

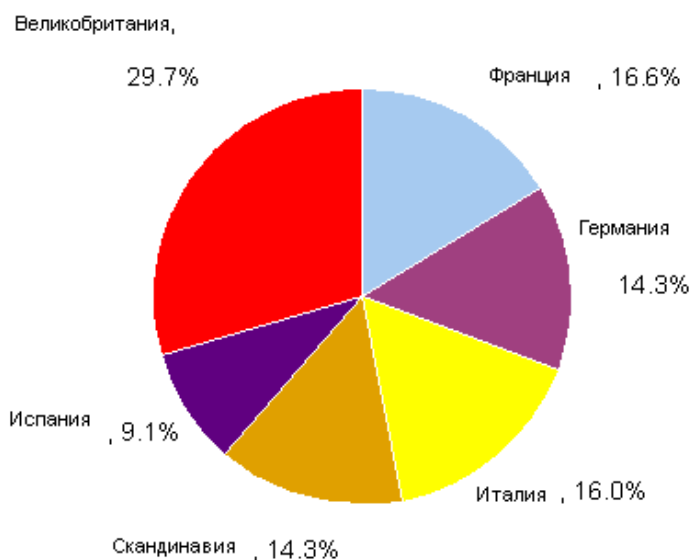
Европейские call-центры

Исследовательское агентство Datamonitor опубликовало результаты очередного исследования, в процессе которого были опрошены менеджеры 200 европейских call-центров. Результаты датированы июнем 2004 года.

В ходе исследования менеджерам был задан ряд вопросов, направленных на определение состояния их развития, в частности на отношения к технологиям самообслуживания.

Прежде всего, определим, какие call-центры попали в выборку?

Распределение респондентов по странам получилось следующее.

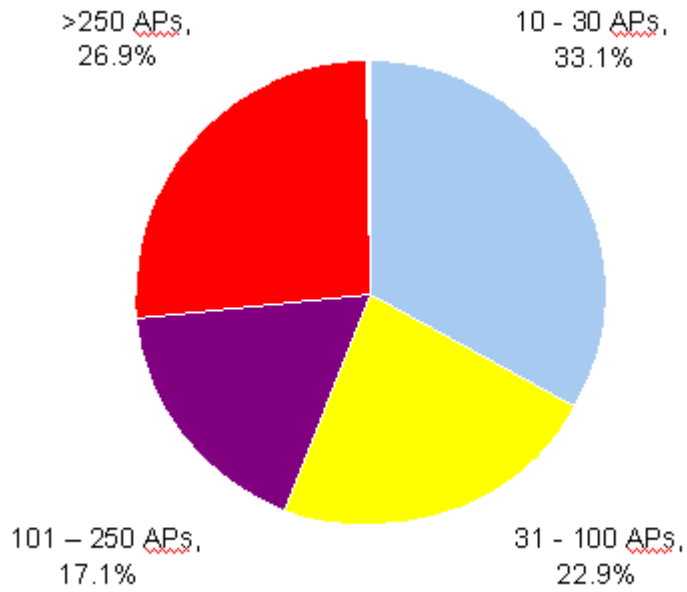


Country	Total
Франция	16.6%
Германия	14.3%
Италия	16.0%
Скандинавские страны	14.3%
Испания	9.1%
Великобритания	29.7%

Распределение по сферам деятельности call-центров:

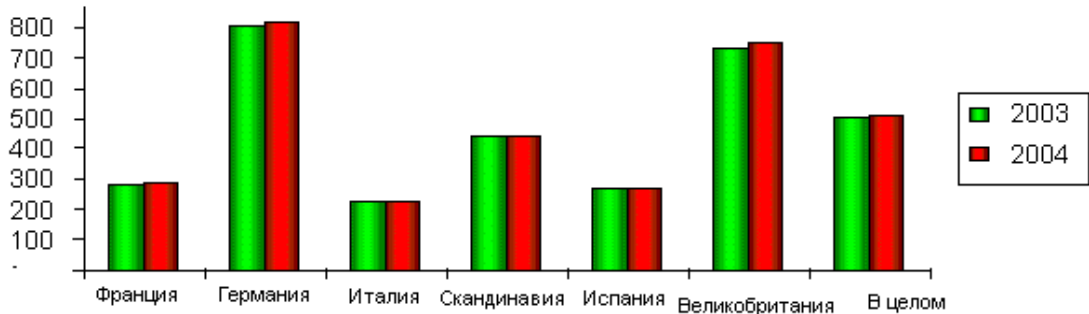


По числу операторских мест:

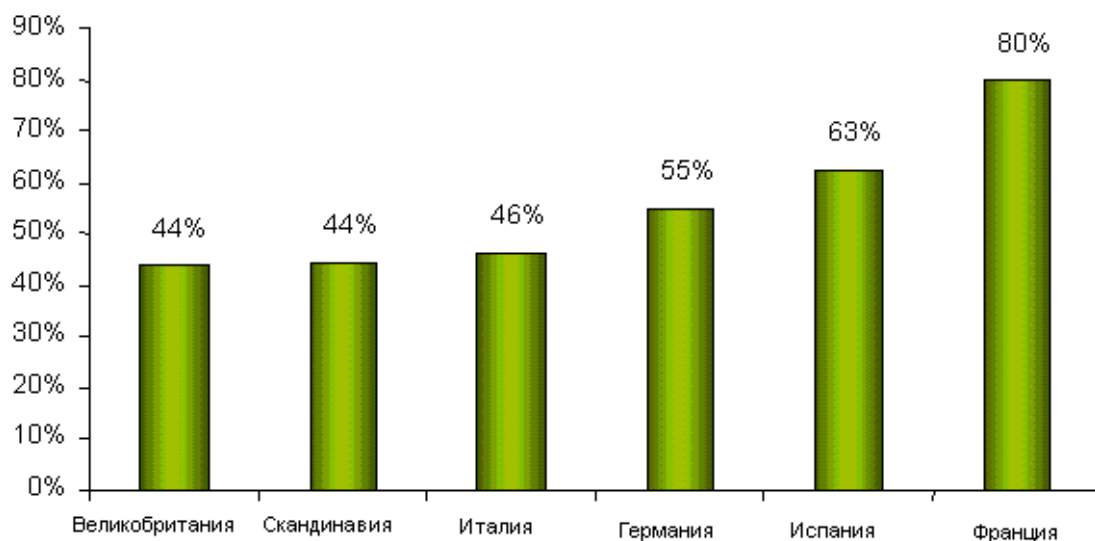


Было исследовано количество операторских мест в call-центрах в различных странах, а также прогноз их роста в ближайшем году. Результаты показали, что значительного роста агентских мест не ожидается, наибольшее увеличение будет иметь место в Германии и Великобритании.

Среднее число операторских мест



Доля сетевых call-центров:



Далее был поставлен вопрос о том, какова доля различных типов вызовов в общем объеме запросов в call-центр, а также прогнозируемые изменения?

	2003	2004
Телефонные вызовы	95,3%	95,3%
E-mail	4,4%	4,2%
SMS	0,1%	0,1%
Web	0,2%	0,3%

Как можно распределить входящие и исходящие вызовы в зависимости их целей:

	Обслуженные своими силами	Обслуженные силами аутсорсинга
Исходящие вызовы для целей продаж, маркетинга	87,0%	13,0%
Исходящие вызовы службы работы с клиентами	89,8%	10,2%
Исходящие вызовы для сбора данных	90,5%	9,5%
Входящие вызовы в службу тех. поддержки	87,1%	12,9%
Входящие вызовы в службу работы с клиентами	88,4%	11,6%
Входящие вызовы с целью покупки	90,6%	9,4%

Следующие вопросы, заданные европейским call-центрам, непосредственно имели отношения к внедрению технологий самообслуживания.

Какие отделы компании оказывают наибольшее влияние на принятие решения о внедрении технологий и стратегий самообслуживания?

Респондентам было предложено оценить степень влияния по четырех бальной шкале (1 – влияют в меньшей степени, 4 – в большей). Результаты оказались следующими:

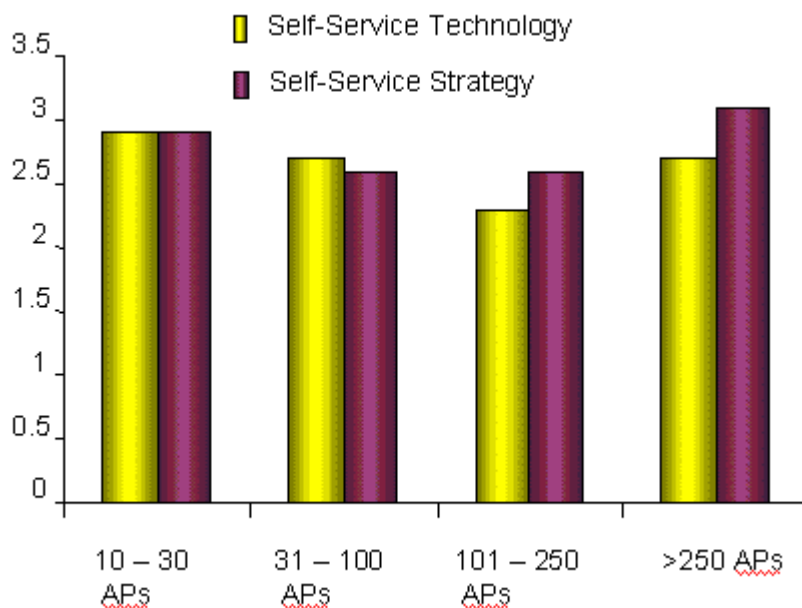
	Технология самообслуживания	Стратегия самообслуживания
Высшее руководство	2,7	2,8
IT-департамент	3,1	2,7
Директор по продажам	2,1	2,4
Директор по работе с клиентами	2,7	2,8
Директор по маркетингу	2	2,4
Менеджер call-центра	2,8	2,8
Юридический отдел	1,3	1,4
Менеджер по логистике	1,6	1,5
Независимые консультанты	1,5	1,5
Другие	3,3	3,6

В каких странах высшее руководство наиболее влиятельно при принятии решений о внедрении технологий и стратегий самообслуживания?



Таким образом, наибольшее влияние при принятии такого рода решений имеет высшее руководство в Германии.

В каких по размеру call-центрах высшее руководство наиболее influentially при принятии решения о внедрении технологии и стратегии самообслуживания?

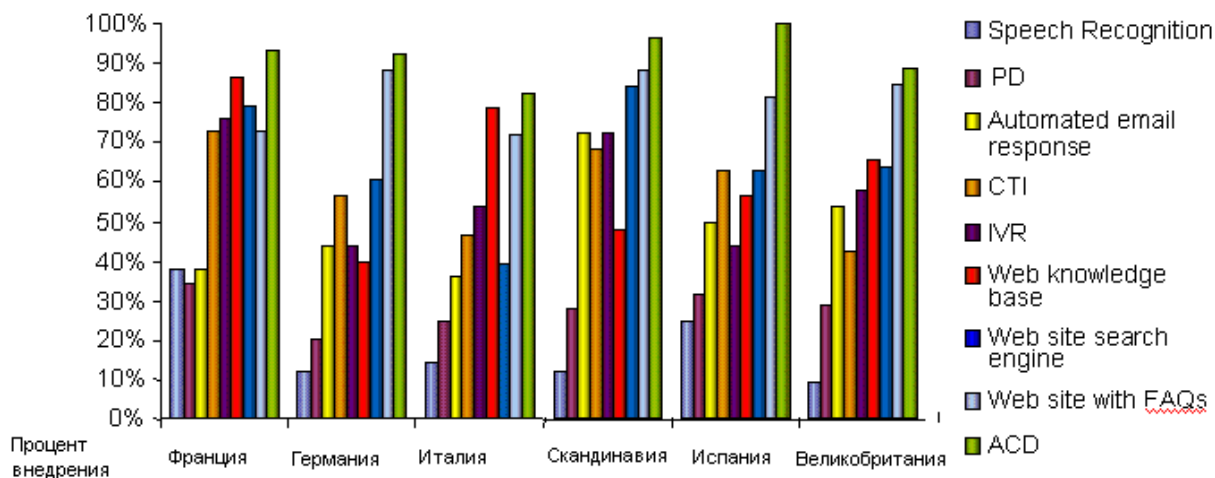


Так высшее руководство при принятии решений имеет большее влияние в очень малых (до 30 операторов) и очень больших (более 250) call-центрах.

Какие технологии в настоящее время внедрены в call-центрах или каковы перспективы их внедрения в ближайшие 6 месяцев? (по шкале от 1 до 4).

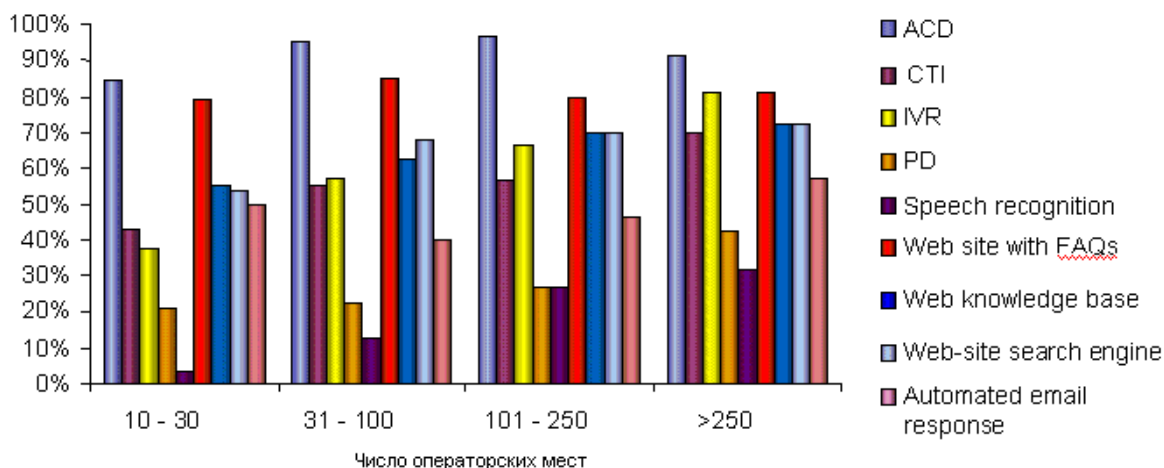
Технология	Внедрена	Шанс внедрения в ближайшие полгода
ACD	91%	2,1
CTI (Computer Telephony Integration)	55%	1,9
IVR (Interactive Voice Response)	59%	1,7
PD (Predictive Dialer)	28%	1,3
Speech Recognition	17%	1,5
Website with FAQs or product information	81%	2,1
Web knowledge database	64%	1,7
Website search engine	65%	1,6
Automated email response	49%	1,8

На следующей диаграмме показана степень внедрения технологий в рассматриваемых странах.



Можно сделать вывод, что распознавание речь имеет наибольшее распространение во Франции и Испании.

Далее такое же исследование было проведено исходя из размера call-центра.



Респондентам был задан вопрос о том, насколько эти технологии дают возможность самообслуживания.

	Насколько дает возможность самообслуживания
Website with FAQs or Product Information	83%
Website Search Engine	79%
IVR (Interactive Voice Response)	75%
Web Knowledge Database	73%
Automated Email Response	65%
CTI (Computer Telephony Integration)	61%
ACD (Automatic Call Distributor)	58%
Speech Recognition	55%
HR Applications	52%
Sales Force Automation	50%
PD (Predictive Dialer)	28%

Распространение технологий самообслуживания в Германии ниже, чем в других европейских странах. Из-за жесткого регулирования немецкого рынка, технология «Predictive dialers» признана бесперспективной.

В Скандинавии получили большее распространение такие продвинутое технологии как Web и Распознавание речи. Что касается Испании, то здесь скорее Распознавание речи.

Опрос менеджеров call-центров показал, что технологии, предполагающие исходящие вызовы, не признаются важными.

Интерес к технологиям самообслуживания тем больше, чем крупнее call-центр.

Осведомленность о технологиях самообслуживания выше в call-центрах таких сфер, как туризм, аутсорсинг и коммунальные службы. Государственный сектор проявляет наименьшую активность в применении технологий самообслуживания.

Также респондентам был задан вопрос о том, какой бюджет имеется для внедрения технологий самообслуживания. Оказалось, что бюджет на 2004 год в среднем составляет 3,7 миллионов долларов.

Далее респондентам был предложен ряд вопросов по технологии IVR. Им дали следующий список утверждений об этой технологии и попросили оценить степень своего согласия с ними (2 – согласен в большей степени). Результаты оказались следующими.

Утверждение	Поставили "1"
IVR-система позволяет повысить удовлетворенность клиентов	27%
IVR снижает затраты	22%
Заказчики предпочитают получить немедленный ответ от системы, а не ждать ответа живого оператора	19%
	Поставили "2"
IVR, в основном, только коммутирует вызовы	29%
IVR снижает затраты	26%
Позволяет быстрее достичь окупаемости	22%

Наши заказчики предпочитают получить немедленный ответ от IVR-системы, чем ждать ответа оператора	
По данным опросов заказчиков	66%
На основе личного мнения	42%
Есть сомнения на предмет технологии IVR и ее преимуществах	
Пока никто не рассказал о достоинствах технологии	30%
Предпочитаю другие технологии	57%
Предпочитаю избегать ее использования	26%
IVR повышает удовлетворение клиентов	
У меня есть данные, подтверждающие это	46%
У меня есть обратная связь с клиентами	42%
На основе личного мнения	38%

IVR снижает затраты	
У меня есть данные, подтверждающие это	69%
У меня есть обратная связь с клиентами	17%
На основе личного мнения	30%
IVR, в основном, только маршрутизирует вызовы	
Это все, что надо	63%
Не было проведено исследований, позволяющих использовать ее в более сложных целях	16%
Я не в курсе других возможностей IVR	24%
IVR позволяет повысить окупаемость	
У меня есть данные, подтверждающие это	59%
У меня есть обратная связь с клиентами	18%
На основе личного мнения	23%

Далее было исследовано мнение респондентов о технологии распознавания речи.

Поставили "1"	
Я не знаком с технологией распознавания речи и ее использованием	31%
Мои клиенты предпочитают немедленный ответ машины вместо ожидания ответа "живого" оператора	22%
На мой взгляд, технология распознавания речи далека от реальности	18%
Поставили "2"	
На мой взгляд, технология распознавания речи далека от реальности	35%
Распознавание речи позволяет повысить окупаемость	28%
Внедрение технологии речи слишком дорого для нашей компании	21%

Мои клиенты предпочитают немедленный ответ машины вместо ожидания ответа "живого" оператора	
Подтверждающие это данные	38%
Обратная связь от клиентов	42%
Личное мнение	46%
Я не знаком с технологией распознавания речи и ее использованием	
Никто не рассказал о преимуществах	21%
Предпочитаю другие технологии	62%
Предпочитаю избегать использования этой технологии	33%
На мой взгляд, технология распознавания речи далека от реальности	
На основе непосредственного опыта	47%
На основе отчетов других	42%
На основе собственных исследований	31%

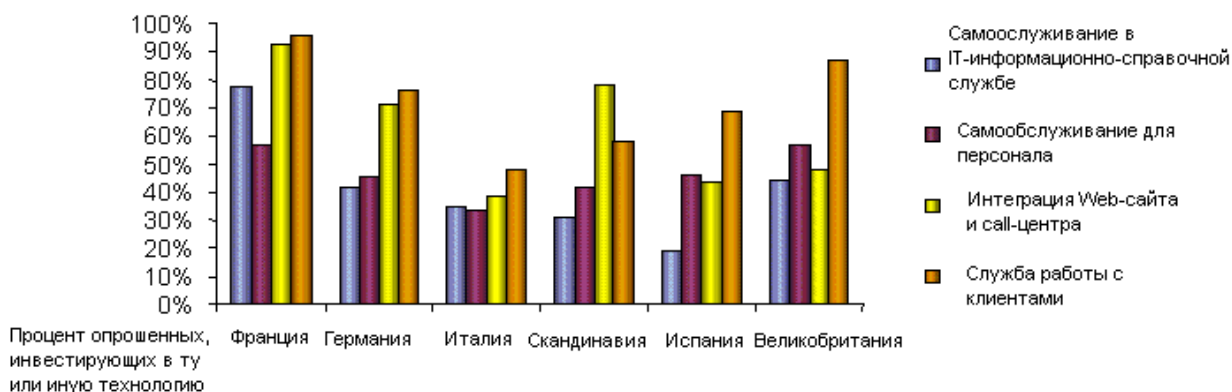
Внедрение технологии речи слишком дорого для нашей компании	
На основе непосредственного опыта	44%
На основе отчетов других	4%
На основе собственных исследований	52%
Распознавание речи позволяет повысить окупаемость	
Подтверждающие это данные	57%
Обратная связь от клиентов	6%
Личное мнение	44%

Кроме того, в ходе исследования было изучено мнение респондентов на роль Web сайта компании.

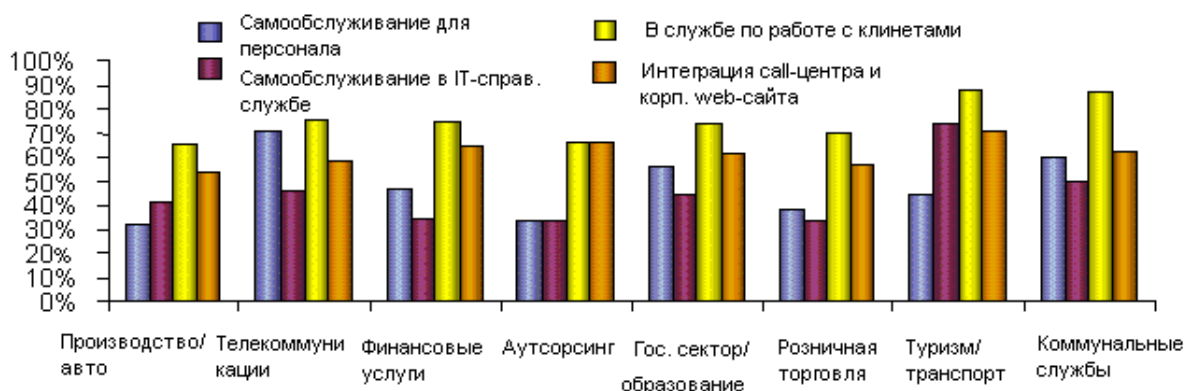
	Поставили "1"	Поставили "2"
Наши клиенты предпочитают получить информацию на web-сайте компании, чем ждать ответа оператора	28%	3%
Наш корпоративный сайт обслуживает потребности наших заказчиков	51%	18%
Ряд вопросов клиентов по продуктам, услугам и биллингу решается обычно с помощью только web-сайта	10%	22%
Наш web-сайт интегрирован с контакт-центром	11%	57%

Далее исследователи попытались определить приоритеты инвестиционной политики в области систем самообслуживания.

Первыми были представлены результаты по странам.



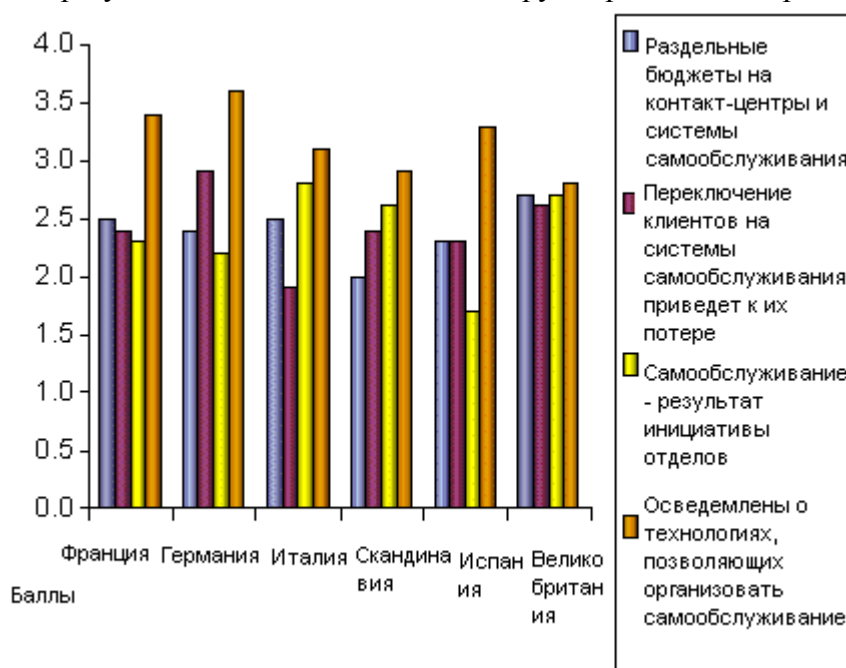
Потом те же результаты были сгруппированы по сферам деятельности call-центров.



Дальше респондентам предложили оценить следующие утверждения по 4-бальной шкале: 1 – совершенно не согласен, 2 – не согласен, 3 – согласен, 4 – полностью согласен.

Утверждение	Оценка
Там, где внедрены технологии самообслуживания, это результат инициативы отдельных департаментов, а не компании в целом	2,5
У нас два отдельных бюджета на контакт-центр и системы самообслуживания	2,4
Переключение некоторых клиентов на системы самообслуживания приведет к их потере	2,4
Я осведомлен о технологиях, которые позволяют организовать процесс самообслуживания	3,1

Далее результаты исследования были сгруппированы по странам:



Степень осведомленности о технологиях оказалось высокой во всех исследуемых странах.

Далее целью исследователей было выяснить, какие возможности имеются в исследуемых call-центрах.

И в случае отсутствия той или иной возможности, предлагалось оценить степень заинтересованности в ней по шкале от 1 до 4 (1 – не интересно, 4 – очень интересно). Результаты были следующими.

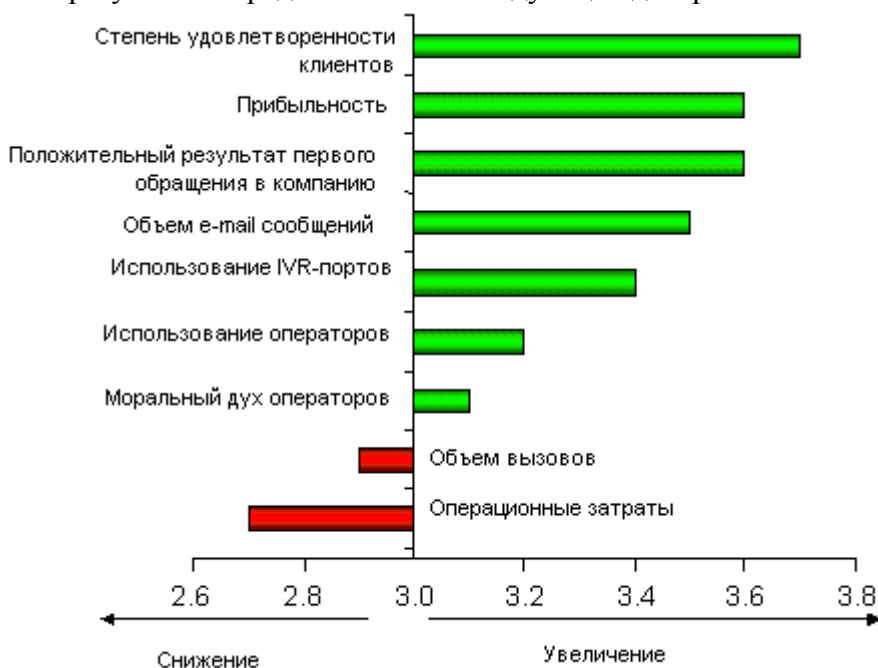
Телефонный доступ к автоматизированной информации о продуктах и услугах	43%	1,8
Доступ пользователей через Web к автоматизированной информации о продуктах и услугах	84%	2,8
Телефонный доступ к информации об остатке на счете	39%	1,7
Доступ пользователей через Web к информации об остатке на счете	57%	2
Оплата счетов через Web	53%	1,9
Оплата счетов по телефону (с использованием IVR)	24%	1,5
Автоматический ответ на запрос клиента по e-mail	47%	2
Возможность заказа или совершения транзакций через Web	61%	2,1
Возможность заказа или совершения транзакций по телефону	39%	1,7
Автоматическое уведомления клиентов об изменении продуктового ассортимента по e-mail	55%	2,4
Автоматическое уведомления клиентов об изменении продуктового ассортимента по SMS	23%	1,7
Возможность продавцов получать удаленный доступ к SFA-информации	50%	1,7
Возможность доступа к системе управления персоналом	46%	1,7

Респондентам предложили оценить эффект за счет использования систем самообслуживания.

Система оценок была следующая: 1- существенное снижение, 2 – небольшое снижение, 3 – без изменений, 4 – небольшое увеличение, 5 – существенное увеличение.

Объем звонков	2,9
Объем e-mail сообщений	3,5
Использование IVR-портов	3,4
Использование операторов	3,2
Моральный дух операторов	3,1
Результат первого звонка	3,6
Операционные затраты	2,7
Прибыльность	3,6
Степень удовлетворенности клиентов	3,7

Эти результаты представлены на следующей диаграмме.



Далее была рассмотрена степень снижения операционных затрат в зависимости от размера call-центра.



Таким образом, чем больше call-центр, тем больше экономия. В малых call-центрах (до 30 операторских мест) внедрять системы самообслуживания невыгодно.

Респонденты из Италии и Франции отметили повышение операционных затрат. Французы, немцы и итальянцы заявили об увеличении или неизменности уровня вызовов. Испанцы считают, что внедрение систем самообслуживания приводит к снижению морального духа операторов. Испанцы, немцы и итальянцы также полагают, что это ведет к уменьшению использования труда «живых» операторов.

Кроме разделения результатов по странам исследователи попытались соотнести их с областями деятельности call-центров. Оказалось, что сфера аутсорсинга, а также государственный и производственные сектора не могут констатировать снижение операционных затрат.

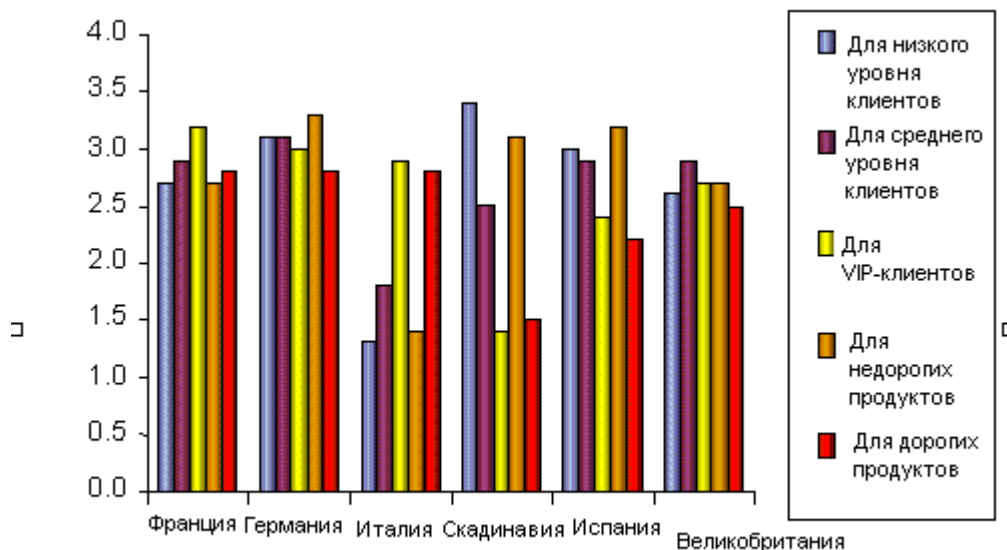
Сферы аутсорсинга и финансовых услуг отмечают увеличение объема вызовов.

Сектор коммунальных услуг заявляет об отсутствии изменений показателя степень удовлетворенности потребителей, тогда как по всех остальных показателям наблюдается рост.

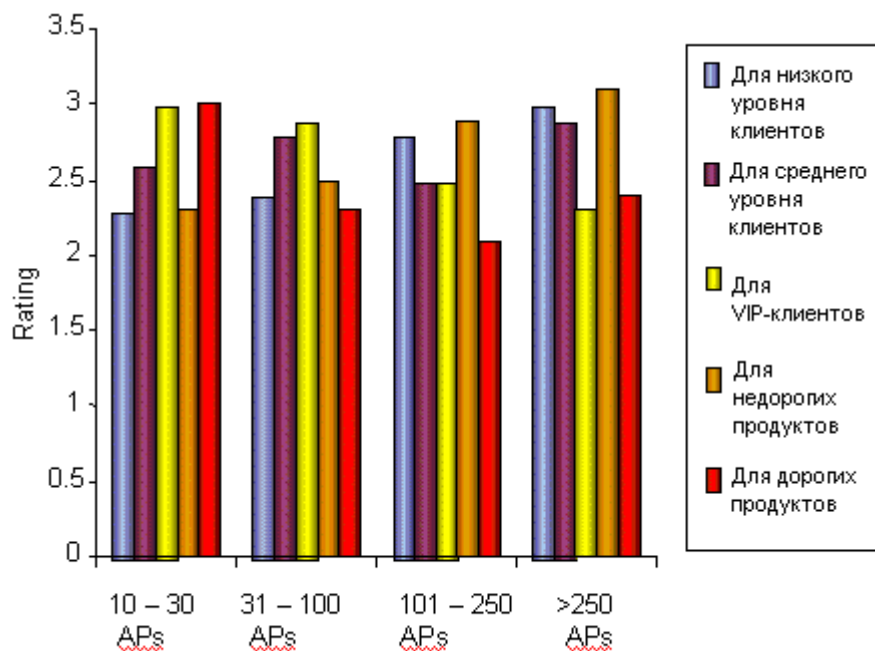
Потом респондентам была предложена обратная задача – расставить приоритеты достижения тех или иных целей при внедрении технологий самообслуживания по шкале от 1 до 4, где – 1 – самый низкий приоритет, 4 – самый высокий. Результаты были следующими.

Снижение объема звонков	2,3
Снижение объема e-mail запросов	2,1
Увеличение использования IVR-порта	2,4
Увеличение использования труда операторов	2,4
Повышение морального духа операторов	2,8
Увеличение числа положительных результатов первого обращения в компанию	3,2
Снижение операционных затрат	3,3
Повышение прибыльности	3,4
Повышение уровня удовлетворенности клиентов	3,6

При внедрении системы самообслуживания для работы с какими клиентами и для продвижения какого рода продуктов предполагается ее использовать. Ответы были следующими.



Далее те же результаты были представлены в зависимости от размера call-центра.

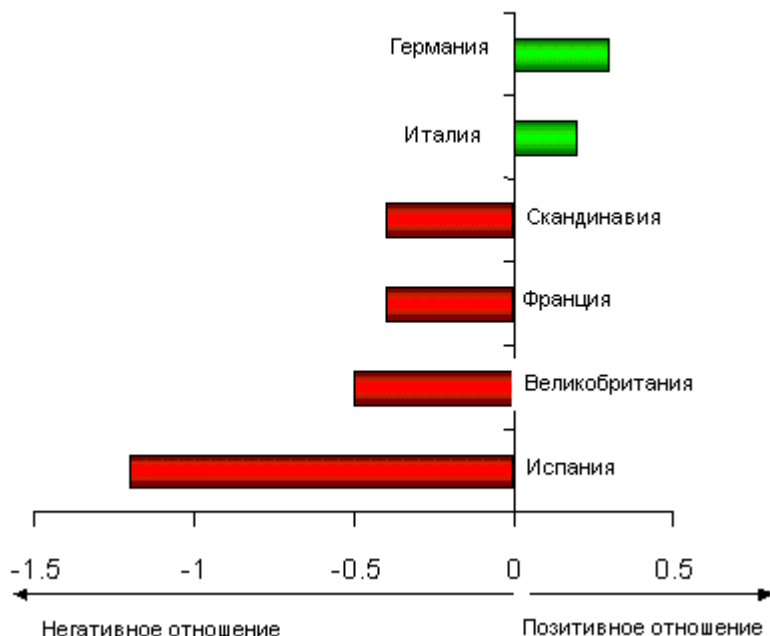


Кроме того, результаты были представлены по сферам деятельности call-центров. Оказалось, что при внедрении систем самообслуживания государственный сектор, финансовый сектор, сектор розничной торговли и производства ориентируется на VIP-клиентов.

Сектор коммунальных услуг, а также туризма и транспорта – на клиентов низкого уровня. Для продвижения дорогостоящих продуктов и услуг внедряют системы самообслуживания сектор производства, государственный сектор и сектор розничной торговли.

Что касается call-центров, действующих в сфере телекоммуникаций, финансовых услуг, аутсорсинга, туризма и коммунальных услуг, то они предполагают использовать системы самообслуживания для продвижения недорогих продуктов.

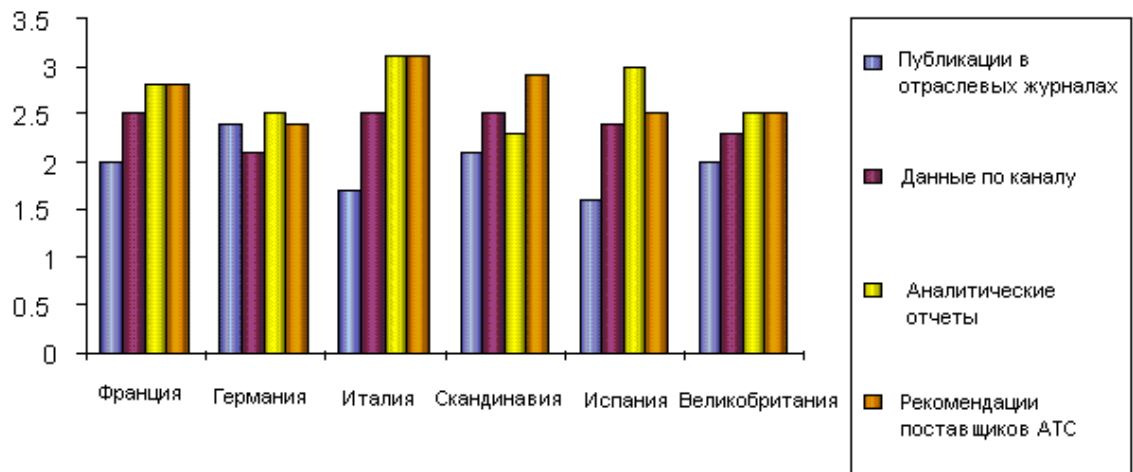
Следующая диаграмма показывает отношение к системам самообслуживания в разных странах.



Также специалисты Datamonitor поинтересовались тем, каковы, с точки зрения респондентов, основные движущие силы при внедрении систем самообслуживания. Мнения разделились следующим образом.

	Поставили "1"	Поставили "2"
Своевременность поддержки	41%	7%
Отсутствие взаимодействия с "живыми" людьми	6%	5%
Сокращение времени ожидания	39%	39%
Снижение стоимости обслуживания вызова	14%	49%

Последним вопросом, интересовавшим исследователей, было то, какие критерии являются определяющими для компаний при выборе поставщика системы самообслуживания.



Традиционно результаты были представлены также по сферам деятельности call-центров.

