

25 июня 2010

Единое окно спасает клиентов

О системах «единого окна» на основе CRM – статья Марии Бар-Бирюковой, директора направления CRM «КОРУС Консалтинг».

О системах класса «единого окна» известно давно - в основном, как об инструменте автоматизации колл-центров. Ведь именно в колл-центрах существует проблема оперативного получения информации из разрозненных систем, иногда даже внешних, которые никак нельзя встроить в существующую инфраструктуру. Количество запросов, которое получает оператор колл-центра, очень велико, а реакция на эти запросы должна быть моментальной. Клиент не готов ждать на линии 2 часа, когда ему, наконец, скажут, что «нет интернета» не из-за сбоя на линии, а из-за просроченной абонентской платы; или что банковская карта заблокирована потому, что проценты по кредиту не были вовремя выплачены. В один прекрасный момент клиент просто может уйти к конкурентам, которые работают более расторопно.

Так что же это за волшебный инструмент, который позволит моментально отреагировать на вопросы клиентов и сохранить их лояльность? На рынке существует достаточное количество систем «единого окна». Остановимся на Customer Care Framework от Microsoft - отлично зарекомендовавшей себя платформе, имеющей достаточное количество внедрений для анализа. Кроме того, недавно CCF стал частью Microsoft Dynamics CRM, что дает ещё ряд



преимуществ для компаний, которые выбрали для себя этот инструмент поддержки продаж и маркетинга.

Microsoft CCF позволяет объединить в едином интерфейсе все необходимые приложения, исключив необходимость авторизации в каждом из них и, что немаловажно, исключив необходимость дублирования информации в разные источники. Более того, запуская тот или иной сценарий работы (например, клиент обращается по вопросу технической поддержки, или переводу на другой тариф), система автоматически переключается между различными приложениями, подставляя интерфейс того или иного необходимого приложения, в зависимости от конкретного шага сценария. Так же система может предлагать сотруднику подсказки в виде всплывающих окон, что очень удобно, если речь идет о первой линии колл-центра, где каждый его оператор должен работать по конкретному сценарию, не отклоняясь от заданных параметров.

Из опыта общения с нашими клиентами, внедрившими у себя Microsoft CCF, мы поняли, что такой инструмент может использоваться не только в колл-центрах телекоммуникационных или финансовых компаний, где системы данного класса уже не являются редкостью.

Customer Care Framework может работать в любых компаниях для автоматизации front office, сотрудники которого вынуждены работать с несколькими приложениями одновременно, обслуживая клиентов, при этом часто заносая одну и ту же информацию. Выход из этой ситуации - либо интегрировать все необходимые приложения, предоставив сотруднику в качестве front office один инструмент, либо прибегнуть к помощи «Единого

окна». Первый вариант – более трудоемок, и по срокам внедрения, безусловно, более длительный. Внедрение CCF позволит не только быстро получить результат, но и избежать неприятного переходного периода по привыканию сотрудников к новой системе, так как настроенный сценарий автоматического перехода между приложениями поможет быстрее адаптироваться сотрудникам к необходимости работы с новой информационной системой. Вариант внедрения «единого окна» может стать важным этапом комплексной автоматизации, когда получить результат необходимо оперативно. Например, в телекоммуникационной компании зафиксирован резкий отток клиентов, основная причина которого – низкий уровень работы колл-центра. Клиентам приходилось по несколько дней ожидать реакции на свою проблему, иногда безуспешно. Причина такой плохой работы – отнюдь не в низкой квалификации операторов, а в невозможности быстро получить, собрать и предоставить клиенту необходимые данные. Иногда запросы, отправленные в техническую службу компании, просто «теряются», так как работа операторов и сотрудников технической поддержки осуществляется в разных ИС, а интеграции между ними нет.

Иногда всё сводится просто к тому, что сотрудники разных департаментов узнают самую актуальную информацию по телефону – знакомая картина? Customer Care Framework позволит в подобном случае объединить все необходимые приложения за достаточно короткий срок (от 1-го до 4-х месяцев), для того, чтобы в любой момент времени предоставить клиенту самую свежую информацию.