

CALL CENTER

W nowoczesnym systemie call center praktycznie wszystkie operacje są dokonywane za pomocą graficznego, przyjaznego dla użytkownika interfejsu

Zbuduj sobie call center

Proste systemy call center czy nawet bardziej rozbudowane contact center przestały być domeną wyłącznie dużych przedsiębiorstw. Na rynek wprowadzono również rozwiązania, których zakres funkcjonalny, łatwość obsługi i cena zostały dopasowane do poziomu średnich, a nawet małych firm

– Z punktu widzenia osoby, która będzie odpowiedzialna za wdrożenie call lub contact center (CC), niezależnie czy będzie ono zatrudniało kilkunastu czy kilkuset pracowników, kluczowe jest uzyskanie dokładnych informacji bądź zdefiniowanie, jakie zadania będzie ono realizowało teraz i w przyszłości. Warto również pamiętać, że sam system można wdrażać jako instalowane w firmie rozwiązanie, bądź w formie kupowanej na zewnątrz usługi – wyjaśnia Roman Sadowski, Marketing Manager, Enterprise Solutions z Alcatel-Lucent. Wariant pierwszy ma głębokie uzasadnienie przy założeniu, że firma będzie korzystała z rozwiązania w sposób ciągły, włączając obsługę telefoniczną klientów do sfery kluczowej z punktu widzenia prowadzonej działalności biznesowej. Druga opcja jest rekomendowana zwłaszcza, kiedy firma potrzebuje tylko okresowego wsparcia usługami call center, np. do jednorazowych lub sporadycznych kampanii promocyjnych.



Fot. Panasonic

CALL CENTER

Co mamy i czego potrzebujemy?

Rozwiązanie CC to specjalne oprogramowanie o modułowej budowie, którego funkcjonalność dobierana jest do konkretnych potrzeb firmy. Do poprawnej pracy wymaga ścisłej integracji z wieloma innymi systemami – przede wszystkim z centralą abonencką, aplikacjami biznesowymi: systemami logistycznymi, magazynowymi, ERP, czy z zakresu zarządzania kadrami oraz z systemem CRM.

Jeśli firma podjęła decyzję o wdrożeniu własnego rozwiązania i ustaliła wymagania użytkowe i cel wdrożenia, może przejść do fazy wyboru konkretnego rozwiązania. Na tym etapie określa się zazwyczaj, jaki docelowy poziom zatrudnienia agentów jest planowany. Oczywiście zawsze należy sprawdzić, jakie limity posiadają oceniane przez nas rozwiązania: – Czy dotożenie nowych użytkowników wiąże się jedynie z zakupieniem dodatkowych licencji, czy też wymaga zmian na poziomie sprzętu?

– Co stanie się, jeśli zostałyby osiągnięta górna granica ustalona przez producenta?
– Jaka jest ścieżka migracji do innego rozwiązania?

Należy również wziąć pod uwagę, że niektóre rozwiązania CC współpracują wyłącznie np. z telefonią IP. Jeśli firma nie ma takiego rozwiązania, rodzi to konieczność dodatkowej inwestycji w system telefoniczny, co może znacznie podwyższyć wartość całego projektu. Nieodzowne jest również sprawdzenie możliwości współpracy systemu contact center z posiadaną centralą, szczególnie, jeśli elementy te pochodzą od różnych producentów. Generalnie stosowanie otwartych standardów powinno zapewnić interoperacyjność, ale jest oczywiście szereg odstępstw. Jeśli firma korzysta z tradycyjnego systemu komunikacji wykorzystującego technikę TDM, należy upewnić się, jakie skutki dla CC spowoduje migracja centrali do VoIP.

Zazwyczaj rozwiązanie CC ma rozdzielone moduły obsługi połączeń przychodzących i wychodzących, ponieważ nie wszystkie firmy potrzebują obu funkcjonalności. Moduł obsługi połączeń przychodzących (inbound) jest niezbędny, jeśli system CC służy do obsługi posprzedażnej klientów. W sytuacji, kiedy firma planuje koncentrować się na usługach telemarketingowych, wtedy niezbędny będzie moduł połączeń wychodzących (outbound). Warto podkreślić, że stosowanie tego modułu otwiera drogę do przekształcenia systemu CC w komórkę organizacyjną, która może bezpośrednio generować dodatkowe przychody ze sprzedaży, co staje się cechą bardzo poszukiwaną.

Co w standardzie?

Warto również zwrócić uwagę na to:

- jakie funkcje są oferowane w standardzie, a za jakie trzeba osobno zapłacić,
- czy wybrane rozwiązanie będzie współpracowało z posiadaną infrastrukturą telekomunikacyjną i oprogramowaniem,
- jakie ewentualne zmiany lub rozbudowa są niezbędne,
- czy konfiguracja systemu i jego dalsza adaptacja do zmieniających się potrzeb jest prosta i może być wykonana własnymi siłami,
- jakie są koszty utrzymania całego systemu.

Jednym z przykładów istotnych funkcjonalności, które mogą być oferowane w pakiecie (lub jako funkcjonalność centrali), albo też być dostępne za dodatkową opłatą, jest moduł dystrybucji połączeń – odpowiadający na rozdzielanie nadchodzących połączeń według ustalonych zasad. Stosowane są w nim różnorodne mechanizmy, np. według dostępności agentów, ich umiejętności, na podstawie numeru dzwoniącego, historii dotychczasowych kontaktów, albo po prostu wybranych opcji w menu głosowym systemu IVR.

Innym przykładem ważnej składowej systemu CC jest system

interaktywnych odpowiedzi głosowych IVR, który pozwala na obsługę klientów w samoobsługowym trybie 24/7 oraz odciążenie konsultantów. Może on być oferowany jako moduł call center albo niezależny produkt. Jest to dość istotne, ponieważ przeciętnie połowa CC ma wdrożony system IVR, a w niektórych branżach odsetek ten osiąga blisko sto procent.

Jednym z kluczowych problemów do rozwiązania w zarządzaniu systemem jest optymalne dopasowanie liczby agentów do zmiennej w czasie ilości połączeń. Zbyt duża liczba konsultantów oznacza wyższe koszty i niepełne wykorzystanie inwestycji, zbyt mała powoduje dłuższy czas oczekiwania, a tym samym obniża jakość świadczonych usług. Co jednak zdarzy się, jeśli poziom kontaktów znacznie wykracza poza przyjęte założenia? Typowymi sytuacjami jest np. premiera intensywnie reklamowanego nowego produktu, albo sytuacja kryzysowa.

– Generalnie nowoczesne systemy CC są znacznie prostsze do wdrożenia i łatwiej w nich prowadzić zmiany, niż było to możliwe jeszcze kilka lat temu. Praktycznie wszystkie operacje są w nich dokonywane za pomocą graficznego, przyjaznego dla użytkownika interfejsu. Skracca to konfigurację systemu do pojedynczych dni lub wręcz godzin, a dopasowywanie parametrów pracy systemu do zmieniających się potrzeb mogą wykonywać bezpośrednio pracownicy CC po krótkim przeszkoleniu – dodaje Roman Sadowski.

Jeśli firma myśli o profesjonalnej obsłudze posprzedażnej, nieodzowne będzie zastosowanie systemu CRM, w którym są gromadzone i przetwarzane dane dotyczące historii kontaktów. Często tego typu rozwiązania funkcjonują już w firmie. W najprostszym przypadku wręcz może to być baza w Accessie lub kontakty w Outlooku. Na pewno na korzyść danego rozwiązania CC przemawia możliwość korzystania z jak najszerzej grupy

systemów CRM, co pozwoli ochronić dotychczasowe inwestycje.

Dla mniejszych i większych

Dla małych i średnich firm zainteresowanych prostym i ekonomicznym rozwiązaniem call center Alcatel-Lucent proponuje rozwiązanie **OmniTouch Call Office**, które oferowane jest w pakiecie wraz z najpopularniejszą centralą abonencką **Alcatel-Lucent OmniPCX Office (OXO)**. Aplikacja umożliwi obsługę call center złożonego maksymalnie z 32 agentów, udostępniając takie funkcjonalności, jak automatyczna dystrybucja połączeń (według różnych metod i z uwzględnieniem kolejowania połączeń), aplikację dla agentów, aplikację do monitorowania i zarządzania pracą call center oraz menedżera do analizy zebranych informacji o połączeniach i klientach. Rozwiązanie jest zintegrowane z aplikacjami OXO, takimi jak automatyczny operator czy poczta głosowa. System współpracuje z szerokim zakresem terminali – zarówno tradycyjnych aparatów telefonicznych, telefonów IP, telefonów WiFi czy aplikacji softphone – emulujących funkcje telefonu na komputerze. Ważną cechą rozwiązania jest bardzo przyjazny w użytkowaniu interfejs do konfigurowania i zarządzania call center, co pozwala na jego szybkie modyfikowanie bezpośrednio przez pracowników firmy. System ten można w prosty sposób zintegrować z Outlookiem, skąd może być np. pobierana baza kontaktów czy nawiązywane połączenia po wyborze odpowiedniego kontaktu.

Z kolei **OmniTouch Standard Edition**

to rozwiązanie przeznaczone do obsługi tradycyjnych contact center, w których głównym medium komunikacyjnym jest głos. Na jego bazie można zbudować centrum zatrudniające nawet 1000 agentów na węzeł. Charakteryzuje się relatywnie niskim kosztem wdrożenia w przeliczeniu na agenta. Do tej pory na świecie wdrożono na bazie tego rozwiązania contact center

CALL CENTER



Fot. Panasonic

na łączną liczbę 700 tys. agentów. Bardziej zaawansowanymi rozwiązaniami dla średnich i dużych contact center są **OmniTouch Premium Edition**, który służy do budowy zaawansowanego contact center średniej wielkości (od 10 do 150 agentów), w którym należy zintegrować komunikację głosową z korespondencją mailową oraz **OmniGenesys**, system o największych możliwościach, bez limitu liczby agentów, obsługujący praktycznie wszystkie możliwe kanały komunikacji – głosowy, emailowy, faksowy, SMS-owy, komunikatory itp.

W oparciu o serwer

– Aby sprostać zadaniom, które realizują działy call center, wymagane jest zastosowanie sprzętu, który zapewni najwyższą jakość rozwiązań telekomunikacyjnych. Dodatkowo dzięki zastosowaniu aplikacji ułatwiających pracę telemarketerów, zapewniony będzie wysoki standard świadczonych usług oraz dostęp do informacji niezbędnych do analiz i oceny efektywności pracy – informuje Magdalena Szczeszak-Kiełpińska, specjalista ds. marketingu spółki Slican.

Firma oferuje tworzenie CC w oparciu o serwery telekomunikacyjne. Jednym z rozwiązań jest zastosowanie serwerów **Slican MAC-6400** lub **Slican CCT-1668**.

To centralne części nowoczesnego systemu, odpowiadającego w zakresie funkcjonalności oraz możliwości pracy wymaganiom stawianym działom tego typu. Slican proponuje więc system modułowy o pojemności od 32 do 740 portów dla Slican MAC-6400 i od 16 do 138 portów dla Slican CCT-1668, co zapewnia łatwość rozbudowy systemu w zależności od wielkości CC. Serwery zapewniają obsługę sieci ISDN, analogowej, VoIP i GSM oraz możliwość sieciowania. Dochodzi do tego rozwiązanie **ICD** (Intelligent Call Distribution), czyli kierowanie ruchem przychodzącym, które pozwala na zaprogramowanie dedykowanych grup **ACD** (Automat Call Distribution) obsługujących ruch przychodzący, z uwzględnieniem długości kolejki i czasu oczekiwania. System daje także możliwość nagrywania rozmów telefonicznych. Taka funkcja jest szczególnie ważna, kiedy firma z uwagi na profil działalności musi rejestrować wszystkie połączenia.

Slican Embedded Recording jest zintegrowanym systemem rejestracji rozmów. Oferuje wiele możliwości i trybów konfiguracji. Z kolei **Slican MAB-1101-Multi Audio Box** to system przywoławczy, współpracujący z serwerami telekomunikacyjnymi Slican. Można go konfigurować do działania w określonym trybie, elastycznie do indywidualnych potrzeb. Dochodzą do tego niezwykle pomocne w obsłudze CC aplikacje. Jedną z nich jest **Slican RecordMAN**, przeznaczona do zarządzania systemem nagrywania rozmów Slican Embedded Recording. Umożliwia również sprawne i bezpieczne zarządzanie nagranyimi połączeniami. Jest także **Slican TelefonCTI**, program który integruje telefon z siecią komputerową. Pozwala na szybki dostęp konsultanta do indywidualnej lub firmowej książki telefonicznej. Program umożliwia także tworzenie notatek i historii kontaktów z klientem.

Slican BillingMAN to aplikacja, która jest oferowana w cenie serwera. Pozwala na analizę połączeń zarówno przychodzących, jak i wychodzących. Umożliwia

również kosztową analizę połączeń. Zaś **Slican ConfigMAN** umożliwia programowanie i zarządzanie serwerami telekomunikacyjnymi. Dostęp on-line ułatwia szybką reakcję w przypadku awarii lub kiedy niezbędna jest rekonfiguracja centrali. Pracę CC wspomagać mogą także takie rozwiązania firmy Slican, jak np.: **Slican Pathfinder** (system dynamicznego trasowania połączeń), **LCR** (automatyczny wybór najtańszej drogi połączenia), **Slican VIP** (połączenia przychodzące z określonymi numerami, wchodzi do kolejki i zostają ustawione jako pierwsze) czy **Slican Invenio** (kaskadowy system zapowiedzi słownych, interaktywne głosowe kierowanie połączeń przychodzących). Ponadto Slican oferuje również telefony dla CC, m. in. systemowy telefon **Slican CTS-202** dla pracowników, telefon systemowy **Slican CTS-202. Plus**, ułatwiający pracę managerów grup CC czy telefon systemowy **Slican CTS-202. IP**, który może być instalowany i użytkowany wszędzie, gdzie dostępny jest Internet.

Platforma komunikacji

Natomiast firma Interactive Intelligence proponuje system **Customer Interaction Center (CIC)**. To wszechstronna platforma komunikacyjna, charakteryzująca się otwartością standardów i niezależnością od platformy sprzętowej, co różni ją od systemów składających się z wielu komponentów pochodzących od różnych dostawców. CIC wymaga jedynie, bazującego na protokole SIP, serwera telekomunikacyjnego, wykorzystującego technologię Intel HMP (Host Media Processing) oraz zewnętrznych bram SIP. Nie ma konieczności obudowywania dodatkowych funkcjonalności kolejnymi elementami sprzętowymi, co rodzi znane wszystkim IT managerom problemy integracyjne i serwisowe.

– Najważniejszymi funkcjami, które udostępnia klientom oprogramowanie Interactive Intelligence, jest inteligentna dystrybu-

CALL CENTER

cja połączeń w celu optymalizacji procesu obsługi, kontrola jakości obsługi poprzez nadzór nad systemem w czasie rzeczywistym, nagrywanie interakcji (połączeń, maili itp.) oraz rozbudowany system raportowania – wyjaśnia Marcin Grygielski, Territory Manager Eastern Europe, Interactive Intelligence. Rozwiązanie posiada również kilka funkcjonalności absolutnie innowacyjnych na polskim rynku. Można wymienić tutaj moduł **Interaction Optimizer**, optymalizujący zarządzanie personelem w centrach kontaktowych poprzez inteligentne prognozowanie obciążenia centrum oraz tworzenie harmonogramów z wykorzystaniem historycznych danych i zmian zgłaszanych przez pracowników.

W Polsce takie rozwiązanie jest praktycznie nieznaną, a przecież – szczególnie w czasie spowolnienia gospodarczego – może stanowić ważny czynnik budowania przewagi konkurencyjnej. Z kolei funkcja **Interaction Dialer**, zarządzająca wybieraniem numerów podczas kampanii wychodzących i mieszanych, śledzi w czasie rzeczywistym skrypt rozmowy agenta i szacuje przewidywalną długość rozmowy, co pozwala unikać nawiązywania kolejnego połączenia zbyt wcześnie lub z opóźnieniem. Funkcja ta została przez Interactive Intelligence opatentowana jako autorskie rozwiązanie.

Centrum z bazą danych

Rozwiązania dla call center ma również sopocka spółka Platan. W przypadku działu, w którym dominuje ruch przychodzący (np. Biura Obsługi Klienta, centra serwisowe, sklepy internetowe przyjmujące wiele zamówień) ważne jest, aby klient jak najszybciej trafił do właściwej osoby oraz aby dana liczba pracowników mogła sprawnie obsłużyć wiele rozmów. Centrale cyfrowe **Platan** ułatwiają to zadanie. W zależności od liczby użytkowników będą to centrale **Micra**, **Sigma**, **Optima** lub **Delta**, posiadające funkcje przydatne w call center.

Funkcjonalnością, do której wszyscy się przyzwyczailiśmy dzięki telefonom komórkowym jest wyświetlanie numeru i opisu dzwoniącej osoby (funkcja **CLIP**).

Stała się ona standardem również w przypadku sieci stacjonarnych.

– W zastosowaniu biznesowym można ją połączyć z informacjami

o kontrahentach, zbieranymi w innych bazach danych. Wsparciem dla osób obsługujących ruch telefoniczny może być komputerowy program **Platan CTI**.

R E K L A M A

CALL CENTER

Contact center w firmie – czy i kiedy warto zdecydować się na takie rozwiązanie?

Alcatel-Lucent jest producentem rozwiązań contact center i wraz z partnerami doradza wybór i wdraża takie systemy, ale bezpośrednio nie świadczy usług contact center. Spora jednak część tego rodzaju usługodawców wybrała właśnie rozwiązania Alcatel-Lucenta.

Kwestia wyboru modelu organizacji i działania contact center należy do jednych z najtrudniejszych w całym projekcie. Prawidłowe doradzenie, czy firmie bardziej opłaca się uruchomienie własnego contact center i w jakiej formie, czy też powinna raczej wybrać model outsourcingowy i skorzystać z usług wyspecjalizowanych usługodawców, zależy od bardzo wielu czynników.

Tego typu kryteria powinny nie tylko uwzględniać aktualną sytuację, ale także to, jakie cele przed systemem obsługi klienta firma będzie stawiała w bliskiej i dalszej przyszłości. Są oczywiście pewne fundamentalne pytania, na które należy znać odpowiedź, albo o których wyjaśnienie należy poprosić dostawcę. Do najważniejszych należy ustalenie:

- do czego ma służyć contact center,
- jak może się zmieniać jego obciążenie pracą w czasie,
- kto miałby pracować na jego potrzeby i jakich kompetencji oczekuje się od agentów,
- w jakim zakresie tego rodzaju system miałby być zintegrowany z innymi aplikacjami biznesowymi.

Oczywiście, zwłaszcza w obecnej sytuacji rynkowej, na pierwszy plan wychodzą aspekty finansowe. Od strategii firmy zależy, czy bardziej opłaca się jej angażować swój kapitał inwestycyjny i mieć większy wpływ na jakość obsługi klienta i to, w jakim stopniu contact center staje się czymś na kształt centralnego punktu przepływu i sterowania procesami biznesowymi. Czy może odwrotnie, tzn. czy lepszym wyjściem będzie zamiana kosztów inwestycyjnych w operacyjne, ale kosztem zawierzenia zewnętrznemu partnerowi?

Wiele z tych aspektów najprościej wyjaśnić na przykładach.

W przypadku firm usługowych praktycznie zawsze występuje konieczność stałej obsługi klienta i zapewnienia mu profesjonalnego kontaktu. Obciążenie contact center w skali roku jest w miarę równe, choć przy usługach turystycznych mogą być dość znaczne różnice w poszczególnych miesiącach czy wybranych terminach, np. świąt.

Z inną sytuacją mamy do czynienia, jeśli zainteresowanie contact center zgłasza np. producent fajerwerków. Produkt jest nieskomplikowany, bardzo sezonowy, a jego sprzedaż często wymaga bardzo intensywnych i krótkich kampanii reklamowych.

Oczywiście porównując te dwie sytuacje, w drugim przypadku trudno rekomendować firmie budowę własnego systemu, ponieważ będzie on przez większą część roku niewykorzystany. Inny przykład. Część firm sprzedaje dość skomplikowane produkty (np. bankowe) albo sprzęt konfigurowany pod potrzeby klienta, co wymaga, aby osoba go oferująca miała bardzo głęboką wiedzę z tego zakresu. Jednocześnie jej klientami jest bardzo ograniczona, albo wąska sprofilowana i wymagająca, grupa firm. W tej sytuacji wynoszenie contact center na zewnątrz i powierzenie go w ręk-

ce nawet specjalnie przeszkolonych agentów może nie przynieść założonych efektów, a wręcz spowodować negatywne skutki.

Najczęściej w takiej sytuacji sprawdza się posiadanie własnego contact center, w którym dzięki zastosowaniu różnego rodzaju mobilnych narzędzi komunikacji agenci dość intensywnie współpracują z grupą wysokiej klasy specjalistów z firmy, ad hoc przeszkolonych o wsparcie. Taki model przeczy także dość stereotypowemu wyobrażeniu contact center, w którym w wielkiej otwartej hali siedzą obok siebie dziesiątki agentów. Dzięki postępowi w dziedzinie technologii telekomunikacyjnych i odpowiedniemu oprogramowaniu te same zadania mogą pełnić niewielkie zespoły rozproszone geograficznie w wielu lokalizacjach. Jeśli jesteśmy przy kwestii personelu contact center, to warto podkreślić, że bardzo często prawidłowe zastosowanie interaktywnych zapowiedzi głosowych tzw. systemów IVR, będących w gruncie rzeczy samoobsługowymi serwisami, w których klient samodzielnie może dotrzeć do interesującej go informacji bądź trafić do właściwego pracownika firmy, powinna znacznie ograniczyć koszty funkcjonowania contact center. Ograniczyć można w ten sposób liczbę pracujących agentów i pomagać w rozwiązywaniu problemu epizodycznych wahań w liczbie napływających zapytań.

Kolejna sytuacja. Klienci wymagają, aby kontaktując się contact center mogli sprawdzić status swoich płatności, wysyłki zamówionych towarów czy też np. rozwiązać problem techniczny, który wymaga skorzystania ze specjalnych narzędzi informatycznych i dostępu do sieci firmy, która świadczy daną usługę. W modelu własnego contact center tego rodzaju integracja, dzięki zastosowaniu standardowych interfejsów oprogramowania, nie powinna być większą przeszkodą. Jednak, jeśli miałaby to robić firma zewnętrzna, stają przed nami nie tylko większe wyzwania techniczne, ale także takie kwestie jak bezpieczeństwo, szybkość działania czy wręcz zaufanie do usługodawcy, któremu powierza się wgląd w bądź co bądź dość cenne i chronione dane.

Ale co ma zrobić firma, która musi stale zapewnić obsługę grupy dotychczasowych klientów, ale jednocześnie sporadycznie inicjuje intensywne kampanie wychodzące, czyli stara się pozyskać nowych klientów w trakcie trwania promocji? Ponieważ najczęściej w systemach contact center osobno są dostępne moduły odpowiedzialne za obsługę kampanii przychodzących (czyli napływających połączeń), a oddzielnie dla kampanii wychodzących, kiedy to agent nawiązuje połączenie z klientem, na pewno warto zastanowić się nad zewnętrznym partnerem. Powierzyć mu albo obsługę kampanii wychodzących, które charakteryzują się większą zmiennością w czasie, albo nawet pełny zakres zadań.

Jak widać po tych tylko kilku przykładach, zagadnienie doboru modelu działania contact center do potrzeb firmy nie daje prostych recept.

Ogromną wartością dodaną jest na pewno doświadczona firma, która może doradzić właściwy model, a przynajmniej wskazać na kwestie wymagające głębszej analizy.

Roman Sadowski

Marketing Manager, Enterprise Solutions Alcatel-Lucent

CALL CENTER



Fot. Alcatel

Program zainstalowany na stanowiskach osób odbierających połączenia wyświetla na ekranie monitora numery i opisy przychodzących wywołań (informacje o abonencie, notatki z dotychczasowych rozmów). Pełni również funkcje stanowiska awizo, na którym widoczny jest stan zajętości i statusy wszystkich abonentów wewnętrznych, więc łatwo można przekierować rozmowę do innej osoby albo wysłać do niej wiadomość tekstową – wyjaśnia Joanna Lewandowska, specjalista ds. marketingu i pu-

blic relations Platan Sp. z o.o. Jeśli agenci zajmują się określonymi rejonami kraju, osoba dzwoniąca z danego miasta, na podstawie jej numeru telefonu może być automatycznie kierowana do danego agenta lub grupy agentów, bez konieczności wybierania na zapowiedzi jakichkolwiek numerów. Taka funkcjonalność nazywa się automatyczną dystrybucją ruchu (ang. **ACD**). Jeśli z kolei wszyscy agenci obsługują tę samą grupę klientów niezależnie skąd przychodzi wywołanie, ważniej-

sze będzie, aby wszyscy byli równomiernie obciążeni pracą. Przydatna może okazać się w tym wypadku funkcja równomiernej dystrybucji połączeń (ang. **UCD**).

W call center z tych samych aparatów telefonicznych w różnych godzinach mogą korzystać różne osoby. Dobrze byłoby, gdyby również każda z nich mogła być indywidualnie rozliczana – z faktycznie przeprowadzonych rozmów, szybkości odbierania połączeń itp. Centrale Platan umożliwiają stworzenie nawet 254 tzw. abonentów wirtualnych.

Dzięki temu każdy z agentów może się logować na własne konto, a jednocześnie przez zalogowanie uczestniczyć w grupie wspólnego wywołania, czyli grupie osób odbierających rozmowy dotyczące danych spraw, np. reklamacyjnych. Może się również wylogować na czas przerwy i w tym czasie rozmowy będą przychodziły tylko do pozostałych pracowników w grupie.

Ze względów bezpieczeństwa w wielu call center rozmowy są nagrywane. Centrale Platan współpracują z profesjonalnymi systemami nagrywania rozmów, ale i oferują możliwość prostego nagrywania rozmów na poszczególnych stanowiskach.

– Nawet w przypadku zwykłego biura, które nie jest zainteresowane tworzeniem systemu call center, przy wielu przychodzących połączeniach gotowe komunikaty w postaci infolinii szybko przekierują wiele jednoczesnych rozmów do właściwych osób, niż jeden operator. W czasie trwania zapowiedzi klienci sami wybierają w jakiej sprawie lub z kim chcą rozmawiać – dodaje Joanna Lewandowska.

W centralach Platan w standardzie dostępne są ponad cztery godziny nagrań, można je dzielić na dowolnej długości zapowiedzi (nawet 64), oraz wykorzystywać w ramach czterech niezależnych infolinii, na 16 poziomach. Oczywiście nikt nie będzie chciał być przełączany kilkanaście razy, natomiast taki system umożliwia swobodne tworzenie komunika-

tów np. dla różnych pór dnia, dni tygodnia, dla różnych odbiorców, witanie gości obcojęzycznych w ich rodzimych językach lub przekazanie informacji o aktualnych promocjach czy nowościach.

Natomiast w CC, w których dominuje ruch wychodzący (np. telemarketerzy, firmy poszukujące klientów przez telefon) istotne znaczenie będą miały funkcjonalności obniżające koszty połączeń. Dzięki możliwości automatycznego wyboru najtańszej drogi połączeniowej (funkcji LCR) rozmowy wychodzące kierowane są do odpowiednich sieci tak, aby koszt był jak najniższy. W celu obniżenia kosztów połączeń, można korzystać z technologii VoIP, podłączając zintegrowaną kartę **Platan VoIP**. Tego typu rozwiązanie mieszane, czyli cyfrowa centralka z kartą VoIP łączy zalety telefonii tradycyjnej i internetowej – niskie koszty połączeń przy niewielkich nakładach i bez konieczności wymiany okablowania czy aparatów w firmie. Centrale współpracują z dowolnymi typami telefonów różnych producentów – aparatami systemowymi, bezprzewodowymi lub słuchawkami nagłownymi. Stale malejące koszty połączeń do sieci komórkowych pomogą dodatkowo obniżyć karty lub bramki GSM. Przy wybieraniu numerów do klientów również pomocny będzie program **Platan CTI** oraz dane zgromadzone w jego bazie – ułatwi wyszukiwanie informacji o danym abonencie oraz wybieranie numerów za pomocą przycisków myszy.

Całość wspiera oprogramowanie billingowe, pozwalające na analizę czasu pracy poszczególnych operatorów – ilość odebranych i wykonanych połączeń, czas trwania rozmów, ilość połączeń nieodebranych, czas po jakim dzwonienie było odbierane itp. W przypadku awarii zasilania, akumulatory rezerwowe podtrzymają pracę centrali nawet do 12 godz.

(PF)



Fot. MB Media