

77. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ КОЛ-ЦЕНТРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕСА

Кацко Д.Э., студент группы 378102

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Ефремов А.А. – канд. экон. наук, доцент каф. ЭИ

Аннотация. Данная работа освещает современные особенности организации работы кол-центров в условиях цифровизации бизнеса и методы их улучшения. Рассмотрены такие аспекты, как многоканальность общения, автоматизация, аналитика и глобализация, а также представлены методы повышения эффективности, включая виртуальные кол-центры, CRM-системы, бизнес-интеллект, искусственный интеллект и другие. Каждый метод анализируется с точки зрения его плюсов и минусов, а также

его влияния на качество обслуживания клиентов и работу персонала. Этот обзор предоставляет полезные рекомендации для улучшения работы кол-центров в современной цифровой среде.

Ключевые слова. клиент, требуется, обслуживание, качество, данные, кол-центр.

Обслуживание клиентов в кол-центре становится все более значимым элементом взаимодействия бренда с потребителями. Это не только услуга, но и выражение уважения к клиенту, стремление предоставить ему не просто хороший, а исключительный опыт общения. Качество обслуживания определяется не только скоростью и эффективностью, но и эмоциональным откликом клиента на взаимодействие с оператором.

Меры обслуживания клиентов обычно ориентированы на время, которое клиент должен потратить, ожидая ценной и качественной услуги от поставщика услуг. Вот некоторые из ключевых метрик, которые обычно используются для измерения обслуживания клиентов в кол-центре:

– Ответ с первого раза – это метрика, отражающая способность оператора решить проблему клиента без переадресации звонка.

– AHT (Average Handle Time) – среднее время разговора оператора с клиентом.

– Transfer Rate – процент звонков, которые оператор переадресовал на другого сотрудника.

– ATA (Average Time to Abandon) – сколько в среднем ждали на линии клиенты, не дождавшиеся ответа.

– ACW (After Call Work Time) – среднее время обработки звонка после того, как клиент повесил трубку. Это может быть внесение данных в базу, отправка клиенту СМС с запрашиваемой информацией и тому подобные операции.

– AHT (Average Handling Time) – сколько в среднем времени уходит на обработку одного звонка. В этот показатель включается и время прослушивания голосового меню, и ожидание на линии, и разговор с оператором, и обработка вызова после завершения разговора.

– Hold Time – время удержания, то есть тот промежуток времени, в течение которого абонент ждет на линии, пока оператор ищет информацию по его вопросу.

Среди этих метрик, ответ с первого раза считается самым важным показателем обслуживания клиентов в кол-центре. Однако его сложно измерить, так как он включает в себя перспективы и ожидания клиентов.

Опросы удовлетворенности клиентов могут быть использованы для устранения проблем с измерением разрешения с первого раза. Они считаются ключевой целью работы кол-центра, как показано в исследовании Performance improvement strategies to increase call center service level [1].

Существует общее согласие среди исследователей относительно важности опросов, хотя уровень ответов обычно очень низкий, как указано в статье, где также отмечается, что частота ответов на опросы варьируется от чуть менее 1% до более 60% [1].

Современные кол-центры предоставляют обслуживание через множество каналов коммуникации: традиционные телефонные звонки, электронную почту, чаты, социальные сети и даже мессенджеры. Эта многоканальность позволяет клиентам выбирать наиболее удобный для них способ взаимодействия, что повышает уровень удовлетворенности.

Автоматизация процессов в кол-центрах идет в ногу с технологическими инновациями. Системы IVR (интерактивное голосовое меню), чат-боты и машинное обучение становятся неотъемлемой частью рабочего процесса, обеспечивая быстрое и эффективное решение простых запросов и направление сложных к специалистам.

Сбор и анализ данных о работе кол-центра становятся ключевыми для оптимизации процессов и повышения качества обслуживания. Аналитические инструменты позволяют увидеть тренды, выявить проблемные места и принимать обоснованные управленческие решения.

Глобализация и развитие технологий позволяют кол-центрам работать в режиме 24/7 и обслуживать клиентов из разных частей мира, что требует гибкости в организации рабочего времени и многоязычной поддержки.

Методы улучшения эффективности работы кол-центра:

Виртуальные кол-центры предоставляют возможность агентам работать удаленно, что снижает затраты на аренду офиса и обеспечивает гибкость графика работы. Однако такой подход требует тщательного контроля качества обслуживания и обеспечения надежного интернет-соединения [2].

CRM-системы (Customer Relationship Management) позволяют хранить информацию о клиентах и их историю взаимодействия с компанией. Это улучшает персонализацию обслуживания и повышает уровень удовлетворенности клиентов, но требует интеграции и обучения персонала [3].

Бизнес-интеллект и аналитика позволяют анализировать данные и выявлять паттерны в поведении клиентов. Это помогает в оптимизации рабочих процессов, прогнозировании потребностей клиентов и улучшении качества обслуживания [4].

Искусственный интеллект и чат-боты предоставляют быстрое и автоматизированное обслуживание для стандартных запросов, снижая нагрузку на операторов. Однако при обработке сложных запросов может потребоваться вмешательство человека [4].

Обучение и развитие персонала являются ключевыми для поддержания высокого уровня квалификации сотрудников и улучшения качества обслуживания. Регулярные тренинги и обучение новым навыкам помогают агентам эффективно справляться со своими обязанностями [3].

Голосовые ассистенты и распознавание речи обеспечивают автоматизированное распознавание запросов клиентов, что ускоряет процесс обслуживания. Однако стоит учитывать возможные ошибки распознавания и необходимость их коррекции.

Аутсорсинг может быть использован для передачи определенных функций кол-центра третьим сторонам. Это может привести к экономии ресурсов, но потребует тщательного контроля качества и безопасности переданных данных [4].

Видеозвонки и ко-браузинг предоставляют возможность взаимодействия с клиентом в реальном времени, что улучшает качество обслуживания и повышает уровень доверия. Однако такие услуги требуют стабильного интернет-соединения и высококачественного оборудования [3].

Персонализация и сегментация позволяют адаптировать обслуживание под индивидуальные потребности клиентов. Это может быть достигнуто за счет сбора и анализа данных о предпочтениях и истории взаимодействия клиентов с компанией [1].

Мобильные приложения предоставляют удобный способ для клиентов взаимодействовать с кол-центром, улучшая мобильный опыт. Однако их разработка и поддержка требуют значительных инвестиций.

Современные технологии и методы управления позволяют кол-центрам адаптироваться к меняющимся условиям рынка, повышать эффективность работы и улучшать качество обслуживания клиентов. Однако успешная реализация этих методов требует компетентного подхода, внимания к деталям и готовности к изменениям.

Список использованных источников:

1. Johana Sihol Marito Purba and Juliza Hidayati 2020 IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 801 012147.
2. Why your business needs a call center digital transformation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://techsee.me/blog/digitize-call-center-tomorrow/> – Дата доступа: 04.04.2017.
3. Rowe, F., Marciniak, R., & Ciergeau, C. (2011). The contribution of information technology to call center productivity. *Information Technology & People*, 24(4), 336–361.
4. Mosese M. & Mearns., 2016, 'Leveraging management informaton in improving call centre productivity', *South African Journal of Informaton Management* 18(1), a690. <http://dx.doi.org/10.4102/sajim.v18i1.690>.