**Усовершенствование коммуникации на производстве,**

Martin Veselka, Country Manager, компания Genesys Telecommunications Laboratories

Для всех предприятий, и особенно для производств, коммуникация может стать одним из ключевых факторов выживания в современной рыночной ситуации. Коммуникация - или искусство предоставления четкой, своевременной и релевантной информации - приобрела необычайную важность для современного бизнеса, будь то коммуникация в магазине, между отделами фирмы, с поставщиками и, самое главное, с клиентами. При правильном управлении коммуникация оказывает огромное влияние на процессы, происходящие в компании, на ее ориентированность на клиента (как внутреннюю, так и внешнюю), на имидж, на лояльность клиентов и, конечно, на основной фактор - прибыль. И потому сегодня коммуникация приобретает особое значение для предприятия, в том числе и для его конкурентоспособности.

Производственная отрасль применила технологии контакт-центров в своих коммуникациях гораздо позже, чем телекоммуникационный и финансовый секторы. Теперь ситуация меняется, в частности, благодаря тому, что предприятия все больше ориентируются на клиента, а на рынок выходят решения, более доступные и лучше приспособленные для нужд производящей отрасли. Сегодня контакт-центры используются для общения с поставщиками, партнерами и клиентами, а также для повышения эффективности внутренних справочных служб и служб поддержки клиентов.

По исследованиям Datamonitor, весь производственный сектор стран EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) имеет 179 тыс. операторских мест (14,1% от общего числа), то есть по размерам занимает третье место в индустрии контакт-центров. Хотя в контакт-центрах крупных промышленных предприятий обычно работает не более 100 операторов (что вообще-то считается контакт-центром среднего размера), поскольку у производителей меньше прямых покупателей, нежели у предприятий других отраслей. Относительно малый размер контакт-центров при производственных компаниях традиционно является одним из основных препятствий для внедрения высококачественных решений контакт-центров в этой отрасли. Однако сегодня современные технологии контакт-центров вполне доступны для производящего сектора, а ожидаемые стандарты обслуживания у клиентов, дистрибьюторов и партнеров сильно возросли.

**Удовлетворение растущих требований клиентов**

Когда клиент застревает в бесконечной череде автоматических переадресаций звонка или вынужден в десятый раз повторять свой вопрос очередному оператору, на которого его переключили, он уйдет от компании просто потому, что не захочет с этим больше мириться. Клиентам нужно быстрое прямое соединение с опытным и знающим сотрудником, способным решить его проблемы. Описанная ситуация может выглядеть еще хуже, если в каждом отделе компании есть собственная система для общения с клиентами, превращающаяся в настоящий ад, когда выясняется, что и у дилера найдется своя система, никак не связанная с контакт-центром производителя. И не случайно результаты исследований показывают: 65% клиентов прекращают пользоваться товарами или услугами компании после того, как им не понравилось общение с ее контакт-центром.

В то же время 95% клиентов заявляют о готовности и в дальнейшем пользоваться товарами или услугами компании, если опыт общения с ее контакт-центром был положительным. Соответственно, лояльность заказчиков проявляется тогда, когда каждому из них предоставлен надлежащий уровень сервиса и контакт-центр играет в данном процессе ключевую роль. Это утверждение верно как для клиентов компании, так и для ее партнеров и дистрибьюторов.

Поддержка многих каналов коммуникации также становится насущной потребностью, поскольку клиентам необходима возможность общения любым способом, который им нравится (телефон, электронная почта или Сеть), без ухудшения качества обслуживания. Хороший контакт-центр способен переадресовывать клиентские запросы по всем каналам коммуникации (из них самыми важными являются телефон и электронная почта) к нужному оператору или ресурсу компании, руководствуясь при этом разнообразными данными, такими как уровень обслуживания, предполагаемая прибыль, ценность клиента и его демографические данные, навыки и знания оператора, а также бизнес-процессы компании.

Относительно небольшой размер контакт-центров при производственных предприятиях не должен отрицательно влиять на качество обслуживания, предоставляемого клиентам, партнерам или дистрибьюторам. На практике качество обслуживания должно быть даже выше, поскольку в данном случае каждый контакт приобретает большую ценность, чем во многих крупных контакт-центрах.

Использование контакт-центров в производящей отрасли

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип производства | Задачи контакт-центра | Примеры деятельности контакт-центра |
| Автомобилестрое- ние/авиастроение | Поддержка дилерской сети (автомобилестроение); обслуживание партнеров/поставщиков; послепродажная поддержка; внутренняя IT-поддержка | Обработка входящих запросов потребителей; обработка входящих/исходящих запросов партнеров; специализированная IT-поддержка (например, пакеты CAD/CAM) |
| Электроника и мелкие потребительские товары | Поддержка цепочки поставок; послепродажная поддержка C2B; служба IT-поддержки; в некоторых случаях продажи потребителям, но часто только на отдельных каналах | Обработка входящих/исходящих запросов партнеров; справочная служба для потребителей; IT-поддержка в офисе; прием входящих заказов на продажи |
| Сельхозтехника/тяжелое машиностроение | Поддержка цепочки поставок | Обработка входящих/исходящих запросов партнеров |
| Другое производство | Служба IT-поддержки; внешние B2B-продажи | Служба IT-поддержки; исходящие продажи |

**Совмещение технологии и бизнес-целей**

Интеллектуальная переадресация запросов, автоматически анализирующая обращение вне зависимости от канала коммуникации и направляющая запрос к оператору, способному наилучшим образом справиться с задачей, формирует у заказчика определенное мнение о качестве обслуживания и становится краеугольным камнем любой успешной стратегии использования контакт-центра. Организации также получают возможность расставлять приоритеты и управлять обслуживанием высокоценных клиентов сообразно собственным бизнес-правилам и целям.

Кроме того, контакт-центры предоставляют инструменты для мониторинга и анализа покупательского поведения в реальном времени, что позволяет компаниям точно выявлять предпочтения своих заказчиков и отвечать целевыми предложениями, услугами и рекламой. История взаимодействия с конкретным клиентом может интегрироваться с данными из системы управления отношениями с клиентом (CRM) и мгновенно предоставляться операторам, чтобы те могли эффективно удовлетворить текущие потребности клиента и предложить ему новые возможности.

**Легкость использования и гибкость**

IT-отделам производственного сектора приходится отвечать за огромное количество разнообразных систем. Как правило, область их ответственности простирается от веб-сайта компании и систем закупок и управления ресурсами предприятия до приобретения компьютерной техники для работников офиса, что практически не оставляет им времени для освоения, интегрирования и поддержки приобретенных систем. Сегодня предлагаются уже готовые решения, способные работать "сразу после распаковки", что ускоряет внедрение, уменьшает издержки предприятия и помогает снизить нагрузку на IT-отдел. Интегрированный пакет решений избавляет от необходимости инсталлировать и конфигурировать каждый продукт по отдельности, освобождая ресурсы компании для работы над другими задачами, особенно если решение построено на открытых стандартах, позволяющих ему легко интегрироваться в общую IT-инфраструктуру предприятия. Также стоит учитывать и экономию расходов, появляющуюся при переходе на контакт-центр, основанный на IP, - это особенно актуально для контакт-центров, создаваемых с нуля.

Решения, построенные на открытых платформах, будут поддерживать интеграцию с существующими приложениями, базами данных и имеющимися системами, уменьшая сумму начальных вложений и подготавливая компанию к максимальному использованию появляющихся технологий. Некоторые специалисты намеренно разработали приложения-адаптеры, облегчающие интеграцию с CRM-пакетами (такими как SAP, Siebel, Oracle или PeopleSoft), что позволяет доставлять информацию со всего предприятия к различным точкам взаимодействия с клиентами и использовать ее для повышения качества обслуживания.

**Почему контакт-центр необходим на производстве?**

Для того чтобы понять важность качественного общения посредством контакт-центра с ключевыми акционерами производственного предприятия, давайте рассмотрим следующие типичные вопросы:

В обстановке возрастающей конкурентной борьбы как у нас в стране, так и за границей, все большее значение приобретают продажи существующим компаниям. И в этом контакт-центр помогает гарантировать персонализированное обслуживание с помощью квалифицированных операторов - ведь предприятия должны конкурировать не только по цене, но и по качеству сервиса.

В стремлении сократить цепочку поставок и оптимизировать сотрудничество с партнерами и поставщиками, компании должны повышать качество обслуживания, предоставляемого контакт-центром поставщикам, партнерам и дистрибьюторам.

При необходимости сократить производственный цикл и обеспечить возможность производства нескольких наборов товаров, перенаправление звонков напрямую к специалистам означает снижение временных затрат, большую удовлетворенность клиентов и потенциал для повышения специализации операторов. Для компании, стремящейся снизить производственные издержки и повысить качество обслуживания клиентов, невозможно переоценить важность такого фактора, как прямое направление звонка именно к нужному специалисту.

При том что средства электронной коммерции уже весьма популярны (особенно электронные системы закупок - e-procurement), контакт-центр предлагает возможность создать единую "картину клиента", когда все данные о нем доступны на всех каналах коммуникации.

Для компаний, имеющих международные дистрибьюторские сети, насущной потребностью становится поддержка нескольких языков и интеллектуальной переадресации к оператору, говорящему на нужном клиенту языке и обладающему необходимой базой знаний.

**Коммуникации станут сердцем предприятия**

В дальнейшем новаторское программное обеспечение контакт-центров в сочетании с эффективной стратегией бизнеса и продуманным подходом к организации работы с клиентами позволит компаниям увеличить прибыли и повысить показатели удовлетворенности и удержания клиентов. Контакт-центр практически сразу же позволяет снизить издержки, в том числе расходы на оплату труда и телекоммуникационных услуг, сокращая среднее время ожидания ответа на звонок, уменьшая количество случаев, когда клиент кладет трубку, не дождавшись ответа, и минимизируя количество внутренних переадресаций. Со временем эти технологии помогут улучшить качество общения между клиентами и контакт-центром. Клиенты, поставщики, дистрибьюторы и деловые партнеры - все они оценят новое качество ведения дел, что гарантирует долгосрочные взаимовыгодные отношения, столь важные в любом бизнесе.