

Спасибо за звонок

Наталья Жилкина, научный редактор «Журнала сетевых решений/LAN»
LAN, #05/2003

В большинстве случаев центры обработки вызовов не приносят прямой прибыли, но являются мощным средством удержания клиентов и привлечения новых, а также позволяют снизить расходы компании и быстро реагировать на изменение спроса.

Когда недавно мне пришлось обратиться в справочную службу по поводу расписания рейсов одной из авиакомпаний, приятный женский голос осведомился о пункте отправления, месте назначения и дате вылета. Приняв вызов, мне повторили сообщенную информацию и попросили ее подтвердить. После утвердительного ответа и трехсекундной паузы были перечислены все имеющиеся на выбранный день рейсы с указанием наличия мест и стоимости билетов в экономическом и бизнес-классе. Тронутая нежданной расторопностью и теплотой голоса на другом конце провода, я принялась благодарить, не сразу сообразив, что имею дело с системой интерактивного речевого ответа (Interactive Voice Reply, IVR) центра обработки вызовов, в которую интегрирована интеллектуальная система синтеза речи (отдельные фрагменты речи были предварительно надиктованы и записаны в базе данных, а логика приложений указывала, какой файл надо воспроизвести).

Предоставленная мне услуга примерно так же отличалась от привычного обращения в иные справочные службы города, как, скажем, обслуживание в магазинах уровня Mark&Spenser или MEXX от «ненавязчивого сервиса» советской торговли, когда в центре внимания был не клиент, а продавец. Рыночная экономика внесла свои коррективы: усиление конкуренции заставило обратиться к зарубежному опыту, в арсенале которого имеется действенное средство завоевания симпатий клиентов, их удержания и привлечения новых, а также сокращения расходов. Речь идет о центрах обработки вызовов, или операторских центрах (call center, contact center). Это изобретение маркетологов, социологов, инженеров, программистов пользуется на Западе большой популярностью (см. врезку «Аналитическая мозаика»), укоренилось оно и на российской почве.

ПОКА НА ДВОРЕ ЗОЛОТЫЕ ДЕНЬКИ

Технология построения центров обработки вызовов относится к прикладной области компьютерной телефонии и представляет собой вполне зрелое решение со сформировавшимся рынком и хорошей динамикой роста. Оказываемые ими услуги в первую очередь нацелены на привлечение новых клиентов и удержание старых, поэтому в бюджете компаний они представляют статью расходов, хотя некоторые предлагают и платные услуги. Между тем, даже не принося дохода в явном виде, косвенно центры обработки вызовов весьма интенсивно влияют на показатели деятельности предприятий, решившихся на их инсталляцию, и, как показывает практика, довольно быстро окупаются (согласно отечественному опыту, средний срок возврата инвестиций составляет от девяти месяцев до двух лет). Кроме того, развитые средства контроля и отчетности по всем обращениям клиентов предоставляют богатейший аналитический материал, позволяющий вести корабль бизнеса строго в фарватере стратегического планирования.

Прототипом подобного центра можно считать интеграцию телефонных станций с системой автоматического распределения вызовов (Automatic Call Distribution, ACD). Первые центры обработки вызовов стали строиться именно на базе таких решений, но существенно от них отличались с точки зрения функциональных возможностей. Едва

появившись, данная концепция быстро обрела успех. В США рост популярности подобных центров пришелся на середину 1980-х гг., а пик спроса наблюдался в 2000 г. Кризис отрасли электронной коммерции (dot-com), а затем события 11 сентября 2001 г. замедлили темпы роста этой отрасли: в США количество новых инсталляций операторских центров в 2002 г. примерно соответствовало уровню 2000 г.

В настоящее время около 4% трудоспособного населения этой страны занято в индустрии по оперативному обслуживанию клиентских запросов. По данным компании Datamonitor, число агентских мест операторских центров в регионе ЕМЕА увеличилось с 1,3 млн. в 2001 г. до 1,8 млн. в 2002 г., среднегодовой темп роста в сложных процентах (CAGR) составил 7%. Самый крупный рынок операторских центров в регионе ЕМЕА — в Великобритании, где 2,2% трудоспособного населения работают в данной отрасли, что вдвое выше аналогичного показателя всей Объединенной Европы. А наиболее быстро рынок центров обработки вызовов развивается в Чешской Республике.

Стимулом к появлению операторских центров стала потребность в оперативной обработке больших потоков входящих звонков в крупные торговые компании, типичным примером может служить организация «горячих линий». Первые операторские центры предоставления информационных услуг по телефону на американский манер стали называться call-центрами. Со временем, когда способы приема, обработки запроса и выдачи клиенту ответа перестали ограничиваться рамками телефонной связи, название трансформировалось, и теперь центры обработки вызовов принимают запросы по телефону, электронной почте, через интерфейс Web, в рамках сеанса текстового диалога (chat) или по факсу и потому называются контакт-центрами. Причем не имеет значения, в каком виде пришло обращение (телефонный звонок или электронный запрос), — в любом случае оно будет обработано немедленно.

В России массовое внедрение операторских центров началось существенно позже, а количество их инсталляций в нашей стране не сопоставимо с числом соответствующих внедрений в США и Европе, однако эксперты отмечают, что именно сейчас у нас начинается «золотой век» этой технологии: по данным Datamonitor, российский рынок — второй по темпам роста в регионе ЕМЕА. При этом наиболее динамично развивающийся сектор рынка представляют центры обработки вызовов малого и среднего масштаба. По прогнозам данной компании, наиболее востребованными будут центры, рассчитанные на 30—100 агентских мест (12% ежегодного прироста), далее следуют центры на 10—30 агентских мест (7,5%). В целом же до 2007 г. ожидается рост на 92%. Одна из причин такой активности заключается в том, что с финансовой точки зрения технология становится все более доступной для малых и средних предприятий.

Крупными игроками рынка операторских центров традиционно считаются основные производители телекоммуникационного оборудования. — Nortel Networks, Avaya, Ericsson, Alcatel, Siemens, а также Mitel Networks, Cintech, Aspect Communication и ряд других. У компании Avaya более 22 тыс. установленных по всему миру операторских центров — во многих странах мира эта компания держит первенство по числу инсталляций и количеству операторов. Лидирующие позиции в 2001 г. по количеству новых инсталляций и числу вновь созданных операторских мест в США принадлежали компаниям Nortel Networks, Avaya и Cintech.

На российском рынке, кроме того, хорошо известны продукты Genesys Telecommunications Laboratories (теперь подразделение Alcatel) и Infra Telesystems, а также ряда российских компаний. В конце апреля отечественная компания Forte-IT представила эффективное недорогое решение — центр обработки вызовов Call-o-Call, на базе которого реализована абонентская служба торгового дома «Мир».

Компания «Беркут» из Санкт-Петербурга разработала конвергентное решение Call Center CRM на базе собственной коммутационной платформы. Как утверждается, данное решение имеет более 50 инсталляций не только в России, но и за рубежом, главным образом в сетях мобильной связи. Среди них центр аутсорсинга московского информационного агентства «Информтел», служба городской скорой помощи Санкт-Петербурга 03, детской психиатрической помощи, экстренной помощи на дорогах 001, а также справочные службы 000, 064, 007.

Интерес производителей отрасли к российскому рынку хорошо иллюстрирует стратегия компании Genesys Telecommunications Laboratories, которая действует как подразделение французского вендора. Инсталляцию ее решений на российском рынке осуществляют партнеры: Adventus, Arlana, Telius (прежде «Транснет») и БПЦ (Банковский производственный центр). В конце апреля был официально представлен новый продукт — программное обеспечение Genesys Express для организации центра обработки вызовов в малых и средних компаниях (около 40 инсталляций уже имеется в Европе, где его внедрение началось полгода назад). Руководство компании рассматривает возможность открыть в 2004 г. представительство в России. Осуществятся ли эти планы, зависит от того, насколько успешно пойдут продажи Genesys Express.

ТОНКИЙ ПОДХОД К КЛИЕНТУ

С точки зрения внутренней организации центр обработки вызовов представляет собой сложный организм. Он опирается на тесную интеграцию самых разнообразных технологий — от систем телефонной коммутации с аппаратно реализованным ядром до сложных серверных приложений. Для построения контакт-центра требуются сетевые и коммуникационные средства, телефонные станции, системы автоматического распределения вызовов ACD, системы интерактивного речевого ответа IVR, системы отчетности и ведения истории клиента, программное обеспечение компьютерно-телефонной интеграции (Computer-Telephony Integration, CTI). Неотъемлемой частью являются предметные и клиентские базы данных, к тому же инфраструктура этих решений оказалась идеальной средой для внедрения систем управления взаимодействием с клиентами (Customer Relationship Management, CRM) — эффективного средства улучшения качества обслуживания.

Один из наиболее важных компонентов — квалифицированная команда операторов. Их работу координирует и контролирует диспетчер, или супервизор, который наделен правом подключаться к разговору и в экстренных случаях даже вмешиваться в него. Контроль со стороны супервизора (мониторинг) позволяет отслеживать любые задержки или отказ в обслуживании, принимать оперативные меры по исправлению ситуации, что заставляет агента всегда быть начеку и работать качественно.

Сценарий обработки входящих (inbound) обращений представлен на Рисунке 1. Прежде всего, осуществляется идентификация клиента. Для абонента с постоянным телефонным номером она может быть произведена с помощью автоматического определения номера (АОН). В режиме тонового донатора возможно использование цифрового кода или номера счета — эта информация выполняет также функции пароля и позволяет идентифицировать абонента. В крайнем случае, ему может быть задан прямой вопрос. Адресаты же электронных сообщений определяются автоматически. Далее звонок направляется системе интерактивного речевого взаимодействия с клиентом IVR (автоответчик) либо передается агенту, причем он уже может видеть контекстную информацию об абоненте на экране компьютера и, при необходимости, способен назвать его сразу же по имени. Однако опыт некоторых американских компаний показывает, что внедрение персонифицированного обращения существенно увеличивает время обслуживания, поскольку клиенты часто начинают интересоваться, откуда известно их имя.

Вместе со звонком агент получает информационную поддержку в виде «всплывающих» на экране карточек (технология Screen Pop-Up) — выбранную из базы данных подсказку со сведениями о клиенте, характере запроса, истории его обращений в компанию, включая перечень платежей и состояние счета. Это заметно сокращает время обработки запроса. При невозможности немедленного ответа во многих центрах предусмотрен режим обратного звонка (call back), чтобы клиент мог оставить голосовое сообщение и информацию о том, как с ним связаться. В некоторых центрах предусмотрен исходящий (outbound) обзвон, позволяющий проводить социологические опросы, маркетинговые акции и проч.

Эффективность работы центра во многом зависит от оптимальности алгоритма, в соответствии с которым спроектирована работа системы распределения звонков. На ранних этапах развития технологии системы ACD перенаправляли звонок первому освободившемуся агенту либо использовали циклический принцип. Однако каждый звонок — потенциальный источник дополнительных продаж, клиент часто бывает нетерпелив, а потерять его — все равно, что сделать подарок своему конкуренту. Поэтому производители непрерывно совершенствуют алгоритмы ACD, принося в них интеллектуальные черты. Например, для клиентов, приносящих компании наибольший доход, создается режим максимального благоприятствования — их звонки обслуживаются в первую очередь. Применяемые в решениях производителей алгоритмы распределения звонков подробно рассмотрены в статье А. Полунина «Технологии операторских центров» в февральском номере «Журнала сетевых решений/LAN» за прошлый год. В зависимости от того, какие задачи стоят перед центром обработки вызовов, поступающие звонки часто квалифицируются по группам, поскольку ответы на вопросы различных групп требуют различной степени подготовки агентов. Последние должны пройти соответствующий тренинг и также быть сформированы в группы по уровню квалификации и специфике решаемых проблем. В правильно организованном центре звонки от абонентов, еще только раздумывающих о приобретении товара, поступают агентам, обладающим способностью к убеждению, а звонки от тех, кто желает отремонтировать уже купленный товар, должны получать операторы, знакомые со спецификой работы ремонтных служб, гарантийного и постгарантийного обслуживания.

Если стандартное программное обеспечение не справляется со специфическими задачами центра, то заказчики, как правило, могут разработать собственные корпоративные правила управления обработкой вызовов, а также создать библиотеку прикладных программ для получения данных из предметной и клиентской баз и пополнения этих баз. Управление алгоритмом обработки вызовов осуществляется с помощью интерфейсов TAPI (от Microsoft), TSAPI (предложен Novell и AT&T для связи УАТС с сервером NetWare), JAPI (совместная разработка компаний Sun Microsystems, Lucent Technologies, IBM и Nortel).

Дороже всего обходится содержание агентов. Поскольку большинство центров не приносит прямую прибыль, их руководство ищет пути снижения затрат, один из которых состоит в автоматизации диалога с клиентом. В качестве спасительного средства часто прибегают к более эффективной с точки зрения операционных затрат системе интерактивного взаимодействия IVR. Однако многие компании уже осознали простую истину: отказ от агента чреват потерей ценных клиентов. Например, не желая прослушивать длинное многоуровневое меню IVR, абоненты нередко немедленно нажимают кнопку «ноль», чтобы переключиться на общение с живым человеком, и испытывают чувство разочарования, если эта опция недоступна. То же самое справедливо и в отношении сложных интерфейсов Web или отнимающих много времени транзакций в режиме реального времени. Потенциальные клиенты часто отказываются от автоматического способа общения и уходят к конкуренту, обеспечивающему более удобный и качественный сервис. В начале статьи приведен пример удачного решения IVR

в продукте Call-o-Call компании Forte-IT с помощью программного модуля и API для распознавания речи SpeechPearl, когда вместо привычного утомительного многоуровневого меню абоненту предлагается диалог. SpeechPearl — первый коммерческий продукт распознавания речи для использования в телефонии, базирующийся именно на русских фонемах. Он выполнен компанией Philips (недавно соответствующее подразделение приобретено компанией ScanSoft).

В каждом операторском центре ведется протокол всех обращений, что позволяет собрать огромный массив бесценной информации (статистическая и агентская базы) для последующего анализа и коррекции стратегии бизнеса. Она помогает определить характер и направленность вопросов, смещение фокуса спроса, интерес к новым продуктам и технологиям, а заодно узнать, какая реклама приносит наибольший доход. Все это способствует оптимальному распределению ресурсов компании и вложению средств в наиболее перспективные направления. Технологии операторских центров, основываясь на непосредственном общении с клиентами и автоматическом учете всех звонков с сохранением их истории, с достаточно высокой степенью точности дают представление о реакции рынка на предпринимаемые компанией шаги.

ВЫБОР АРХИТЕКТУРНОГО СТИЛЯ

Решения по созданию центров обработки вызовов первыми предложили производители телефонных станций. Программное обеспечение для реализации автоматического распределения звонков ACD загружалось на саму станцию. Так реализован операторский центр компании Avaya на базе УАТС Definity. Со временем, когда появилась потребность в более эффективной организации рабочего места оператора и расширении его функциональности (возможность обращения к базам данных, «всплывающие окна» и т. д.), станция Definity со встроенной в нее системой распределения вызовов ACD стала выполнять роль центрального коммутационного ядра, а для доступа к внешним приложениям было реализовано обращение к серверу СТИ с функциями компьютерно-телефонной интеграции.

По мере появления потребности в иных видах контактов — посредством электронной почты, с помощью страницы Web через Internet и т. п., создание контакт-центров пошло в направлении интеграции существующих центров по обработке телефонных вызовов с дополнительным программным и аппаратным обеспечением. Так, к примеру, ПО для инсталляции мультимедийного центра контактов Avaya Multimedia Contact Center состоит из двух компонентов: Avaya Interaction Center (средство обработки мультимедийных сообщений) и Operational Analyst (бизнес-статистика). Одно из архитектурных решений операторского центра на базе телефонной станции приведено на Рисунке 2.

Там, где работы по созданию центров обработки вызовов начинались с нуля (green field), предпочтение нередко отдавали иному архитектурному решению — на базе технологии пакетной коммутации. Именно по такому пути пошла компания Cisco. В решении Cisco IP Contact Center (IPCC), на базе архитектуры Cisco AVVID функции коммутирующей среды выполняет сама сеть IP с использованием возможностей протокола H.323 для передачи медиа-потокa между узлами компьютерной сети. Все компоненты центра реализованы с помощью серверов приложений, именно они работают с управляющей информацией и медиа-потокaми и взаимодействуют с базами данных. Ядром IPCC служит программный комплекс Intelligent Contact Manager (ICM) — набор программных приложений, где реализована вся логика центра. В состав ядра входят, в частности, периферийные шлюзы, которые обеспечивают связь между частями IPCC и его ядром, и сервер СТИ, формирующий и передающий на рабочее место агента контекст запроса и информацию о клиенте из корпоративной базы данных. Кроме того, в состав IPCC входит подсистема IP-телефонии Cisco (Call Manager, IP-телефоны, шлюзы VoIP),

автоматизированное рабочее место оператора, система интерактивных меню Cisco IP IVR, а также компоненты для обработки обращений через Web или по электронной почте. Продукт Cisco IP Contact Center (IPCC) совместим как с технологией IP, так и с традиционными телефонными станциями и часто находит применение в распределенной архитектуре операторских центров, когда в головном офисе компании решение базируется на имеющейся телефонной станции, а в филиалах — на сети IP.

Компания IPSoft разработала недорогое решение IPSoft Contact Center, обеспечивающее эффективную организацию рабочего места оператора на платформе Cisco IPCC с интеграцией систем CRM.

Еще один подход, который реализовала компания Genesys Telecommunications Laboratories, представляет собой аппаратно-независимое программное решение в клиент-серверной архитектуре. Программный продукт Genesys Expert обеспечивает полный перечень развитых возможностей контактов с абонентами даже без использования адаптера СТИ. Система способна функционировать как на базе телефонных станций (практически любого производителя), так и в сетях с коммутацией пакетов, позволяя обрабатывать голосовые обращения с IP-телефонов и мультимедийных компьютеров. Агент может воспользоваться любым типом телефона (аналоговым, цифровым и даже сотовым), благодаря чему агентское рабочее место можно организовать где угодно, не обязательно в офисе.

Основанное на схожей архитектуре решение представила и российская компания Forte-IT в конце апреля в Москве. Аппаратной платформой послужили серверное шасси и платы расширения известного разработчика промышленных стандартов компьютерной телефонии — компании Intel Dialogic. (В 1999 г. Dialogic была приобретена компанией Intel.) Широкий набор специализированных плат представляет собой открытую платформу для сопряжения компьютера с телефонной сетью и позволяет строить самые разнообразные конфигурации решений для конкретных нужд заказчика. Компания Forte-IT предлагает готовое решение Call-o-Call. Следующая версия, выход которой ожидается в конце лета, будет поддерживать доступ абонентов через Web. Система универсальна и обеспечивает сохранение уже вложенных средств, поскольку может быть построена как при помощи любой телефонной станции (например, Meridian 1), так и без нее, а расширение конфигурации достигается путем добавления новой платы. Решение разработано на базе собственного высокоуровневого связующего (middleware) программного обеспечения (оно поставляется с готовой системой), а в процессе эксплуатации заказчик может самостоятельно изменять бизнес-логику обработки запроса, написав собственные сценарии.

Американская компания Cayo Communications предлагает решения для небольших и средних компаний. Поставляемые для отечественного рынка системы полностью русифицированы и включают такие сервисы, как распознавание и синтез русской речи.

Центр обработки вызовов Call Centre CRM компании «Беркут» принимает обращения по стандартному интерфейсу E-1 и осуществляет их интеллектуальную маршрутизацию. Технология реализации позволяет интегрироваться с информационными базами и любым коммутационным и биллинговым оборудованием без дополнительных затрат.

Из российских разработок следует отметить также инструментарий SPM компании Telius, который позволяет создавать полноценные центры обработки вызовов для оказания таких телефонных услуг, как классические приложения IVR, голосовая почта, телеголосование, телефонные кредитные и дебетовые карты. Решение базируется на платах Dialogic, NMS и пригодно не только для телефонных станций, но и для среды IP.

Центры обработки вызовов на базе классической (TDM) телефонии пока существенно преобладают, однако контакт-центры, основанные на технологии IP, — один из наиболее быстро растущих сегментов рынка. По данным аналитической компании Datamonitor, в настоящее время примерно 4% всех центров в США, Канаде и регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) построены на основе архитектуры IP. Аналитики предсказывают, что популярность таких операторских центров начнет стремительно возрастать: к 2007 г. их число в последнем регионе утроится. При этом большая часть инсталляций — более 60% — по-прежнему будет осуществляться на наиболее крупных рынках Великобритании, Германии и Франции. Более того, как утверждают специалисты Datamonitor, доходы от продаж традиционных систем распределения звонков вскоре начнут снижаться — сначала в США и Канаде, а затем в регионе EMEA. Между тем за период с 2002 по 2007 гг. рынок центров обработки вызовов на базе IP вырастет от 48 до 238 млн долларов, среднегодовой темп роста (в сложных процентах, CAGR) достигнет 37,5%. В регионе EMEA эксперты прогнозируют рост доходов на рынке IP-центров обработки вызовов с 23 млн долларов в 2002 г. до 211 млн долларов в 2007 г., а показатель CAGR составит 55% за пять лет.

Аналитики также указывают, что, вероятнее всего, в крупных компаниях переход на IP будет осуществляться в два этапа: сначала сеть IP прокладывается для корпоративного офиса, а затем, когда технология опробована и понятна, на ее основе создается операторский центр. По оценке Datamonitor, число центров на базе IP в регионе EMEA увеличится с 1168 в 2003 г. до 4558 в 2007 г., при этом показатель CAGR за четырехлетний период составит 55%. В Северной Америке количество IP-центров обработки вызовов возрастет с 1593 в 2002 г. до 7487 в 2007 г. Соответствующий показатель CAGR за пять лет достигнет 36%.

АУТСОРСИНГ

Один из наиболее быстро растущих сегментов рынка центров обработки вызовов — аутсорсинг (Outsourced Contact Center, OCC). В 2000 г. в США число агентских мест в центрах аутсорсинга приблизилось к 11,3% от общего числа таких мест в центрах обработки вызовов. По прогнозам аналитиков Datamonitor, ежегодный рост рынка услуг аутсорсинга на период с 2000 по 2005 гг. составит 6%, и к 2005 г. центрам аутсорсинга будут принадлежать 13,4% от всего рынка операторских центров. Их услугами пользуются компании, работающие в самых разнообразных областях: в образовании, здравоохранении и фармацевтике, индустрии развлечений, сфере коммунальных услуг. В центрах обработки вызовов размещают свои заказы некоторые правительственные и финансовые организации, предприятия розничной торговли, технологические, страховые и туристические компании, предприятия телекоммуникационной отрасли и транспорта.

Чем привлекателен аутсорсинг? Основная причина передачи обслуживания контактов с клиентами на аутсорсинг заключается в желании компании сосредоточиться на основном бизнесе, а ведение непрофильных дел передать сторонней организации. Если у заказчика налаженный бизнес и в ближайшее время размер компании вряд ли изменится, то предпочтительнее сделать капитальные вложения и построить собственный (in-house) центр. В том случае, когда заранее трудно предугадать, каковы будут масштабы бизнеса, либо для развития компания нуждается в разовых или сезонных маркетинговых акциях, разумнее прибегнуть к услугам стороннего центра обработки вызовов. Причем расходы на аутсорсинг часто не превышают затраты на эксплуатацию собственного центра, а иногда бывают заметно ниже. За счет оптимального использования агентов на различных потоках вызовов экономится до 30% времени, ресурсов и денег. Однако далеко не все компании готовы доверить работу с клиентами посредникам. Подобную возможность отвергают организации со строгой политикой информационной безопасности: банки, финансовые учреждения и даже торговые компании, для бизнеса которых несанкционированный

доступ в клиентскую базу данных со стороны конкурента может оказаться разрушительным. Ведь заказчик услуг операторского центра доверяет ему самое важное — своих клиентов и репутацию. Поэтому практикуется и такая форма работы, как лизинг — аренда аппаратных ресурсов центра обработки вызовов.

Наибольшее число центров аутсорсинга — в США и Европе (Германия, Франция). К тому же для компаний из Северной Америки и стран Европы услуги по аутсорсингу операторских центров предлагают сторонние провайдеры из Канады, стран Карибского бассейна, Индии, Ирландии, Филиппин, что во многом объясняется более низкой стоимостью оплаты труда в этих регионах. Изменения, происходящие на рынке аутсорсинга, касаются, прежде всего, увеличения сроков контрактов и укрупнения самих центров, предоставляющих полный спектр услуг, включая CRM, и всевозможные виды взаимодействия. Из общего числа контакт-центров, выполняющих заказы сторонних организаций, 35% имеют более 5 тыс. агентов, 25% — от 2 до 5 тыс. агентов, более 40% — от 1 до 2,5 тыс. агентов.

В нашей стране передача функций центров обработки вызовов на аутсорсинг практикуется достаточно активно. Хорошей иллюстрацией служит расширение сферы деятельности компании Vallex. Этот многопрофильный холдинг состоит из расположенных по всему миру компаний, специализирующихся в разнообразных сферах деятельности: в косметической отрасли, медицине, металлургии, услугах связи (компания, к примеру, предоставляла связь первому в России Internet-магазину). Имея опыт четырехлетней работы в качестве оператора связи, руководство Vallex приняло решение открыть в Москве коммерческий операторский центр на базе Cisco IPCC, действующий на принципах аутсорсинга и обслуживающий до 60 вызовов одновременно. Для сторонних компаний центр организует круглосуточные «горячие линии», диспетчерские и справочные службы, систему заказов и продаж по телефону или электронной почте, обзвон клиентов и актуализацию баз данных, телеголосования, маркетинговые и социологические опросы, виртуальные офисы и проч.

В ближайшем будущем компания планирует создание распределенной сети агентских и управляющих ресурсов центра для выхода заказчиков в регионы. Кроме того, те предприятия, руководство которых намерено построить собственные (in-house) операторские центры, смогут сделать это поэтапно в щадящем режиме на базе центра Vallex, впоследствии перенеся основную нагрузку в свою структуру.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Улучшение качества обслуживания клиентов — один из наиболее действенных рычагов увеличения доходности компании, поэтому, как утверждают эксперты, дальнейшее развитие центров обработки вызовов будет идти по пути интеграции с решениями для управления взаимоотношениями с клиентами различных производителей: Siebel, Oracle, PeopleSoft, SAP, IBM DB2, IBM WebSphere. Сейчас усилия разработчиков направлены на снижение стоимости эксплуатации центров обработки за счет более эффективной организации агентского рабочего места. Еще одно из направлений развития этой технологии связано с уменьшением сроков внедрения благодаря унификации и простоте установки. Тенденцией будущего станет рост числа инсталляций центров обработки вызовов в сетях IP и коммерческих аутсорсинговых центров.

Насколько оправдаются прогнозы аналитиков, покажет только время. Маркетологи хорошо знают, что жизненный цикл продукта или технологии включает стадии становления, зрелости и увядания. Технология центров обработки вызовов переживает период расцвета, причем в Россию эта весна приходит с привычным опозданием, но, с другой стороны, до осени еще далеко.

Врезки:

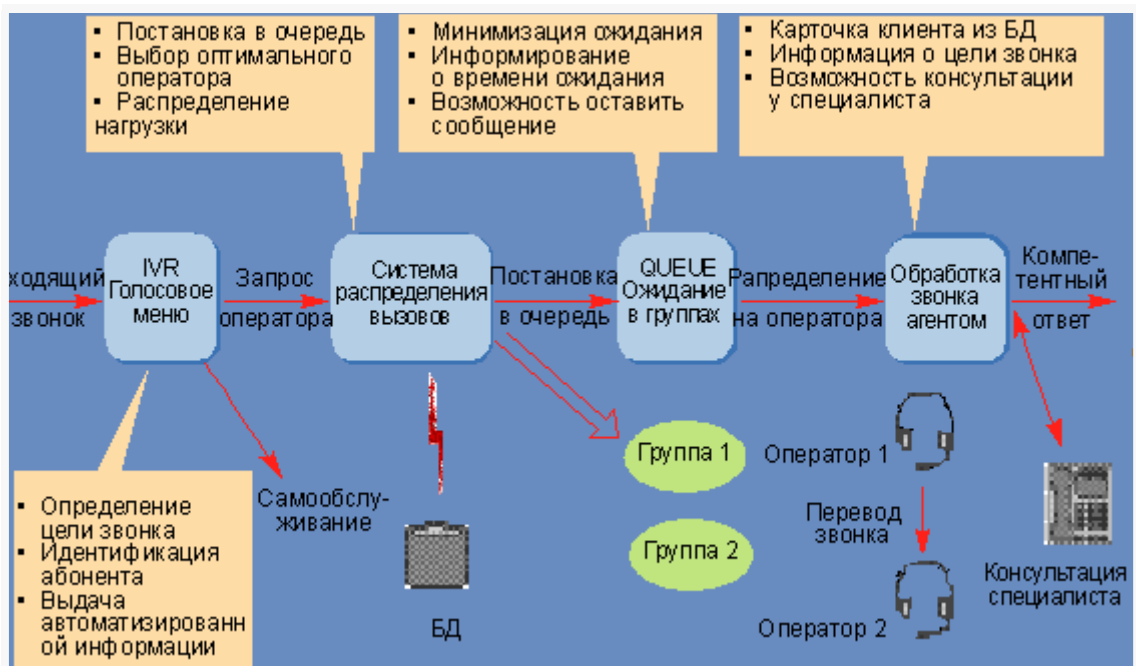


Рисунок 1. Сценарий обработки вызова, применяемый в операторском центре Call-o-Call.

Рисунок 1. Сценарий обработки вызова

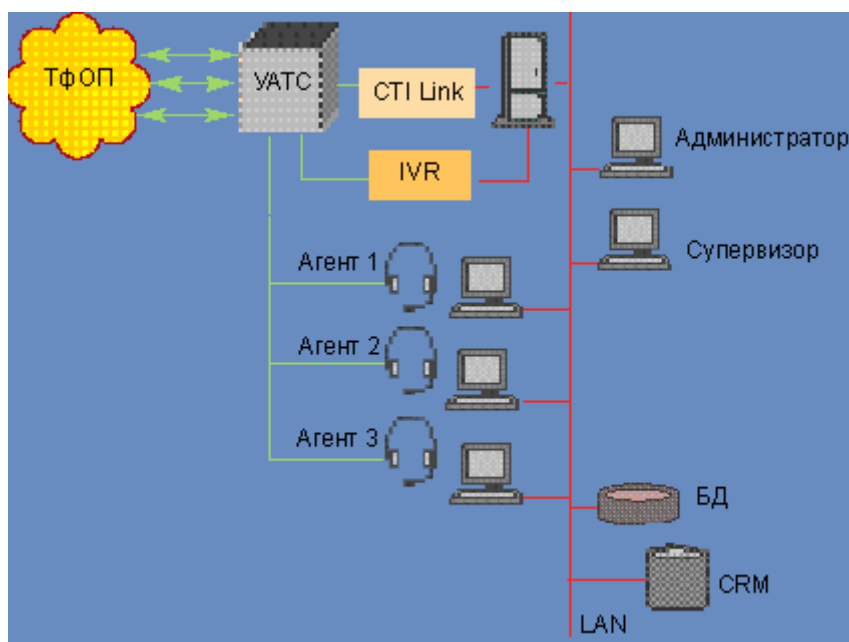


Рисунок 2. Пример центра обработки вызовов на базе телефонной станции.