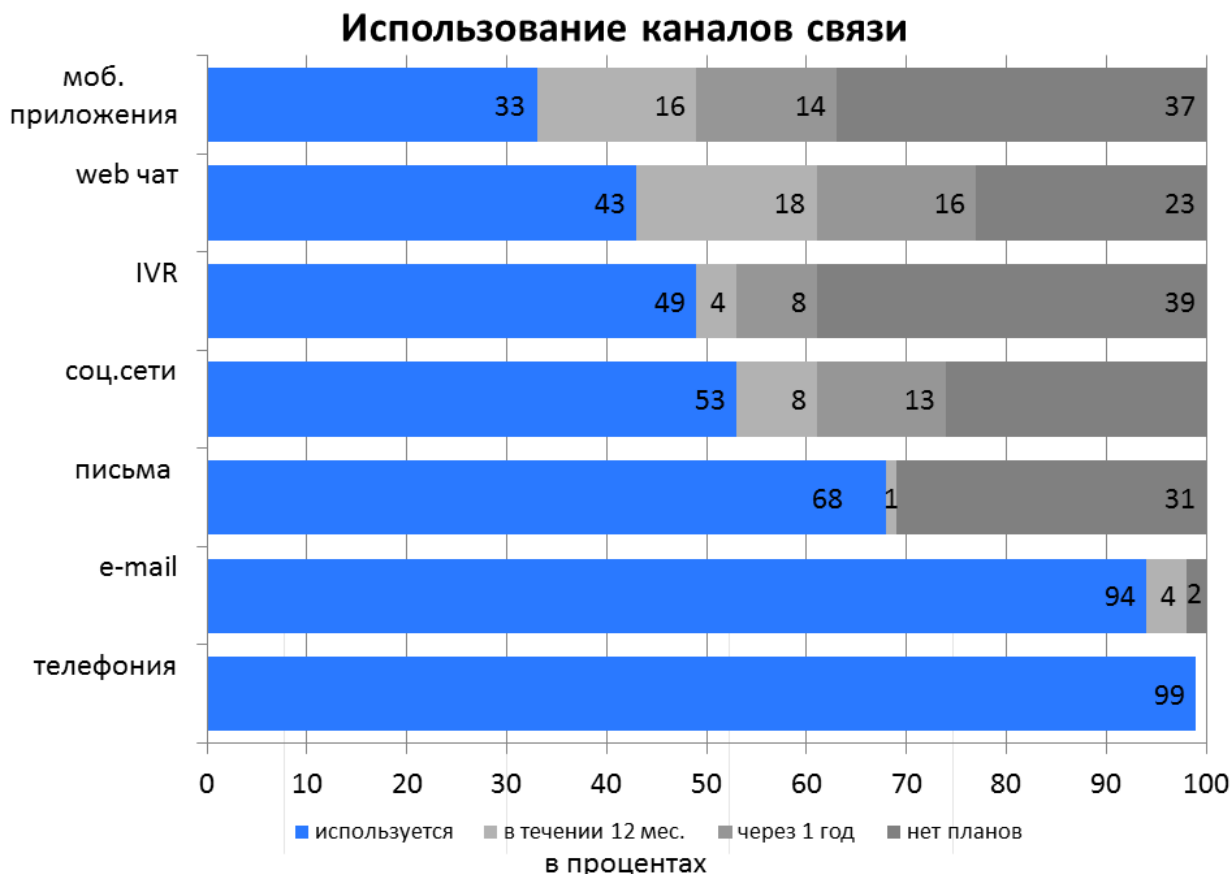
Все это оказывает влияние на работу компаний. Посмотрите на диаграмму, которая содержит данные, которые обычно приводят, говоря о перспективах многоканальности. Востребованность традиционных каналов снижается, а новых – растет.

КЛИЕНТЫ: каналы взаимодействия



Но здесь я хотел бы оставить бравурный тон и продолжить разговор уже про реалии наших дней.

Приведу еще один график. Он отличается от типичных оценок перспектив развития, распространяемых производителями решений. Данные более консервативные, но я считаю, более реалистичные. Он показывает не количественные данные, а оценку текущего состояния и перспектив развития.



Как видно из графика, голосовые каналы будут по прежнему преобладать, а перспективы IVR кажутся пока преувеличенными.

Но что подтверждают оба графика – нетелефонные обращения развиваются, а значит задача их интеграции и единого обслуживания актуальна. В конце статьи мы приведем еще одну диаграмму, которая поможет взглянуть на соотношение между каналами с точки зрения скорости обработки обращения.

Подведем итог: многоканальность – это благо для клиентов и благо для компании. Но благо ли это для колл центров?

КАК СОВРЕМЕННЫЕ КОНТАКТ-ЦЕНТРЫ ОТВЕЧАЮТ НА ТРЕБОВАНИЯ ВРЕМЕНИ?

Чтобы понять текущую ситуацию, давайте вспомним, **как развивались технологии обслуживания в колл центрах.**



Как только появился телефон – люди начали звонить. Для эффективного обслуживания звонков были разработаны технологии ACD (автоматическое распределение вызовов), IVR (автоинформатор) и СТИ (компьютерно-телефонная интеграция).

Правила распределения были просты и основаны на доступности оператора. Занят – вызовы не распределяются, свободен – готов к обработке. Статистика также основывалась на этих базовых состояниях. Например, загрузка агента считалась, как процент времени нахождения в статусе занят по отношению к общему количеству времени нахождения в системе (login).

Распространение интернета вызвало появление массовой электронной почты, чат-сообщений и их внедрение в КЦ. Появился контакт-центр. Но новые каналы не интегрировались с телефонией, а добавлялись как опции. В результате, операторы делили свое время между обработкой телефонных запросов и электронными каналами, вручную забирали e-mail обращения.

Единое (универсальное) рабочее место оператора было специфично: если он работал с почтой, то звонки на него не распределялись. Если он находился в чате, то мог работать только с одной чат-сессией – и не больше. Использовался универсальный принцип: **Одно обращение – один оператор.**

Появление социальных сетей вызвало появление т.н. Интернет 2.0 – новой, активной площадки для взаимодействия. Люди обсуждали сервисы, продукты, делились опытом. Поэтому для компаний жизненно необходимым стал мониторинг социальных сетей и общение через них.

Информацию из сетей надо было выделять, анализировать, обрабатывать и направлять агентам. Появилась концепция omni-channel.

Основная идея концепции: уйти от принципа поканальной обработки обращений в сторону обработки по взаимодействию (итерации). В результате, в КЦ появилась возможность переключаться между каналами поддерживая постоянное единое взаимодействие с клиентом. Что потребовало обновления и усложнения аппаратно-программных платформ КЦ.

Стремительное распространение смартфонов вызвало необходимость очередного изменения концепции взаимодействия с клиентами.

Пришло время Rich Contact Experience (Полный Опыт Общения).

Концепция Rich Contact Experience разработана компанией BrightPattern и реализована в облачном колл центре ServicePattern™. Она позволяет создать действительно единую среду общения между клиентами и КЦ: любое количество контактов по любым каналам.

Ключевой особенностью концепции является уход от ограничений omni-channel: работа с одним клиентом по разным каналам. Она позволяет обработать обращения от нескольких клиентов по разным каналам одновременно.

С помощью концепции Rich Contact Engagement возрастает эффект от применения многоканальности, а именно: выравнивание загрузки и оптимизация расходов на обработку обращений.

ЧТО НАС ОЖИДАЕТ В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ?

Приведу диаграмму, о которой говорилось в начале статьи.

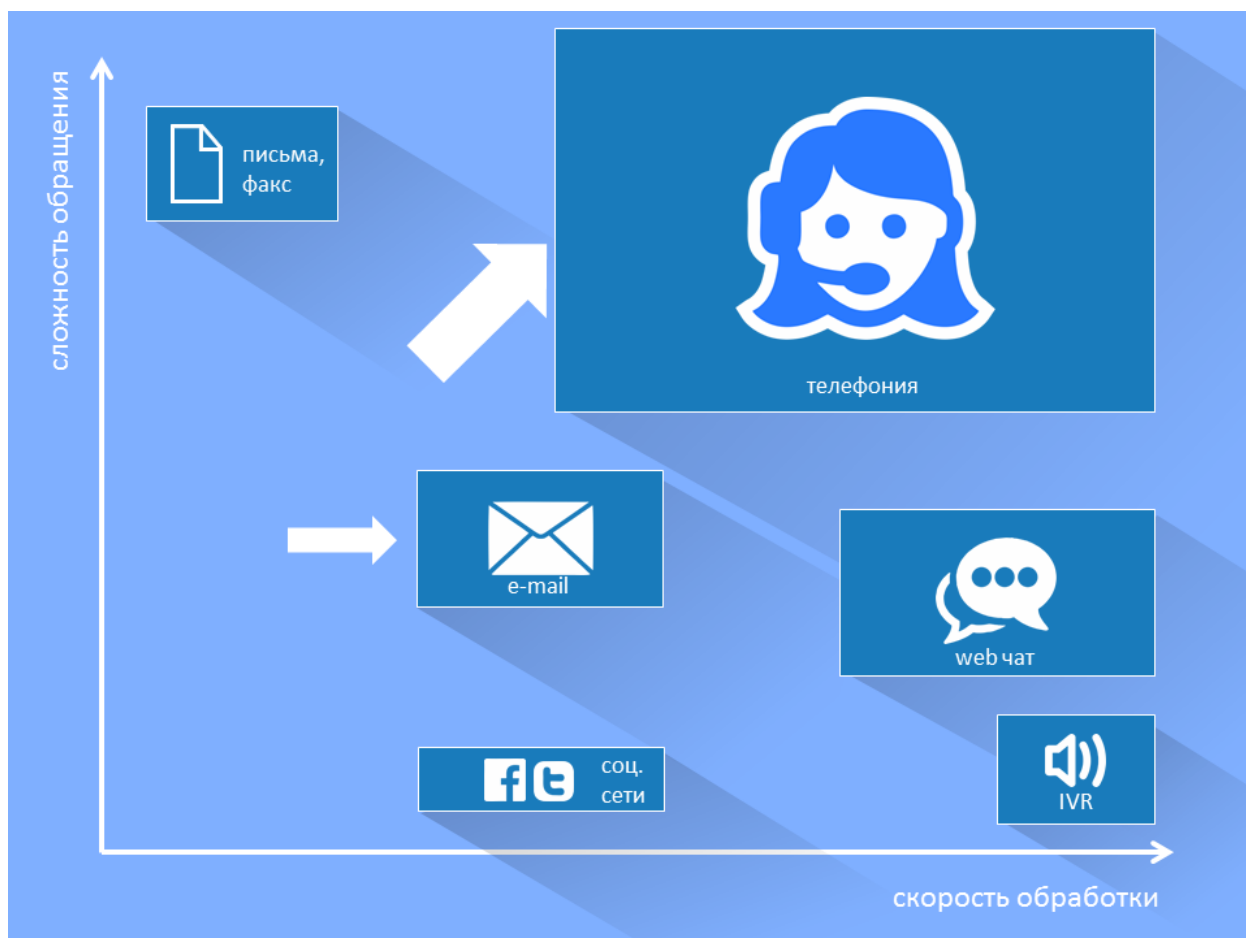


Диаграмма показывает соотношение между сложностью обращения и скоростью обработки по каждому из каналов. Стрелки показывают изменение за последние 2 года, а размер блоков – относительный процент использования.

Канал доступа	Перспективы развития
Телефония	Несмотря на общепринятые пессимистические прогнозы – предоставляет самый быстрый канал взаимодействия. В последнее время обрела новую жизнь и перспективы за счет обработки сложных обращений: операторы становятся «экспертами», хотя это и не планировалось изначально.
E-mail	Существует уже около 20 лет. Относительно слабое использование было вызвано длительным временем ответа (несколько дней). С внедрением средств автоматической обработки почты ситуация улучшается, время обработки сокращается.
IVR	Подходит для самых простых обращений (например, баланс). С распространением чата востребованность немного уменьшается.
Web-chat	Наиболее перспективный канал, выполняющий для web-самообслуживания ту же роль, что оператор в связке с IVR. Быстрая скорость ответа. Поддерживает авторизацию, что позволяет обрабатывать комплексные запросы.

В конечном итоге, востребованность любого канала доступа определяется клиентами, т.е. нас с Вами. Критерии выбора канала самые очевидные. Он должен быть:

- Эффективный
- Быстрый
- Удобный
- Дешевый.

Специфика распределения нагрузки между каналами доступа есть у каждой отрасли и у каждой компании. Но общая тенденция есть и это подтвердил Форум CCWF 2015 – многоканальное обслуживание будет развиваться.

Применение концепции Rich Contact Engagement поможет сделать работу многоканального колл центра более производительной.

Подробнее узнать о принципах работы концепции Rich Contact Experience (Полный Опыт Общения) можно в специальной статье «Rich Contact Experience – как добиться роста производительности работы колл центра», размещенной на сайте www.cloudcontact.ru.

Источники:

<http://2015.i-conference.ru>

Dr N. J. Millard & Dr T. Alcock (2014) SuperAgent 2020: The Evolution of the Contact Centre

M.Clark and A.Bryan, The Henley Centre for Customer Management (2013), Customer Effort: Help or hype?

Brian Cantor (2014), Executive Report on Performance, Operations and Technology

ContactBabel (2013), The Inner Circle Guide to Multichannel Customer Contact

BrightPattern (2014), From Plain Telephony to a Rich Contact Experience

ООО «Клауд Контакт» специализируется на предоставлении комплексных решений по оптимизации работы Контакт-центра на основе облачных технологий.

Используя наши решения, государственные и коммерческие организации могут существенно сократить расходы Контакт-центра, гарантируя предоставление качественно нового уровня обслуживания.

Мы обладаем уникальной командой профессионалов с большим опытом успешной реализации проектов, начиная с аудита текущей работы и заканчивая технической поддержкой установленного решения.

© ООО «Клауд Контакт», 2015 г.