

RYNEK TELEKOMUNIKACJI



Biznes online

W świecie sprzedaży online czas liczy się w sekundach – tylko kilka chwil dzieli moment wpisania nazwy produktu w wyszukiwarkę i wejścia na stronę sprzedawcy od decyzji konsumenta o finalnym zakupie produktu lub zamówieniu usługi. Brak przejrzystej strony, dobrze działającego e-sklepu, szybkiej możliwości kontaktu z konsultantem przez telefon, formularz lub czat, może doprowadzić do straty klienta, a w dłuższym czasie... utraty płynności biznesu.

Monika Józwiak

Operations Director,
Marketing Master

Sprawnie działająca komunikacja z klientem to podstawa efektywnego e-biznesu. Jednak jak się okazuje, żadne przedsiębiorstwo nie jest w stanie sprowadzić całego procesu obsługi klienta do witryny internetowej.

Telefon w dobie Internetu?!

Równoległe do wyżu popularności e-commerce w marcu tego roku, liczba połączeń telefonicznych wykonanych przez Polaków wzrosła o 100 proc. – jak wynika z rachunków Spicy Mobile. To, jak ważny jest bezpośredni kontakt z klientem i umożliwienie mu od ręki rozwiązania wątpliwości czy uzyskania informacji, pokazują firmy, które natychmiast powołały wirtualne biura telefoniczne. Znane marki, jak np. Vistula czy Wólczanka, ale też ubezpieczyciele czy banki, wręcz zachęcają do kontaktu telefonicznego. W ten sposób ich konsultanci mogą najlepiej dobrać usługę lub towar, w zależności od indywidualnych potrzeb klienta. Zwrot ku „re-

tro” telefonom widać też już bardzo wyraźnie w branży FMCG, gdzie np. wiele sklepów z winem oferuje skompletowanie „skrzynki” na zamówienie, w drodze osobistej konsultacji ze sprzedawcą. Połączenie głosowe to idealne narzędzie dla każdej firmy, by wytworzyć pozytywną, emocjonalną więź z klientem i w oparciu o nią budować oraz personalizować sprzedaż – tak, by obydwie strony były maksymalnie zadowolone z efektów. System, który opracowaliśmy pozwala nie tylko na postawienie wirtualnej obsługi telefonicznej klientów wraz z całym systemem monitorowania połączeń w 72 h, ale także na sprawdzenie skąd dokładnie trafiają do nas klienci. Mamy możliwość dokładnej analizy każdego leada i skuteczności prowadzonych kampanii reklamowych związanych nie tylko z połączeniami telefonicznymi. Szybkie udzielenie informacji przez konsultanta telefonicznego to jednak nie wszystko. Konsument, zmęczony izolacją we własnych domach, dąży do kontaktu z innymi i zbudowania poczucia pewnej „normalności”. Psychologia wspiera renesans roli telefonu w efektywnej sprzedaży.

Szanse i wyzwania związane z wprowadzaniem standardu 5G

Wdrożenie sieci 5G jest jednym z najważniejszych wyzwań w historii branży telekomunikacyjnej. Operatorzy z optymizmem podchodzą do możliwości, jakie stwarza nowy standard transmisji danych. Upatrują w nim możliwości rozszerzenia dotychczasowych usług oraz świadczenia zupełnie nowych. Z drugiej strony należy mieć na uwadze, że korzyści finansowe płynące z możliwości, jakie daje 5G, mogą być ograniczone przez niekontrolowane zużycie energii.

Bartłomiej Raab

country manager na Polskę i kraje bałtyckie, Vertiv

Aby uzyskać maksymalną pojemność, prędkość transmisji danych i kontrolę nad nimi, technologia dostępu radiowego 5G wykorzystuje widmo fal milimetrowych. Są one znacznie mniejsze niż widmo submilimetrowe stosowane w generacjach komórkowych 4G i wcześniejszych.

Czym jest sieć 5G

Ze względu na rozmiar i charakterystykę propagacji fale milimetrowe nie mogą przemieszczać się tak daleko jak tradycyjne fale radiowe i mogą być łatwiej blokowane lub zakłócone przez deszcz, drzewa, betonowe ściany i inne przeszkody. Aby poradzić sobie

z tymi problemami, tradycyjne nadajniki sieci komórkowych, które są zazwyczaj rozmieszczone na dużym obszarze i łączą się z tysiącami użytkowników końcowych, będą musiały zostać przeniesione do mniejszych, gęsto zaludnionych miejsc. Potencjalnie będzie to wymagać od operatorów podwojenia liczby miejsc dostępu radiowego na całym świecie w ciągu najbliższych 10-15 lat. Operatorzy będą również wykorzystywać takie technologie, jak anteny z wieloma wejściami i wyjściami (M-MIMO), aby zoptymalizować transmisję sygnału.

Kiedy można spodziewać się wdrożenia nowego standardu? Większość operatorów telekomunikacyjnych ankietowanych przez Vertiv i firmę 451 Research (68 proc.) nie spodziewa się osiągnięcia całkowitego pokrycia zasięgiem sieci 5G do 2028 r. lub nawet później. 28 proc.

twierdzi, że stanie się to do 2027 r., a tylko 4 proc. – do 2025 r.

W tym aspekcie Ameryka Północna będzie nadawać tempo, a Europa i reszta świata – nadrabiać zaległości. Wprowadzanie rozwiązań 5G w Ameryce Płn. napędzane jest przez tzw. „wielką czwórkę” telekomów: AT&T, Verizon, Sprint oraz T-Mobile. Głównie dzięki ich działaniom region będzie miał największy odsetek wczesnych wdrożeń 5G na świecie. Natomiast prawie połowa północnoamerykańskich firm telekomunikacyjnych przewiduje, że całkowite wdrożenie nowego standardu sieci będzie miało tam miejsce już w latach 2025-2027. Pozostałe regiony, w tym Europa, będą musiały dokonywać ogromnych skoków, aby w krótkim czasie osiągnąć postęp: od niewielkiego, do powszechnego zasięgu.

Szanse dla biznesu

Wraz z rozwojem sieci 5G i zwiększaniem jej zasięgu stanie się ona kluczowym czynnikiem dla zastosowań technologii przetwarzania na krawędzi sieci (edge computing), które wymagają transmisji danych o wysokiej przepustowości i niskiej latencji. Znajdą one zastosowanie w takich

d dziedzinach jak wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, przesyłanie materiałów wideo o wysokiej rozdzielczości ultra HD i HD, cyfrowa opieka zdrowotna oraz inteligentne domy, budynki, fabryki i miasta.

Należy przy tym mieć na uwadze, że wdrożenie technologii 5G będzie najtrudniejszym i wywierającym największy wpływ procesem usprawniania infrastruktury sieciowej, jakiego kiedykolwiek doświadczyła branża telekomunikacyjna. Skala tego wyzwania jest już powszechnie zauważana, podobnie jak potrzeba zapewnienia technologii i usług, których rentowność będzie zagwarantowana dzięki wydajnemu zarządzaniu coraz bardziej rozproszonymi sieciami i łagodzeniu skutków związanych ze zwiększonymi kosztami energii elektrycznej

Wyzwania energetyczne

Rozpatrując korzyści związane z 5G trzeba mieć na uwadze, że bardziej intensywny transfer danych wymaga ogromnej ilości energii elektrycznej. Operatorzy wdrażający 5G muszą więc zwrócić uwagę na dwa aspekty tego przedsięwzięcia: masową łączność bezprzewodową i ogromną ilość energii wymaganą do jej realizacji.

Przedstawiciele telekomów mają tego świadomość. Zdaniem 90 proc. firm telekomunikacyjnych 5G spowoduje wzrost zużycia energii i jej kosztów. W związku z tym są one zainteresowane technologiami i usługami, które zwiększą wydajność. Jest to zgodne z analizami firmy Vertiv, według których przejście na technologię 5G spowoduje zwiększenie całkowitego zużycia energii w sieci o 150-170 proc. do 2026 roku. Wygląda więc na to, że łagodzenie skutków zwiększonych kosztów zasilania będzie jednym z najpoważniejszych wyzwań dla firm udostępniających sygnał w standardzie 5G.

Przedsiębiorstwa mogą skorzystać z wielu sposobów kontrolowania kosztów w warstwie infrastruktury i obniżania ich. Z pewnością będzie pomocna wymiana fizycznych elementów na nowe, jednak jest to proces częściowy i przyrostowy. W przypadku posiadania ograniczonych środków na inwestycje, można skorzystać z innych rozwiązań. Innowacyjne modele biznesowe, takie jak ESaaS (oszczędności energetyczne jako usługa), są w stanie zaspokoić oczekiwane potrzeby związane z infrastrukturą.

RYNEK TELEKOMUNIKACJI

USPRAWNIENIE PRACY CALL CENTER PRZY POMOCY AI

Sprawnie funkcjonujący dział obsługi klienta to ważny element aktywności każdej firmy, która taki dział posiada. Niestety często praca tej komórki pozostawia wiele do życzenia w oczach klientów. Receptą na usprawnienie funkcjonowania działu obsługi klienta, a tym samym ogólnego user experience, może być sztuczna inteligencja.

David Radosta

Product Manager, SentiSquare

Firmy przeznaczają niemałe sumy na utrzymanie działów call center w ich tradycyjnym kształcie, jednak nie zawsze przekłada się to na pozytywny customer experience. Receptą może być sztuczna inteligencja pozwalająca zaoszczędzić nie tylko cenny czas, ale i pieniądze. Szczególnie osoby zarządzające działami obsługi klienta powinny być świadome, jak sztuczna inteligencja może wpłynąć na ich dotychczasową pracę.

Poprawa obsługi klienta w call center za pomocą AI może przybrać wiele form. Warto jednak wyróżnić 5 głównych sposobów, które znacząco wpływają na efektywność przedsiębiorstwa:

1. zdolność prognozowania odpływu klientów,
2. możliwość rozpoznawania nastroju klientów (zadowoleni i niezadowoleni klienci),
3. inteligentny system IVR (Interactive Voice Response),
4. grupowanie połączeń według tematu rozmowy,
5. nadzór merytoryczny agentów call center.

1. Zdolność prognozowania odpływu klientów

Sztuczna inteligencja to nic innego jak system, który analizuje dane i wykorzystuje je, jednocześnie ucząc się i wyciągając wnioski. Niektóre gałęzie sztucznej inteligencji jak np. uczenie maszynowe ma na celu stworzenie automatycznego systemu potrafiącego doskonalić się przy pomocy zebranych danych i nabywanie na tej podstawie nowej wiedzy.

W praktyce oznacza to zautomatyzowanie i zoptymalizowanie całego procesu obsługi klienta, właśnie dzięki uczeniu maszynowym. Tekst wygenerowany przez klienta, czyli e-maila, wiadomości sms, wiadomości z mediów społecznościowych czy transkrypcje rozmów telefonicznych, zostaje przetwarzany przez algorytm, który wraca do nas z odpowiedzią, co dany klient miał na myśli.

System zbada także na podstawie technologii NLP (przetwarzanie języka naturalnego), czy klient nie będzie chciał odejść od firmy w najbliższym czasie. Taki algorytm jest w stanie wywnioskować, czy wśród klientów łączących się z działem obsługi jest osoba, która zrezygnuje z usług.

Dzięki temu pracownicy działów sprzedaży i marketingu odpowiedziałni za planowanie działań zmierzających

do zatrzymania klientów mogą precyzyjnie targetować swoje działania i skupiać się na „zagrożonych” użytkownikach. Wiedza na temat skłonności klientów do rezygnacji z usług firmy jest bardzo wartościowa, bowiem jak wynika z badań firmy Bain & Company wzrost utrzymania liczby klientów o 5 proc. powoduje wzrost zysku o ponad 25 proc.

Jak działa mechanizm przewidujący odpływ klientów?

Na początku sztuczna inteligencja tworzy grupę klientów, którzy sygnalizują możliwość rozwiązania umowy. Dokonuje tego na podstawie identyfikacji słów kluczowych takich jak: wypowiedzenie, okres wypowiedzenia, rozwiązanie umowy itd. Te informacje same w sobie stanowią wartościowy materiał, jednak zdecydowaliśmy się sięgnąć nieco dalej, bo aż do klientów z przeszłości, którzy zrezygnowali z usług firmy. Dzięki wszystkim zebranych informacjom algorytm po każdej przeprowadzonej rozmowie telefonicznej określa czy dany klient może zrezygnować z usług firmy i wysłał do pracownika wiadomość w stylu: „Cześć, skontaktuj się z klientem X. Chce on najprawdopodobniej zrezygnować z usług Twojej firmy”.

2. Możliwość rozpoznawania nastroju klientów

Warto znać swojego odbiorcę, wiedzieć jakie są jego potrzeby i wymagania co do produktu bądź usługi. Bez tych informacji nie stworzymy idealnego procesu zakupowego, a dział obsługi klienta codziennie będzie bo-

rykał się z niezadowoleniem klientów. Sztuczna inteligencja i w tym aspekcie przychodzi z odsieczą. Wdrożenie algorytmu w działalność call center pozwala dokonywać podziału klientów według kryterium ich zadowolenia. System na podstawie fraz kluczowych (takich jak: „przypominam o moim problemie”, „nikt się ze mną nie skontaktował”, „proszę jeszcze raz...” itd.) przyporządkowuje klientów do określonej grupy. Dzięki temu możemy ze szczególną uwagą i troską traktować klientów niezadowolonych oraz przygotować dla nich plan naprawczy.

3. Inteligentny system ivr

Inteligentny IVR (Interactive Voice Response – interaktywny system obsługi klientów) jest rozwiązaniem szczególnie wartościowym z punktu widzenia poprawy customer experience. Taka metoda skraca czas obsługi klientów i sprawia, że korzystanie z IVR staje się mniej uciążliwe dla osoby dzwoniącej. W końcu nikt nie lubi wysłuchiwać monologu nagranych operatora wyjaśniającego, który przycisk należy nacisnąć w celu złożenia reklamacji, a który w celu połączenia się z konsultantem.

4. Grupowanie połączeń według tematu rozmowy

Wymieniając korzyści, jakie daje wdrożenie sztucznej inteligencji w działach obsługi klienta nie można zapomnieć o tym, w jaki sposób algorytm dba o porządek w danych. Po każdej odbytej rozmowie z konsultantem otrzymujemy notatkę, która zawiera między innymi temat rozmowy

oraz poruszone słowa kluczowe. Następnie przypisuje rozmowy do określonych kategorii i przekazuje informacje do naszego CRM-u lub innego systemu zarządzającego danymi klientów.

5. Nadzór merytoryczny agentów call center

Inteligentne systemy pozwalają na podstawie tematu rozmowy i zachowań pracownika, zidentyfikować czy jego praca jest prowadzona zgodnie z dobrymi praktykami. W sytuacji, gdy algorytm wykryje niewłaściwe zachowanie u danej osoby, dostaje ona feedback z informacją, co może poprawić. Jeśli natomiast pracownik nie skorzysta z pomocy systemu i nie udoskonali elementów wymagających poprawy, sprawa zostaje automatycznie skierowana do trenera. A ten z kolei od razu będzie znał obszary, w których będzie musiał dodatkowo przeszkolić pracownika.

AI sprawdzi także czy pracownicy postępują zgodnie z obowiązującymi skryptami rozmów. Dzięki ustrukturyzowanym zasadom będzie można łatwiej dotrzeć do odstępstw jakościowych wśród pracy agentów.

Dzięki wdrożeniu AI firmy oszczędzają nie tylko czas swoich pracowników, ale i pieniądze związane z przeprowadzaniem kompleksowych szkoleń w call center. Szacuje się, że blisko 38 proc. szybko rozwijających się firm już aktywnie pracuje nad wprowadzeniem sztucznej inteligencji we własną działalność, z czego 9 na 10 firm planuje zainwestować w ciągu trzech lat w rozwój sztucznej inteligencji w swoich procesach.

Wpływ COVID-19 i kwarantanny na operatorów sieciowych

Craig Labovitz

CTO w Nokia Deepfield, w zakresie produktów Intelligence, Analytics i DDoS Security

W związku z pandemią COVID-19 mamy obecnie do czynienia z sytuacją bezprecedensową w skali globalnej. Wiele krajów zamknęło swoje granice, a ludzie na całym świecie są proszeni o zaprzestanie lub zminimalizowanie kontaktów międzyludzkich i pozostanie w domach.

W sukurs przyszły łączy szerokopasmowe, które w przenośni i dosłownie ratują nas w zaistniałej sytuacji. Używamy ich do otrzymywania i wysyłania wiadomości, wykonywania codziennej pracy zawodowej (w 100 proc. zdalnie), czy też dla rozrywki.

• Przyjrzyliśmy się wpływowi globalnej pandemii dla ruchu sieciowego. Zaobserwowaliśmy bezprecedensowy wzrost globalnego ruchu internetowego w bardzo krótkim czasie: • Większość sieci odnotowuje wzrosty na poziomie 30-45 proc. w porównaniu do poprzedniego roku.

• Przez ostatni miesiąc, w regionach objętych kryzysem, zaobserwowaliśmy zwiększenie ruchu w szczycie o 20-40 proc. co ma miejsce zazwyczaj wieczorami

• Wydaje się, że sieci zaspokajają aktualnie wzmożony popyt, zostały jednak zaprojektowane tak, aby radzić sobie z podobnymi wzrostami na przestrzeni całego roku, a nie kilku tygodni

• Odnotowujemy również znaczący wzrost ruchu związanego z aplikacjami wrażliwymi na opóźnienia szczególnie w godzinach pracy:

• Aplikacje do telekonferencji (np. Zoom, Skype) – wzrost w USA na poziomie 300 proc.

• Gry przez sieć – wzrost na poziomie 400 proc.

Poddaliśmy analizie dane z kilku zachodnioeuropejskich sieci z drugiego tygodnia marca. To właśnie wtedy część krajów Europy Zachodniej wprowadziła środki ograniczające swobodny ruch. Aby zapewnić jak najlepsze wyniki porównania, zestawiliśmy ze sobą poszczególne dni z analizowanego i poprzedniego tygodnia. Przyjrzyliśmy się wielkościom sieci i schematom ruchu sieciowego.

W pierwszych dniach nowej rzeczywistości udało się zaobserwować ciekawe trendy i pewne anomalie.

Media Społecznościowe

Największy wzrost wykorzystania aplikacji społecznościowych odnotowano w poniedziałek i w niedzielę. W pierwszy dzień kwarantanny popularność WhatsAppa zwiększyła się aż o 217 proc., z wyraźnymi skokami w godzinach porannych. W niedzielę zaobserwowano z kolei aż sześciokrotny wzrost. Ogólny ruch w tej popularnej aplikacji był jednak w obu przypadkach możliwy do opanowania.

Netflix

Wzrost ruchu na platformie streamingowej Netflix w ciągu tygodnia był zdecydowanie większy w godzinach porannych – aż o 97 proc. (dla porównania, wieczorne wzrosty wahały się w granicach 20 proc.). Zdecydowane wyzwanie stanowiły jednak weekendowe wieczory, kiedy to wolumeny oglądalności zwiększyły się nawet o 75 proc. w godzinach szczytowych, co zdecydowanie wpłynęło na przepustowość sieci.

Całkowity ruch sieciowy

Pierwszy dzień analizy przyniósł wzrosty ogólnego ruchu w granicach 50-70 proc. w skali dnia. Ruch weekendowy potrafił zwiększyć się nawet o 97 proc., przynosząc niekiedy terabitowe poziomy natężenia. Był to znaczący test dla przepustowości sieci, które do tej pory były dostosowane do szczytów w „normalne” weekendy. Dobra wiadomość jest taka, że sieci były w stanie poradzić sobie ze znacznymi skokami w ruchu bez strat na jakości oferowanych usług.

Co dalej?

Wraz z wydłużaniem się czasu spędzanego w domach w okresie kwarantanny, sieci szerokopasmowe będą odgrywały coraz większą rolę. Operatorzy muszą zapewnić infrastrukturę, która będzie w stanie sprostać nowym wyzwaniom, posiadającą odpowiednią przepustowość i zdolną świadczyć usługi o wysokiej jakości w warunkach zwiększonego ruchu.

Operatorzy potrzebują szczegółowych informacji w czasie rzeczywistym na temat wydajności sieci z rozbiciem na poszczególne aplikacje. Potrzebują narzędzi, które da-

dają nie tylko wgląd w działanie sieci ale pozwolą analizować i korygować dane w czasie rzeczywistym z szybkością i w sposób niedostępny dla ludzkiego mózgu. Nowa generacja narzędzi opartych na rozbudowanych bazach danych i technologiach analitycznych – takich jak Nokia Deepfield – może pomóc w uzyskaniu bardzo dokładnych, wielowymiarowych informacji na temat sieci, jej działania, jakości usług i schematów użytkownika.

Wyzwania, przed którymi stoimy oraz to jakie podejmiemy kroki na zawsze zmieniają sposób, w jaki pracujemy, komunikujemy się i bawimy. Na przykład telemedycyna będzie jednym z tych obszarów, w których bieżąca sytuacja przyniesie największe zmiany w sposobie dostępu i świadczenia usług. Najnowsze technologie sieciowe są gotowe sprostać stojącym przed nimi wyzwaniom. Jednak oprócz kontynuowanych inwestycji i wdrażania infrastruktury 5G i sieci światłowodowych, nieodzowne mogą okazać się dalsze inwestycje w sieci przewodowe, bezprzewodowe i konwergentne.

Komunikacja na najwyższych obrotach – o konieczności sprostania oczekiwaniom klientów w sytuacji kryzysowej

Pandemia wirusa COVID-19 to bezprecedensowy test dla nowoczesnego świata. Oprócz wyzwań, przed którymi stoją światowi liderzy, naukowcy, specjaliści od opieki zdrowotnej i służby ratownicze, w sposób oczywisty pojawiły się również ogromne przeszkody w prowadzeniu biznesu w różnych branżach. A co za tym idzie, w obsłudze klientów i w normalnych działaniach struktur wewnątrz firm. Od tego, jak zdamy ten test, niewątpliwie zależy kształt naszej przyszłości.



Michał Misiak

CTO i współzałożyciel,
Focus Telecom

Po miesiącu społecznej izolacji wymuszonej przez pandemię wiemy już, że niektóre branże kryzys dotknie bardziej niż inne. To było widać już po dwóch tygodniach od wprowadzenia zasad izolacji społecznej i zmienionego trybu funkcjonowania instytucji i firm. Przejście na pracę zdalną dla wielu firm także okazało się poważnym wyzwaniem. Nie wszyscy byli mu w stanie sprostać na wysokim poziomie i odtworzyć swoje procesy biznesowe. Tak to wygląda z punktu widzenia przedsiębiorców. A jaka jest perspektywa klienta?

Klient także ma pytania

W tym trudnym czasie klienci mają znacznie więcej pytań do swoich usługodawców. Chcą mieć najświeższe informacje o zmianach w sposobie działania i dostępności. Potrzebują wiedzy o tym, czy będzie można korzystać z usług na podobnych zasadach i poziomie, do którego są przyzwyczajeni. Chcą się dowiedzieć, jak mogą się najłatwiej skontaktować z usługodawcą,

czy mogą złożyć reklamację w normalnym trybie. To ważne pytania, bo od odpowiedzi na nie wiele zależy. Zwłaszcza teraz, kiedy potrzebujemy ciągłości relacji i poczucia bezpieczeństwa. Klienci chcą uzyskać aktualne informacje, oczekują dobrej komunikacji i obsługi. Sposób, w jaki pracownicy obsługi klienta poradzą sobie z tymi zapytaniami, będzie kluczowy w ustanawianiu i utrwalaniu długoterminowej lojalności klientów.

Obsługa klienta. Czym jest teraz?

Jakość obsługi klienta jeszcze niedawno nie była tak istotna. Dopiero w czasach powszechnej cyfryzacji personalizacja obsługi, doświadczenie i zadowolenie klienta stało się kluczowym kryterium zakupu. Dlaczego? Poprzez łatwy dostęp do innych usługodawców i możliwość szybkiego porównania na podstawie opinii. To dał konsumentom internet. Tego trendu nie da się już odwrócić. Dlatego wysoka ja-

kość obsługi klienta powinna być w biznesie priorytetem, nawet, a może przede wszystkim, w tym wyjątkowym czasie. Wiele firm stanęło przed poważnymi problemami związanymi z utrzymaniem ciągłości procesów biznesowych oraz konieczności niemal całkowitej transformacji procesów organizacji pracy z klientem w modelu zdalnym. Szczególnie ważną wydaje się chęć zapewnienia ciągłości komunikacji z klientami oraz obsługi kluczowych procesów: zapytań, zgłoszeń i reklamacji. W ten sposób firmy chcą nie tylko budować zaufanie, ale także dać klientom poczucie bezpieczeństwa. Focus Telecom jako producent rozwiązań IT/SaaS doskonale rozumie potrzeby rynku i zagrożenia związane z transformacją organizacji.

Biuro obsługi klienta w centrum firmy

Ostatni miesiąc pokazał nam z całą mocą, że konsultanci biur obsługi klienta muszą zachować ciągłość działań w pracy zdalnej, żeby podtrzymać relację z klientami i nie zrazić ich do usługodawcy. Sytuacja kryzysowa objawiła się w postaci zaburzeń łańcucha dostaw, niemożności świadczenia usług lub sprzedaży towarów oraz terminowości regulowania należności. Wyzwania w zarządzaniu biurem obsługi klienta, z którymi firmom przyszło się zmierzyć to przede wszystkim rozproszenie komunikacji z klientem na wiele kanałów (telefony GSM, e-mail, chat, social media), które powoduje mnoże-

nie się nieobsłużonych zgłoszeń, niedotrzymywanie terminów, powielanie kontaktów, problemy z obsługą złożonych zapytań. Jako nowy problem wyłonił się również brak możliwości kontroli i weryfikacji pracy zdalnej i jakości obsługi klientów, brak procesu i narzędzi jednolitego raportowania zdarzeń dostosowanego do modelu pracy zdalnej. Rozwiązanie powyższych problemów, według relacji klientów Focus Telecom, ma kluczowe znaczenie dla istnienia każdego BOK, działu wsparcia w czasie kryzysu, a tym samym dla sprostania oczekiwaniom klientów. Dlatego tak istotne jest, by zapewnić biurom obsługi klienta narzędzia niezbędne do wydajnej pracy. Ta inwestycja i wysiłek włożone w szybkie wdrożenie opłaci się nie tylko na krótką metę. To pierwszy krok do utrzymania jakości obsługi i dobrych relacji z klientami, także po zdjęciu obustrzeń związanych z pandemią.

Z odsieczą: system do zarządzania obsługą klienta

Wdrożenie systemu Service-Desk do zarządzania zgłoszeniami pozwala na łatwiejszą i szybszą obsługę klienta. Zapewnia wielokanałowość kontaktu i rejestrację każdego zgłoszenia. Dzięki takiemu systemowi konsultanci mogą pracować zdalnie niezależnie od lokalizacji (system działa w przeglądarce internetowej), a cały dział BOK może być zorganizowany w oparciu o komunikację wielokanałową i reguły automatyzacji. Reguły automatyzacji eliminują powtarzalne

czynności konsultantów i przyspieszają proces rozwiązywania zgłoszeń. Dzięki temu skraca się też czas odpowiedzi na zgłoszenie. Czyli to, czego teraz najbardziej potrzebujemy. Profesjonalne standardy obsługi zgłoszeń w oparciu o moduł pracy workflow podnoszą poziom obsługi klienta i pozwolą wykorzystać ten trudny czas na dobrą komunikację z nowymi klientami oraz na dbanie o stałych i kluczowych klientów. To także budowanie autorytetu eksperckiego w kryzysie, podtrzymywanie wizerunku niezawodności i położenie podwalin pod długotrwałe relacje z klientami.

Co będzie dalej z moim biurem obsługi klienta?

Prognozowanie w sytuacji bezprecedensowego kryzysu jest trudne. Nie da się przewidywać wyników z taką dokładnością, jak wcześniej. Trudno także jest oszacować poziom obciążenia contact center, serwisu, czy BOK (także dlatego, że będzie się on zmieniać), dlatego trudno jest przewidzieć, jak duża obsada będzie potrzebna. Rezygnacja z personelu zawsze może spowodować utratę klientów, a praca ze zbyt dużą obsadą wygeneruje koszty. Taka decyzja zawsze jest trudna. Tu z pomocą może przyjść oprogramowanie, które może być skalowane zależnie od potrzeb i pomoże automatyzować niektóre czynności konsultantów, tak by obsługa była efektywna i praca rozłożona równo pomiędzy konsultantów. Wtedy możliwa jest optymalizacja zasobów, które posiadamy, zależnie od sytuacji, a dane, których potrzebujemy do podejmowania kluczowych decyzji są łatwiej dostępne. Wszyscy mamy nadzieję, że uda się zminimalizować wpływ kryzysu związanego z koronawirusem na naszą pracę i nasze życie. Działania wzmacniające obsługę klienta powinny uzbroić firmę na czas kryzysu. A po nim, pozostaną one zabezpieczone nowoczesnymi, oszczędnymi rozwiązaniami, które sprawdzą się również wtedy, kiedy praca zdalna przestanie być koniecznością. Na pewno warto wyciągać wnioski z tego, jak jesteśmy w stanie funkcjonować w tym czasie ograniczonych możliwości, żeby potem wykorzystać tę wiedzę na rozwój.



W tym trudnym czasie klienci mają znacznie więcej pytań do swoich usługodawców. Chcą mieć najświeższe informacje o zmianach w sposobie działania i dostępności. Potrzebują wiedzy o tym, czy będzie można korzystać z usług na podobnych zasadach i poziomie, do którego są przyzwyczajeni.