

Внедрение цифровых каналов в контакт-центры. Опыт 2016–2017



Светлана Иванова,
Руководитель департамента по работе
с ключевыми клиентами LiveTex

Что будет в докладе

1. Какие факторы необходимо учитывать, принимая решение о внедрении “цифры” в КЦ.
2. «Подводные камни» при внедрении цифровых каналов для вендора и заказчиков.
3. Какие потребности КЦ закрывают современные платформы и что ожидать от технологий в ближайшей перспективе.

LiveTex – решения для контакт-центров

15 млн

коммуникаций в год
у компаний-клиентов
LiveTex

99,9%

Доступность
и бесперебойная работа
сервисов



Только официальные
интеграции с платформами
и цифровыми каналами



6

каналов
поддержки

58%

Снижение
стоимости
контакта



4

канала
поддержки

99%

Удовлетворен-
ность обслужива-
нием в чате



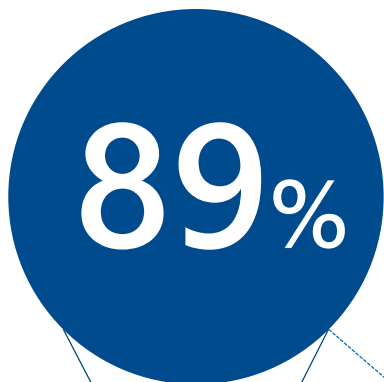
4

канала
поддержки

48%

Переход из
голоса в цифру

Сегодня и завтра. Куда движутся контакт-центры?



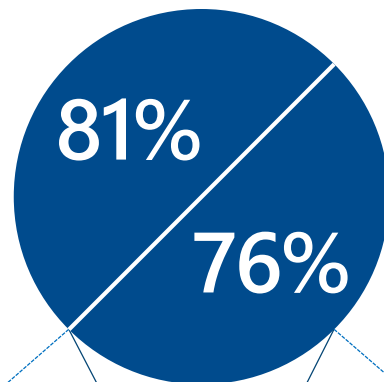
Клиентам удобен формат мессенджера

Global Mobile Messaging Consumer Report 2016.



Бизнес-клиенты будут ценить сервис выше продукта

Walker, 2016.



Роль операторов и self-service каналов будет расти в 2017

Dimension Data 2016. Global Contact Centre Benchmarking Report.



В 2017 КЦ будут использовать ~9 каналов

Dimension Data 2016. Global Contact Centre Benchmarking Report.

Почему не всем
удается успешно
внедрить новые
каналы?

1

Нет стратегии омниканальности

2

Не продуманы задачи каналов связи

3

Операторы не мотивированы работать с новыми каналами

4

Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник

5

Нет PR-поддержки новых каналов связи

1

Нет стратегии омниканальности

Нет целей и задач
Чего хотим в итоге?

Увеличить скорость работы?
Перевести обращения из голоса?
Снизить нагрузку на КЦ?
Как измеряем достижение показателей?

Нет тактики внедрения

Сразу все каналы, или по одному?
Как и когда оповестить все команды?
Когда оцениваем результаты?

Нет бюджетирования

Готовность оценить бюджет уже на этапе планирования, чтобы потом экстренно не прерывать работу.

1

Нет стратегии омниканальности

2

Не продуманы задачи каналов связи

3

Операторы не мотивированы работать с новыми каналами

4

Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник

5

Нет PR-поддержки новых каналов связи

2

Каналы связи решают не те задачи



Вместо консультаций,
отправляют клиента в КЦ.



Вместо продаж
предлагают пройти опрос.



Вместо поддержки
на сайте пытаются продать.

1

Нет стратегии омниканальности

2

Не продуманы задачи каналов связи

3

Операторы не мотивированы работать с новыми каналами

4

Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник

5

Нет PR-поддержки новых каналов связи

Сотрудники должны понимать свою выгоду



Ответить и забыть

12:00

Какие есть подарочные сертификаты?

Они разные. Подробно вам расскажут по телефону +7 812 320 2020.

12:00



Помочь и продать

12:00

Какие есть подарочные сертификаты?

Добрый день.
Сертификаты есть разного номинала, от 500 рублей. Максимальная сумма не ограничена. Если сертификат больше 5000 рублей, мы сделаем вам особый подарок. Рассказать подробнее?

12:00

Сотрудники должны понимать свою выгоду

Метод 5W1H

Why (Почему)

Почему вы добавляете цифровые каналы в КЦ?
На языке выгод для компании и сотрудников.

What (Что)

Что будет сделано? Простым языком, без технических и маркетинговых терминов.

Who (Кто)

Кто будет работать с новыми каналами. Какие будут их обязанности?

Where (Где)

Где будут сотрудники принимать обращения?

How (Как)

Какие KPI будут? Как их будут измерять? Как это поможет увеличить доход сотрудников и бизнеса?

When (Когда)

Когда изменения вступают в силу? Какие будут этапы внедрения? Как будут обучать?

1

Нет стратегии омниканальности

2

Не продуманы задачи каналов связи

3

Операторы не мотивированы работать с новыми каналами

4

Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник

5

Нет PR-поддержки новых каналов связи

4

Нет ответственного за проект



Специалист не связан с КЦ, он не понимает его боли потребности



Усложняется процесс согласований каждого этапа. Возможны разные толкования одной и той же задачи.



Специалист берет проект «в нагрузку» и занимается им в последнюю очередь.

1

Нет стратегии омниканальности

2

Не продуманы задачи каналов связи

3

Операторы не мотивированы работать с новыми каналами

4

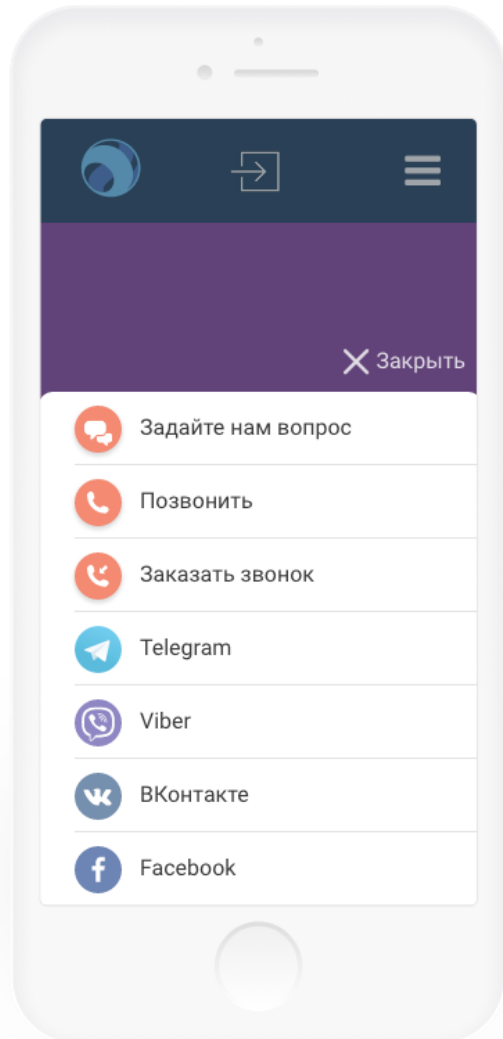
Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник

5

Нет PR-поддержки новых каналов связи

5

Сам по себе канал не станет популярным



1. Установить сроки.
2. Задействовать все носители информации.
3. Придумать призыв.
4. Выделить бюджет.

Возможные носители

- Сайт
- Подпись в email
- Email-рассылка
- Посты SMM (если больше 10 000 подписчиков)
- Анонсы в дружественных СМИ
- Мобильные виджеты LiveTex

**Заказчик и вендор.
Обходим «подводные
камни»**

Планирование интеграций с другими платформами

1

Учет всех ролей в системе обслуживания:

- клиент,
- оператор,
- супервайзер,
- руководитель,
- маркетолог.

2

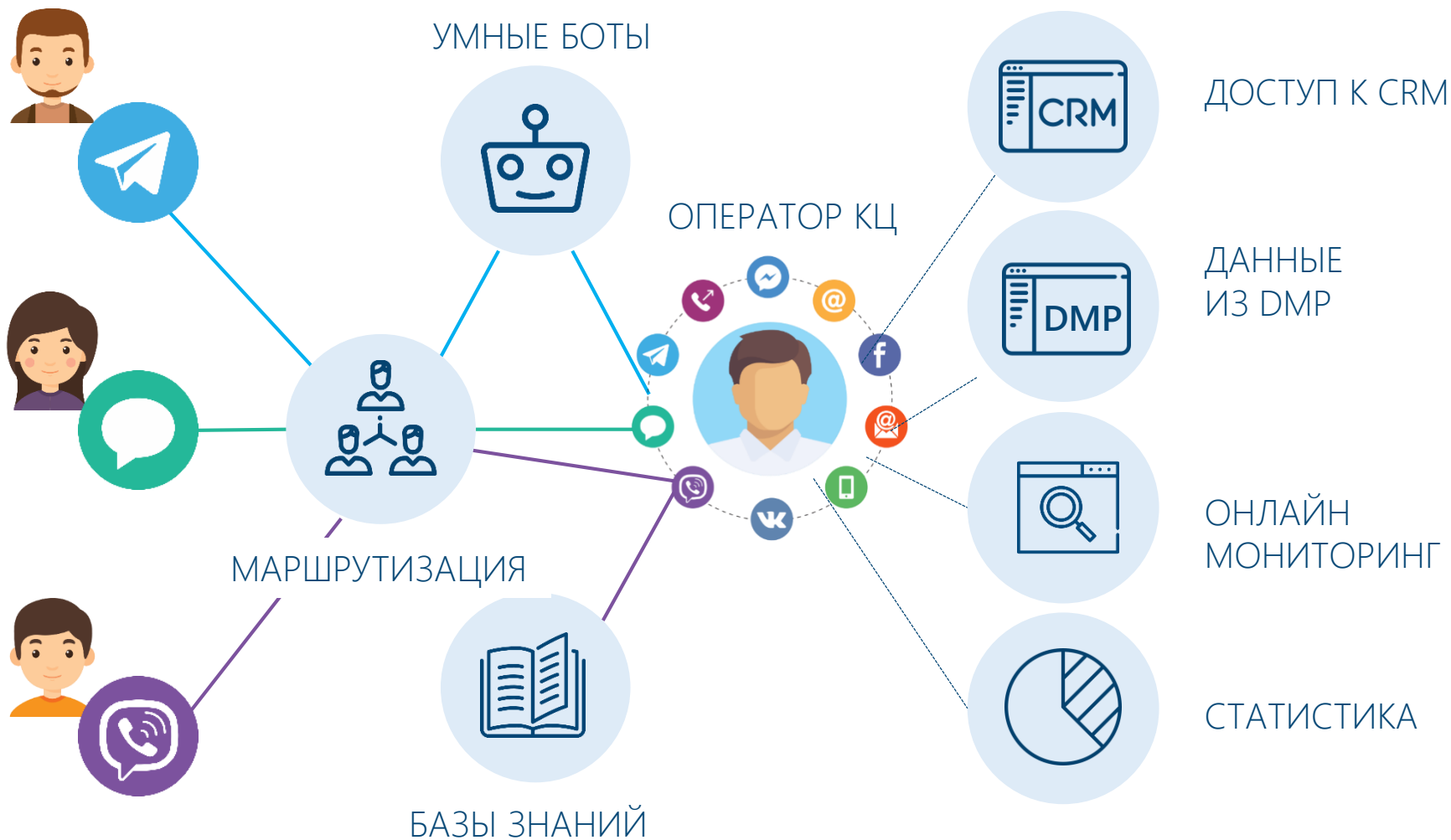
3

Правильный подход к работе с данными клиента

4

Стратегия автоматизации, а не просто внедрение чат-бота

КЦ будет постоянно меняться. Нужно учесть возможные интеграции



Планирование интеграций с другими платформами

1

Учет всех ролей в системе обслуживания:

- клиент,
- оператор,
- супервайзер,
- руководитель,
- маркетолог.

2

3

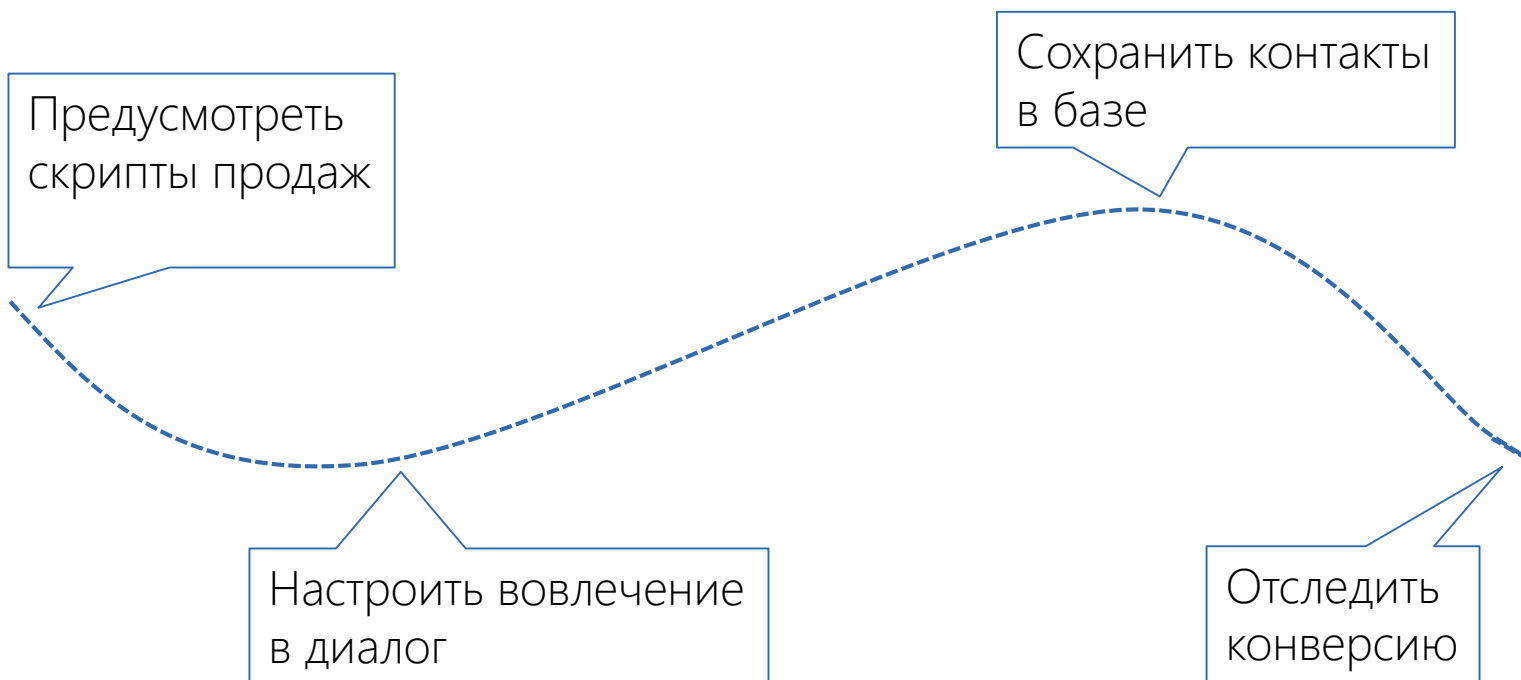
Правильный подход к работе с данными клиента

4

Стратегия автоматизации, а не просто внедрение чат-бота

Самая частая ошибка – забыть маркетинговые задачи

Как отслеживать конверсию из цифровых каналов?
Кто настроит лидогенерацию и будет отслеживать?



Планирование интеграций с другими платформами

1

Учет всех ролей в системе обслуживания:

- клиент,
- оператор,
- супервайзер,
- руководитель,
- маркетолог.

2

3

Правильный подход к работе с данными клиента

4

Стратегия автоматизации, а не просто внедрение чат-бота

The image shows a screenshot of a CRM system interface. On the left is a 'Карточка клиента из CRM' (Client card from CRM) with the following details:

- Ф.И.О.: Краснова Валерия
- Телефон: +7 (921) 090-00-00
- E-mail: valeriya.kr@mailbox.com
- Дата последнего визита: 23.01.2017
- Статус: Постоянный клиент

On the right is a 'История коммуникаций' (Communication history) panel showing a list of interactions:

- 24.01.17**
 - Отдел продаж Александр Иванов (Сообщений: 12)
 - Передача в отдел продаж Владимир Симонов
- 24.01.17**
 - Отдел продаж Владимир Симонов (Сообщений: 8)
- 24.01.17**
 - Отдел продаж Владимир Симонов (Сообщений: 2)
- Сейчас**
 - Отдел продаж Михаил Тимофеев (это вы)

Two blue callout boxes highlight the components: 'История коммуникаций' points to the communication history panel, and 'Данные из CRM' points to the client card.

Планирование
интеграций с другими
платформами

1

Учет всех ролей
в системе
обслуживания:

- клиент,
- оператор,
- супервайзер,
- руководитель,
- маркетолог.

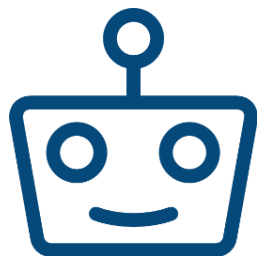
2

3

Правильный подход
к работе с данными
клиента

4

Стратегия
автоматизации,
а не просто внедрение
чат-бота



Назначение
Функциональность

Какие задачи будет решать?
В каких каналах будет работать?
Предусмотрен ли переход от бота к оператору?

Бюджетирование
Поиск вендора

Важно составить бриф для вендора и провести мониторинг цен.

Развитие бота

Как бот будет обучаться?
Планирование эффективности и KPI.
Интеграция с базами знаний.

Какие инструменты
сделают переход в
«цифру» успешнее?

Работа с очередью и приоритеты каналов

The screenshot displays the LIVETEX administration interface. The top navigation bar includes 'Главная', 'Аналитика', 'Сценарии', 'Дизайн', 'Настройки', and 'Каналы'. The 'Настройки' section is active, with sub-menu items 'Сотрудники', 'Точки контакта', 'Маршрутизация', 'Быстрые сообщения', and 'Ка...'. The main heading is 'Маршрутизация обращений'. Below it, there are tabs for 'ГРУППЫ СОТРУДНИКОВ' and 'НАЗНАЧЕНИЕ ИЗ ОЧЕРЕДИ'. The 'НАЗНАЧЕНИЕ ИЗ ОЧЕРЕДИ' tab is selected, showing two radio button options: 'Равномерное распределение' (selected) and 'Случайное рас...' (unselected). Below these are descriptions of each distribution method. A section titled 'Приоритет канала' contains a text field and a 'ДОБАВИТЬ' button. A modal window titled 'Добавление приоритетного канала' is open, listing channels with checkboxes: 'Чат на сайте' (checked), 'Заказ обратного звонка' (checked), 'Форма обратной связи' (unchecked), 'Viber' (unchecked), and 'Telegram' (checked). A 'ДОБАВИТЬ' button is at the bottom right of the modal.

ЛIVETEX ВАШ ID: 258

Главная Аналитика Сценарии Дизайн Настройки Каналы

Сотрудники Точки контакта **Маршрутизация** Быстрые сообщения Ка...

Маршрутизация обращений

ГРУППЫ СОТРУДНИКОВ НАЗНАЧЕНИЕ ИЗ ОЧЕРЕДИ

Алгоритм назначения из очереди

Равномерное распределение Случайное рас...

Обращения распределяются равномерно между всеми доступными операторами с учетом текущей нагрузки

Обращения расп... доступными опер... текущей нагрузки

Приоритет канала

Выбери, в каком порядке обращения из каналов будут назначаться с меньшим приоритетом

Добавление приоритетного канала ✕

- Чат на сайте
- Заказ обратного звонка
- Форма обратной связи
- Viber
- Telegram

ДОБАВИТЬ

KPI операторов в реальном времени

Онлайн-мониторинг

Отсутствует подключение к Интернету. !
Пожалуйста, проверьте подключение к сети и попробуйте восстановить соединение

Николай Миронов
 Управляющий

КАНАЛЫ

ГРУППА

В очереди
200

В работе
300

Обслуженные
200

Пропущенные
150

Онлайн-мониторинг
Данные обновляются через 07
Николай Миронов Управляющий

← Назад к сводному отчету

ДОСТУПЕН 3

- Вадим Никонов**
nikovki.chetev@yufboc.com
 2/4 2ч. 54мин.
- Вадим Никонов**
nikovskiy.vadim@yufboc.com
 2/4 1.1 мин.
- Глеб Рыбаков**
rybakov.gleb@yufboc.com
 2/4 45 мин.

 ПАУЗА 9

- НЕТ НА МЕСТЕ 1
- НЕ В СЕТИ 10

Общий объем обращений

Количество всех поступивших обращений

213

12:41 156 Поступивших обращений

Очередь обращений

Количество назначенных на операторов обращений

44

Статусы обращений	Количество
Обслуженные	100 (51%)
В очереди	44 (24%)
В работе	60 (23%)
Необслуженные	9 (3%)

Сейчас в очереди: **44** обращения

Ушли из очереди за сегодня: **9** (30%)

Пиковое количество в очереди: **48** обращений

Динамика нагрузки

Сравнение фактической и потенциальной нагрузки по обращениям

Время ожидания в очереди

Среднее: **00:00:03** | Максимальное: **00:01:16**

Нагрузка на операторов

Фактическая загрузка операторов

Обращений в работе: **60** обслуживаемость: **15** операторами

Пиковая нагрузка

205 обращений

Время реакции оператора

Время ответа на первое сообщение клиента

Длительность обращения

Среднее: **00:02:03** | Максимальное: **00:15:54**

Удовлетворенность

Индекс удовлетворенности клиента

51%

Всего обслуженных обращений: 100

Обращений с оценкой: 70

Обращений с положительной оценкой: 36

Время реакции

1203

- До 10 секунд: 64%
- До 20 секунд: 30%
- До 30 секунд: 6%
- Свыше 30 секунд: 6%

Среднее время реакции: **00:00:06**

Максимальное время реакции: **00:04:20**

LIVETEX | 2017

28

База знаний – новый инструмент бизнеса

The screenshot displays a customer service interface with three main sections:

- Входящие обращения (Incoming Calls):** A list of incoming calls. The top entry is from a guest at 8:32 with the message "Добрый день! У меня есть вопрос по поводу чата на сайте..." and email "mail.mail@mail.ru". The second entry is from Svetlana Ivanova at 15:53 with the message "Добрый день" and source "Telegram".
- Chat Window:** A chat window titled "Гость" (Guest) with the last action "1 минуту назад". It contains an "Информация по обращению" (Call Information) card with the following details:

чат на	тема	на странице	e-mail	тариф	имя	номер телефона
site.ru	Отдел продаж	http://demo22.livetex.me/	maxim.iv77@gmail.com	Vip	Иванов Максим Геннадьевич	+79991234567

Below the card is a message from the guest at 8:32: "Добрый день! У меня есть вопрос по поводу чата на сайте. Как его подключить?".
- Перевести обращение (Transfer Call):** A sidebar on the right with a search bar "Поиск по операторам" and a status message "Нет доступных операторов" (No operators available).

Messaging API. Для легких интеграций с ботами

Бот – это
1-я линия
поддержки

Спасибо, у меня другой вопрос.
Соедините меня с оператором



Чат-Бот 17:32

Хотите поговорить
с оператором?

Да

Нет



Введите текст...

Но с возможностью
переключиться
на оператора

РЕЗЮМЕ. Вопросы для успешной стратегии

1. Какие каналы нужны? Для каких целей?
2. Как подготовить операторов, супервайзеров?
3. Ресурсы вендора: каналы, сроки внедрения и т.п.?
4. Интеграции: CRM, базы знаний, DMP?
5. Персонализация: как использовать интеграции?
6. Автоматизация: чат-боты, базы знаний?
7. Какие показатели эффективности?
8. Какой бюджет и кто отвечает за проект?

Спасибо!
Ваши вопросы?