

Рынок аутсорсинговых call центров и контакт центров с момента появления постоянно растет. В год в среднем на 40%. Аутсорсинговые call центры давно стали самостоятельной отраслью, которая является не столько телекоммуникационной, сколько маркетинговой услугой. Постоянный рост рынка call центров и конкуренции обязывает к наращиванию количества сервисов и качества услуг. Так или иначе, вопрос о том, какому call центру достанутся новые клиенты и удастся ли удержать старых, принципиален не только для репутации call центров. Этот вопрос выливается в решение задачи «как остаться на рынке».

Рынок аутсорсинговых call центров постоянно увеличивается из-за появления новых call центров и из-за увеличения объема оказываемых услуг существующими call центрами. В свою очередь такая возможность была достигнута благодаря расширению аппаратных емкостей и увеличению количества операторов в call центре.

В такой гонке стоит отметить повышение роста качества оказываемых услуг аутсорсинговыми call центрами. Это происходит из-за того, что не каждый новый call центр способен удовлетворить возрастающие с каждым днем требования заказчиков. По этому основной денежный поток проходит через те call центры, которые способны оказать наиболее качественные услуги требовательным клиентам.

### **Услуги аутсорсинговых call центров.**

В данном случае под столь обширным термином подразумевается некий ряд критериев. Во-первых, специалисты call центр должны быстро обеспечить требуемую услугу в максимально короткие сроки не зависимо от ее масштаба и сложности. Например, обработка аутсорсинговым call центром большого потока входящих звонков поступающих на горячую линию в период рекламной активности или оперативная актуализация баз данных call центром в короткие сроки. Другими словами, независимо от величины всплеска входящих звонков и количества вызовов в рамках исходящей компании аутсорсинговый call центр должен справляться с потоком, гарантированно обеспечивать обслуживание и обработку всех вызовов в минимально возможный период времени.

Во-вторых, специалисты call-центра должны максимально быстро предоставлять актуальную информацию на каждый звонок и корректно обрабатывать исходящие вызовы. В этом случае имеется в виду, что независимо от того, по какому вопросу обращается потребитель, оператор call-центра обязан не только мгновенно ответить на звонок, но и предоставить в требуемом объеме достоверную актуальную информацию в данной области или по данной компании. При исходящем вызове, независимо от типа проекта, будь то анкетирование, телемаркетинг или информативный обзвон, оператор call-центра обязан в определенном порядке донести информацию до потребителя и зафиксировать ответы в базе данных для последующей обработки самим оператором call-центра или сторонним подразделением.

### Путь достижения качества

Как же аутсорсинговому call-центру обеспечить такой уровень качества сервиса и услуг? Ответ на этот вопрос лежит во внедрении в инфраструктуру call-центра соответствующих технологических решений. Опять же, с одной стороны, таковым решением будет являться телекоммуникационная платформа, удовлетворяющая довольно жестким требованиям. В первую очередь это высокая отказоустойчивость. Как правило, в архитектуре платформы, предназначенной для решения подобного рода задач, имеется возможность "горячего" резервирования ключевых сервисов, отвечающих за соединение абонента с оператором call-центра.

Следующим критерием является возможность масштабирования коммутационной емкости call-центра, поскольку очевидно, что в определенный момент времени потребуется увеличение числа операторов call-центра и, как правило, в максимально быстрые сроки. Безусловно, решение должно быть гибким с точки зрения управления и администрирования и иметь возможность интегрироваться с информационными системами.

Упустим такие вопросы, как накопление статистики и построения отчетов по различным параметрам, способность платформы контролировать работу оператора call-центра, оказывать помощь во время обработки вызова, а в случае необходимости перехватывать обслуживание вызова на себя, вести общую запись разговоров всех операторов в call-центре, автоматически обслуживать клиентов с помощью голосовых меню (IVR) и

прочий функционал. И поскольку совокупное время работы с платформой возлагается на "плечи" операторов call-центра, то естественно, что интерфейсная часть управления звонками должна быть дружелюбной, простой и интуитивно понятной.

Итак, телекоммуникационное решение для call-центра должно быть надежным и простым в эксплуатации оператором call-центра. Теперь остается вопрос качественного обслуживания звонка с точки зрения предоставления актуальной оперативной информации. Очевидно, что оператор call-центра не в силах запомнить всю информацию, которую предоставляет клиент, например, для работы "горячей линии" своего продукта. К тому же, в своей работе один и тот же оператор call-центра может обслуживать не одну "горячую линию". В этой ситуации на помощь приходят специализированные информационные системы, которые выполняют функцию "подсказки". Для оператора call-центра они являются путеводителем в процессе обработки и обслуживания вызова.

При входящем звонке программа call центра автоматически определяет на какой номер был осуществлен вызов и поэтапно выводит на экран оператора call-центра всю необходимую информацию по данному проекту. В ответ на звонок оператор call-центра обращается от лица компании клиента и предоставляет всю необходимую информацию, а по завершению вызова оператор фиксирует цель звонка и его результат в базе. При необходимости оператор call-центра может соединить абонента непосредственно с сотрудником компании заказчика. Как и в случае с входящим звонком, при работе проекта связанного с исходящим направлением оператору call-центра на экран монитора выводится перечень вопросов с вариантами ответа или полем для внесения информации респондента.

Руководителю call-центра такая платформа оказывает не меньшую помощь. Фактически он помогает контролировать ход выполнения заказов. Получив команду от супервизора, система начинает выдавать задания и распределять вызовы по определенным операторам в call-центре согласно ранее сформированного сценария. Одной из самых важных функций программного обеспечения для call-центров является выполнение рутинной работы по формированию требуемых отчетов в автоматическом режиме. Отчет о работе call-центра нужен как для внутреннего использования, так и для предоставления результатов работы непосредственному заказчику. Более того, в зависимости от функциональных возможностей, система способна предоставлять определенный сервис клиенту call-центра.

Отдельно стоит остановиться на довольно остром вопросе связанным с качеством клиентской базы call-центра. Как правило, в обиходе таковые базы называют базами для обзона. По сути клиентская база call-центра это массив данных состоящий из названий компании, отрасли, телефонов, контактных лиц и прочих атрибутов. Соответственно, при использовании услуг аутсорсингового call-центра заказчик в ряде случаев самостоятельно предоставляет информацию для проведения проекта, либо такую базу формирует сам call-центр по определенным параметрам. Благодаря накопленной информации call-центр может сформировать более качественную выборку, в процессе обработки которой уже возможно будет спрогнозировать определенный процент положительного результата. Таковая возможность предоставляет очевидное преимущество для call-центра и заказчика. А именно дает ответ на часто задаваемый вопрос клиента о результативности проводимого проекта. Более того, аутсорсинговый call-центр может быть более гибким не только в ценовой политике, но и в самом принципе тарификации своих услуг. По определенным заказам аутсорсинговый call-центр может пойти по принципу получения определенного процента с осуществленных продаж, а не оплаты фактического времени работы операторов call-центра.

Эффективная автоматизация аутсорсингового call-центра является одним из основных методов обеспечения высокого качества работы и сервиса. При составлении планов по внедрению и использованию специальных программных решений для call-центра стоит помнить что самое главное это достижение высокого качества предоставляемых услуг. Поэтому основную ставку следует делать на внедрение специализированных решений для call-центров управления процессами предоставления услуг. Такая система вместе с накопленной в ней информацией может стать главным конкурентным преимуществом компании на рынке аутсорсинговых call-центров.