

# 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



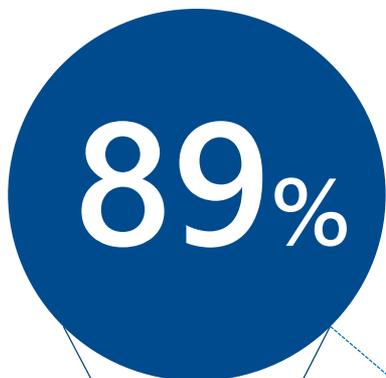
## 4

канала  
поддержки

## 48%

Переход из  
голоса в цифру

# Сегодня и завтра. Куда движутся контакт-центры?



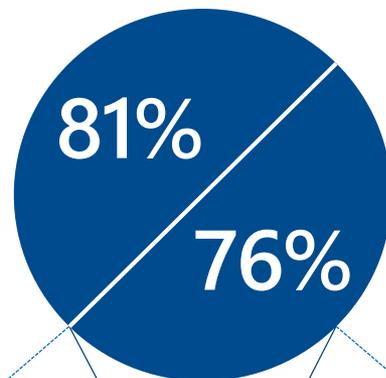
Клиентам удобен формат мессенджера

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

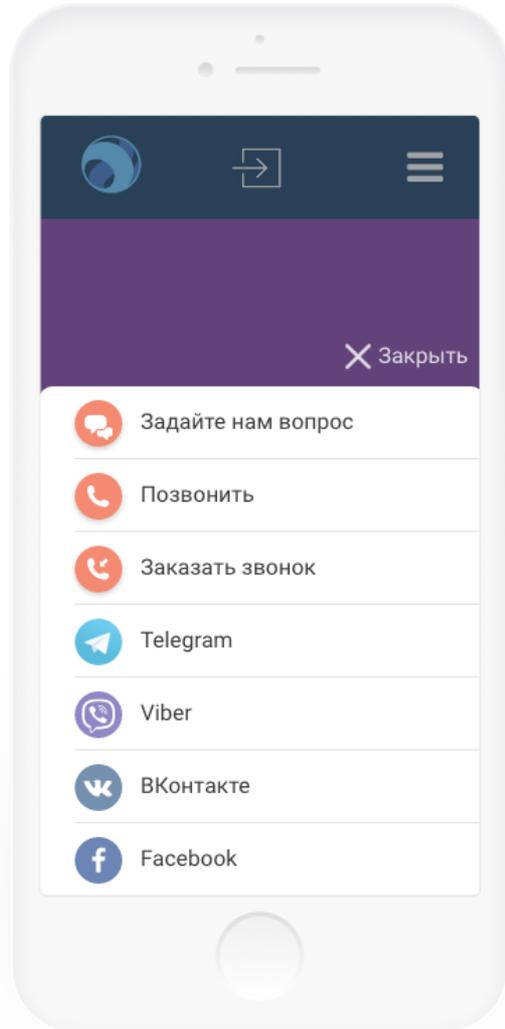
**Нет ответственного за проект или им стал не тот сотрудник**

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

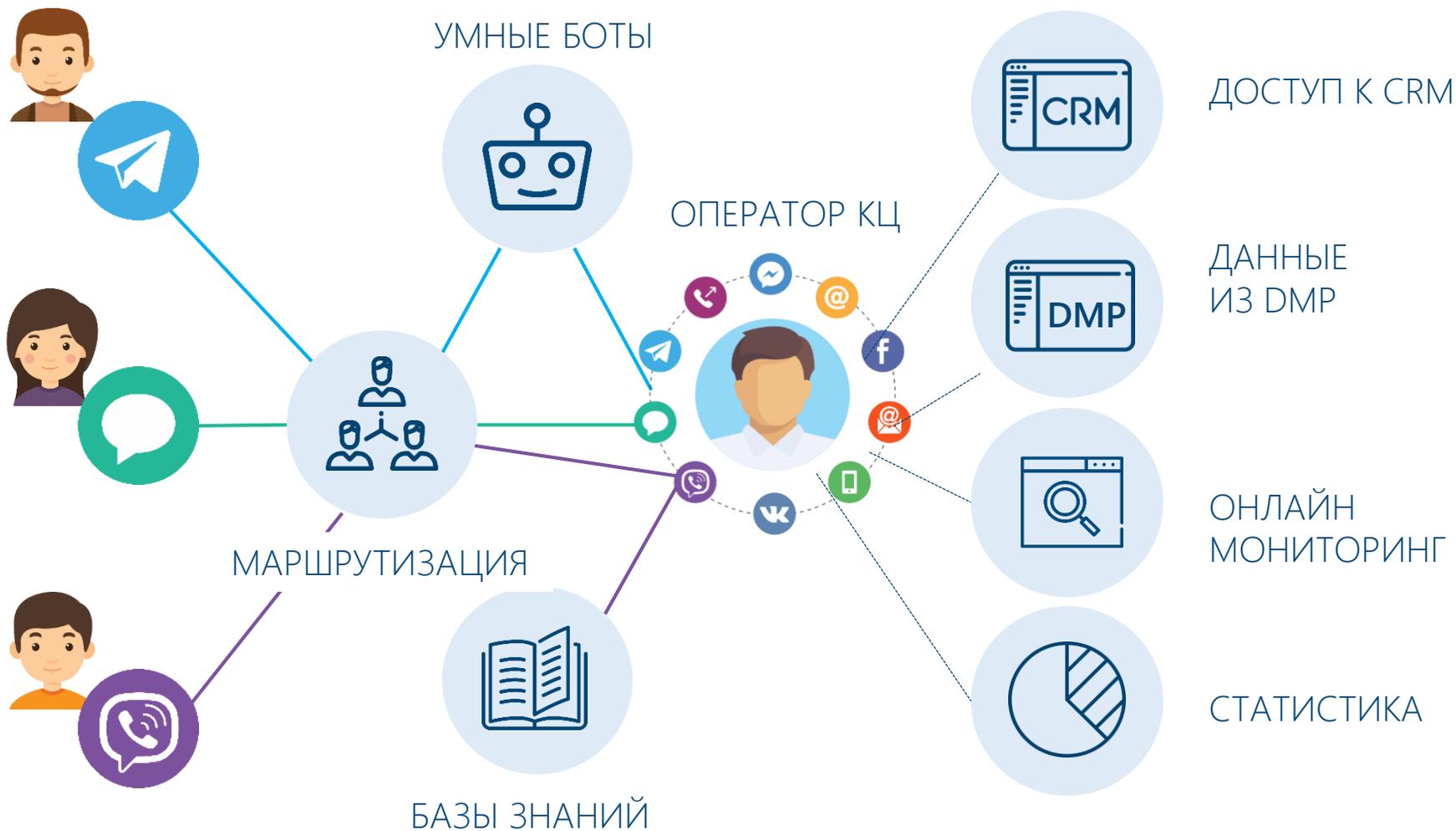
3

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

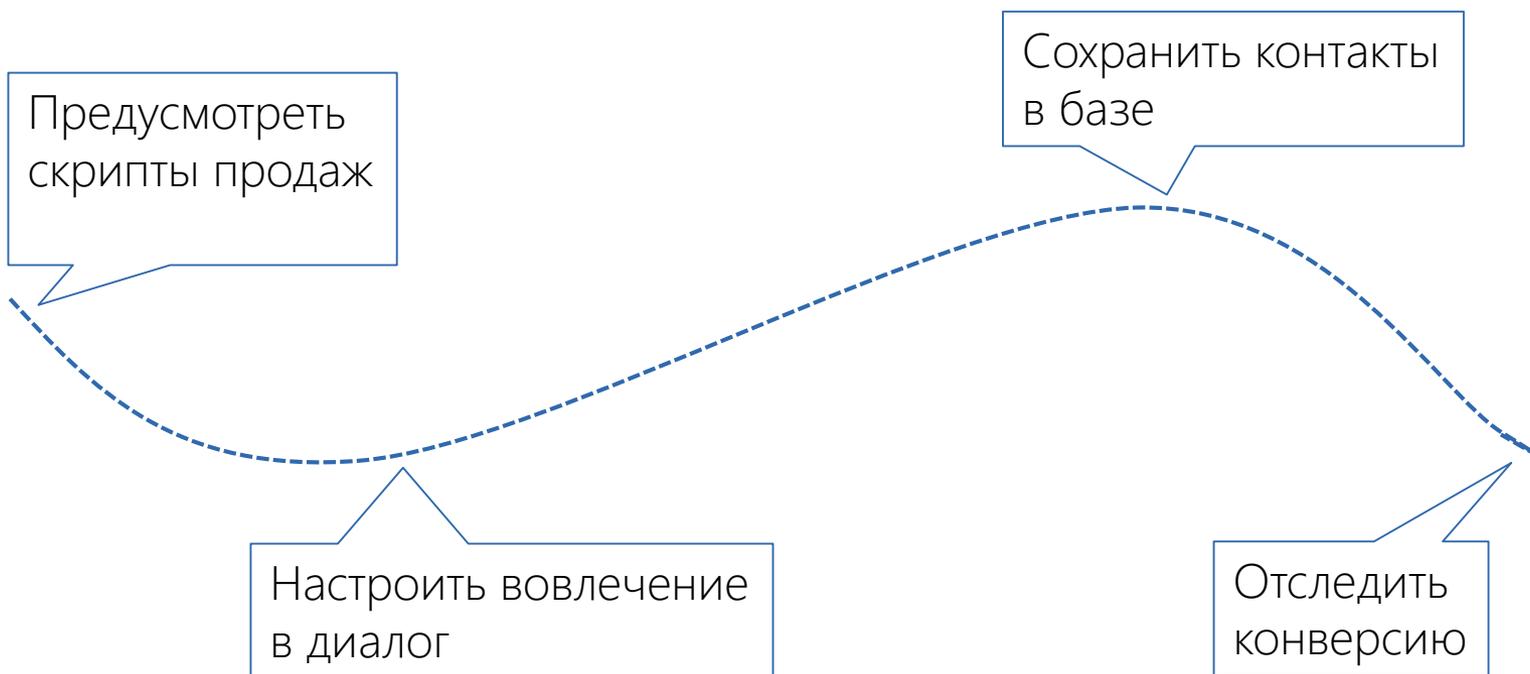
Правильный подход к работе с данными клиента

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

Карточка клиента из CRM

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

**История коммуникаций**

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)

**Данные из CRM**

Планирование  
интеграций с другими  
платформами

1

Учет всех ролей  
в системе  
обслуживания:

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

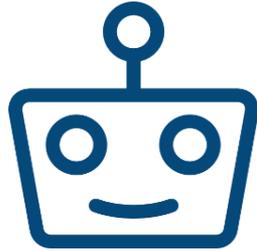
2

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 shows the 'Маршрутизация' (Routing) settings page in the LIVETEX interface. The top navigation bar includes 'Главная', 'Аналитика', 'Сценарии', 'Дизайн', 'Настройки', and 'Каналы'. Below this, there are sub-navigation options: 'Сотрудники', 'Точки контакта', 'Маршрутизация' (highlighted), 'Быстрые сообщения', and 'Ка...'. The main heading is 'Маршрутизация обращений'. Underneath, there are two tabs: 'ГРУППЫ СОТРУДНИКОВ' and 'НАЗНАЧЕНИЕ ИЗ ОЧЕРЕДИ' (underlined). The content area is titled 'Алгоритм назначения из очереди' and contains two radio button options: 'Равномерное распределение' (selected) and 'Случайное рас...' (partially visible). Below these are two columns of text explaining the distribution logic. A section titled 'Приоритет канала' is also visible, with a sub-heading 'Выбери, в каком порядке обращения из каналов будут назначаться с меньшим приоритетом'.

The modal dialog is titled 'Добавление приоритетного канала' and has a close button (X) in the top right corner. It contains a list of communication channels with checkboxes and a 'ДОБАВИТЬ' button at the bottom right.

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

# 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 1ч. 12мин.
- 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%)

### 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

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

### 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

# 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 "Telegram".
- Chat Window:** A chat window titled "Гость" (Guest) with the message "Добрый день! У меня есть вопрос по поводу чата на сайте. Как его подключить?". Above the chat is a "Информация по обращению" (Call Information) section containing details: chat name "site.ru", topic "Отдел продаж", website "http://demo22.livetex.me/", email "maxim.iv77@gmail.com", tariff "Vip", name "Иванов Максим Геннадьевич", and phone number "+79991234567".
- Сайдбар (Sidebar):** A sidebar on the right with a "Перевести обращение" (Transfer Call) section. It includes a search bar "Поиск по операторам" and a status message "Нет доступных операторов" (No operators available). The sidebar also features a vertical list of operator icons and a "База Знаний" (Knowledge Base) icon at the top.

# 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?**