

Wyszkolona kadra i odpowiednie zaplecze technologiczne pozwalają znacznie zwiększyć skuteczność call center, które w dobie zaostrej konkurencji jest efektywnym narzędziem komunikacji z klientem. Wraz ze zmieniającymi się trendami rynkowymi ewoluują również oczekiwania konsumentów. Kluczem do ich satysfakcji jest już nie tylko cena produktu czy usługi, ale również jakość i forma kontaktu z firmą. Dzisiejsza technologia oferuje różne kanały komunikacji za pomocą, których możliwe jest nawiązywanie relacji. Należą do nich m.in. e-maile, media społecznościowe czy rozmowy telefoniczne.

Konieczność obsługi rosnącej liczby interesantów sprawiła, że coraz popularniejsze są call center, z których korzystają przedsiębiorstwa z różnych branż. Ze względu na oszczędność czasu i wygodę doceniają je również klienci, ponieważ mogą rozwiązać dany problem i uzyskać potrzebne informacje bez konieczności wychodzenia z domu.

Gorąca linia

To czy call center przynosi spodziewane efekty jest uzależnione od wielu czynników. Samo wdrożenie systemu nie sprawi, że zostaną rozwiązane wszelkie problemy komunikacyjne. Istotne znaczenie mają kompetencje menedżerów odpowiedzialnych za koordynację pracy oraz wprowadzona technologia.

Częstym problemem jest długi czas oczekiwania na połączenie, co sprawia, że klient jest rozdrażniony zanim jeszcze zdola skontaktować z konsultantem. Wadą wielu call center jest również kilkukrotne przełączanie rozmów pomiędzy poszczególnymi pracownikami infolinii. Jest to szczególnie irytujące, gdy okazuje się, że osoba, z którą już prawie udało się nam połączyć nie odbiera i proces trzeba rozpocząć od początku.

Równie zniechęcająca bywa rozbieżność informacji uzyskanych od konsultantów, którzy za każdym razem pytają nas o te same dane czy zbyt duża liczba opcji do wyboru w automatycznym systemie dostępu, czyli tzw. IVR (Interactive Voice Response). Z reguły po czwartej możliwości interesant zapominał co kryje się pod pierwszą. Wszystkie te sytuacje mogą spowodować, że klient zrezygnuje z rozmowy, bądź zdecyduje się nawet na zmianę usługodawcy ze względu na niski poziom obsługi telefonicznej.

Po drugiej stronie słuchawki...

Za jakość obsługi odpowiedzialna jest przede wszystkim kadra. Interesanci, którzy dzwonią do firmy z reguły oczekują od konsultantów udzielenia fachowej pomocy w ekspresowym czasie. W tej sytuacji kluczową rolę odgrywają kompetencje oraz profesjonalizm pracowników stanowiące podstawę budowania pozytywnych relacji z klientami. Z tego względu osoby zatrudnione na stanowiskach telefonicznych powinny regularnie brać udział w szkoleniach, które pozwolą im podnosić kwalifikacje oraz efektywność.

Bardzo istotna w pracy konsultanta jest możliwość szybkiego dostępu do kluczowych informacji. Wsparciem mogą być w tej sytuacji systemy CRM, które oferują m.in. moduły call center. Narzędzie to umożliwia zgromadzenie w jednym miejscu wszystkich ważnych danych: aktualnych numerów telefonów, nazw firm, nazwisk czy danych teled adresowych.

Dużym ułatwieniem jest opcja rejestracji rozmów telefonicznych, która pozwala stworzyć historię współpracy z kontrahentem. Rozmówca jest tym sposobem identyfikowany jeszcze przed odebraniem telefonu, dzięki czemu czuje się doceniony, a to sprzyja budowaniu pozytywnej relacji. Ponadto funkcjonalności poszczególnych modułów CRM umożliwiają swobodne zarządzanie wszystkimi informacjami na temat kontrahenta, co sprawia, że konsultanci mogą je przekazywać między sobą.

– Korzystając z oprogramowania CRM, pracownik będzie mógł szczegółowo zaplanować swoją pracę. System pozwala ustalić harmonogram rozmów, które muszą się odbyć danego dnia i przydzielić konkretne zadanie np. przeprowadzenie ankiety – mówi Przemysław Zygmunt z firmy AC SOFTWARE, producenta systemów ProfitCRM.

Zaletą oprogramowania jest jego pełna integracja z centralami telefonicznymi, telefonami cyfrowymi ISDN oraz systemowymi. Umożliwia bieżący przegląd aktywnych rozmów prowadzonych w obszarze całego przedsiębiorstwa w unikalny sposób, dając możliwość sprawowania kontroli nad całym działem.

Sposób kontaktu z klientem, poziom obsługi oraz nastawienie konsultantów mają ogromny wpływ na to, jak firma postrzegana jest przez otoczenie. Dlatego też niezbędne jest wdrożenie spójnej strategii komunikacji, która będzie współgrać z wizerunkiem organizacji i podkreślać jej profesjonalizm. Od tego w dużej mierze zależy zadowolenie klientów, a to krok do budowania ich lojalności.