

20 апреля 2015

Гибкий контакт-центр - тенденция рынка коммуникационных решений

Интервью журналиста издательства @Astera с Линой Архиповой, региональным директором по России и СНГ компании Enghouse Interactive, и Андреем Мелузовым, руководителем департамента "ИТ-аутсорсинг" ГК "КОРУС Консалтинг".

Что сейчас происходит на рынке коммуникационных решений?

Лина Архипова: Как представитель одного из игроков рынка коммуникационных решений, могу сказать, что сейчас ситуация выглядит достаточно своеобразно. Существует сегмент тяжеловесных решений-гигантов, которые выросли из традиционных телефонных станций, занимают существенную долю рынка, но уже начинают постепенно морально устаревать. В то же время появляются новые технологии и новые решения, такие как Enghouse Interactive. Несколько лет назад в России сформировался весьма понятный спрос на гибкие, **легкие контакт-центры**, которые могут быть развернуты как на классической телефонной станции, так и на **Microsoft Lync**.

На ваш взгляд, с чем связано старение концепции "тяжеловесных" телефонных станций?



Лина Архипова: Это старение и моральное, и технологическое. Важно понимать, что для того, чтобы работать с контакт-центром Avaya, Siemens, Cisco, прежде всего нужно иметь телефонную станцию соответствующего производителя. Это проприетарные решения, в которых контакт-центр и телефония неразрывно связаны. То есть, если вы хотите иметь контакт-центр на базе Avaya, вам придется сначала телефонизировать службу центра обработки вызовов на Avaya: начиная от прокладки сетей и настройки шлюзов до закупки специализированного оборудования. В этом плане возможность построения контакт-центра на таком продукте, как, например, [Microsoft Lync](#), позволяет выйти совершенно в другую плоскость. Это гибкое, настраиваемое, надежное, недорогое в обслуживании решение. Кто сталкивался с развертыванием традиционной телефонии, знает, во сколько обходится покупка оборудования, оплата инженеров, дальнейшее сопровождение. Кроме того, это закрытое, сложное для интеграции решение. Развертывание и обслуживание традиционного решения находится в ведении телефонистов, специалистов, имеющих специальное образование, опыт и сертификацию - тогда как бизнес-приложения на основе MS Lync могут сопровождаться обычным системным администратором, который отвечает за решения Microsoft в компании. **Андрей Мелузов:** Теперь клиенты и сотрудники хотят удобных коммуникаций, а это не только голосовая связь, но и видеосвязь, мессенджеры, коллективная работа с презентациями, удаленный доступ к рабочему столу и прочие удобства современного collaboration, без которого обходится редкое совещание. Плюс не стоит забывать популярный и набирающий обороты тренд удаленной работы. Некоторые категории ценных сотрудников выдвигают свои условия по удаленной работе, без привязки к стационарному телефону. В связи с этим



возникла потребность в альтернативных классической телефонии решениях.

Лина Архипова: Еще один важный момент заключается в том, что **изменились и требования к контакт-центрам.** Если еще несколько лет назад ключевой задачей контакт-центра считалось перераспределение вызовов, то современный контакт-центр - это и мультимедийные, многоканальные, omni-channel-коммуникации. А мультимедийные коммуникации в обязательном порядке потребуют интеграции с бизнес-приложениями. Прежде всего это CRM-система. Наиболее востребованной функцией в контакт-центре на настоящий момент является автоматизированный исходящий обзвон для продаж по телефону или сбора дебиторской задолженности. Обязательно должны быть реализованы модули отчетности в режиме реального времени (dashboards) и исторической аналитической отчетности, которые могут быть настроены любым пользователем системы (агентом, супервайзером) без привлечений ИТ-специалиста. Традиционные (тяжеловесные) решения могут предложить подобный функционал, но за счет дополнительных внешних систем, ранее приобретенных у различных производителей. То есть это не моноблок, и в случае изменения процессов каждая система требует отдельного вмешательства, а это все вытекает в довольно сложный проект по настройке и интеграции, привлечению партнеров. Плюс ко всему, традиционная телефония подвергается риску выхода из строя по причине, например, сгорания платы. Кроме того, нерегулярность обновлений, дорогостоящий апгрейд решений - все это в случае расширения функционала контакт-центра может вылиться в стоимость новой телефонной станции. **Андрей Мелузов:** Еще один немаловажный фактор - бизнес и ИТ стали более тщательно считать деньги. Сложность и высокая цена поддержания телефонной станции в актуальном состоянии - зачастую

реализация дополнительной новой функции, например, интеграция телефонии с CRM - требует обновления ПО. А оно по стоимости сопоставимо с покупкой лицензий и внедрением того же Microsoft Lync.

Вы часто упоминаете Microsoft Lync. Почему? Ведь ваши решения могут работать и на базе классической телефонной станции?

Лина Архипова: Да, вы абсолютно правы, **контакт-центр Enghouse Interactive** может быть развернут как на Microsoft Lync, так и на традиционных решениях Avaya, Cisco. Причем вы не найдете никакой разницы в функциональности данных контакт-центров. Ключевое отличие будет касаться не деталей, а совокупной стоимости владения (ТСО) и возврата инвестиций (ROI). **Андрей Мелузов:** С технологической точки зрения **Microsoft Lync** имеет существенные преимущества на фоне классических телефонных станций. Например, наличие базовой интеграции с основными решениями Microsoft: Exchange, CRM, SharePoint, Office, и интегрируемость, благодаря API, с большинством сторонних решений. Благодаря наличию мобильных Lync-клиентов под все распространенные платформы мобильные сотрудники могут использовать корпоративные средства коммуникации практически в полном объеме. Из нашего опыта я помню, как нам удалось существенно сократить расходы на мобильную связь одного клиента, в штате которого было много "разъездных сотрудников".

Почему речь идет о совокупной стоимости владения контакт-центром?

Лина Архипова: Во-первых, в большинстве компаний уже в той или иной степени используются технологии Microsoft. И зачастую лицензии Microsoft Lync уже включены в пакет Enterprise CAL, но клиент использует их в

урезанном варианте - в качестве текстового мессенджера, например. Телефония на базе Microsoft Lync не уступает по качеству и отказоустойчивости традиционной телефонии, но имеет очевидное преимущество с точки зрения стоимости обслуживания. И отсюда вытекает второй аргумент - кадры. С великой долей вероятности у вас уже есть специалисты Microsoft. Вам не нужно искать уникального инженера-телефониста - со всем справится ваш обычный ИТ-специалист, который сможет заниматься как телефонией на Lync, так и контакт-центром Enghouse Interactive. То есть вы будете платить зарплату одному человеку и обучать его раз в два года. В компаниях, работающих на Avaya и Cisco, помимо администраторов нужны еще и телефонисты, которые знают телефонию соответствующих вендоров. **Андрей Мелузов:** Я бы обратил внимание на модель лицензирования - наличие одного вида серверных лицензий и четырех, относящихся к пользователям. Все это позволяет снизить риск будущих "непредвиденных" инвестиций при потребности в доступе к какому-то специфичному функционалу. **Лина Архипова:** Еще один аргумент в пользу **Microsoft Lync** касается глобального тренда в обслуживании клиентов: решить проблему клиента с одного звонка; привлекать к работе с клиентами всю компанию, а не только агентов контакт-центра. Подобный подход заключается в том, что каждый сотрудник понимает миссию компании, свою роль и прилагает все усилия, чтобы максимально оперативно и качественно разрешить вопрос клиента. Во многих компаниях взаимодействие с клиентами выходит за пределы первой линии контакт-центра: любой разработчик, технический специалист может быть подключен к диалогу с клиентом для максимально эффективного решения проблемы. И этот тренд совершенно чудесным образом реализуется на [Microsoft Lync](#). Оператор

контакт-центра во время разговора с клиентом может найти любого эксперта через интерфейс Lync по тегам и параллельно пообщаться с данным экспертом в различных средах: набрать текстом, подключить к разговору.

Сколько требуется времени для организации контакт-центра?

Лина Архипова: Для того чтобы приступить к организации контакт-центра, у вас уже должна быть развернута телефония. **Развертывание контакт-центра Enghouse Interactive** на уже готовой телефонии занимает от одного до трех месяцев. Сперва мы устанавливаем платформу контакт-центра, а затем ее настраиваем: создаем пользователей, настраиваем права и группы, специфические процессы, например, голосовые анонсы, которые слышит клиент при звонке (IVR), настраиваем интеграции и отчеты. Качество работы контакт-центра и операторов можно отследить и оценить исключительно по отчетам. Поэтому настройка необходимой отчетности в контакт-центре - очень важная составляющая решения. В случае с тяжеловесными решениями пользователи получают готовый набор типовых отчетов, которые очень тяжело адаптировать под требования конкретного пользователя. В случае **контакт-центра Enghouse Interactive** эта задача существенно упрощается. Все данные хранятся на Microsoft SQL Server, базы данных открыты и документированы - любой ИТ-специалист, владеющий технологиями Microsoft, может эти данные извлечь и построить любой отчет. Безусловно, у нас есть понимание и набор наиболее востребованных форм отчетов, которые мы регулярно показываем на наших демо-стендах и мероприятиях. Но в каждом отдельном случае мы исходим, в первую очередь, из потребностей заказчика и производим настройку решения в соответствии с задачами бизнеса. Концепция решений Enghouse Interactive подразумевает

гибкость настройки под каждого пользователя, максимальную эффективность коммуникации с каждым клиентом и быстрый возврат инвестиций от внедрения.

Материал опубликован в издании @Astera

<http://www.astera.ru/news/?id=110939>

