

Шесть - семь лет назад термин call center был понятен лишь небольшому количеству экспертов. Сегодня это словосочетание уже не вызывает вопросов.

В Соединенных Штатах число аутсорсинговых колл центров превысило семьдесят тысяч, занято практически три млн. - что составляет почти 4% работающего населения. В РФ всего несколько десятков колл - центров, из их масштабных проектов (с числом мест превышающих 50) - чуть более двух десятков 10. "Свой" колл-центр существует практически в каждой фирме. По сути, это сотрудники, делающие звонки клиентам, или отвечающие на них. В колл - центрах их функции исполняют операторы. Они работают в режиме 24/7 - круглый год. А система обработки большого количества телефонных вызовов улучшает процесс и увеличивает эффективность в несколько раз, а так же позволяет получить подробную информацию о количестве и качестве вызовов. Call центр, обычно, владеет десятками телефонных линий, особым ПО, специально обученными операторами. Система этих ресурсов, позволяет обрабатывать сотни звонков в сутки. Предоставляемые услуги обработки входящих звонков колл - центрами можно объединить в несколько групп. Но, по сути, основной услугой по обработке входящих вызовов, является - "горячая линия". "Горячая линия" решает такие задачи, как поддержка ТМ, организация СИС, сопровождение рекламных кампаний, регистрация заказов, оказание технической поддержки и.т.п. Практически непринципиально, какая фирма нуждается в специально выделенном телефонном номере, на который могут позвонить существующие или возможные клиенты и получить разнообразную информацию о товарах или услугах. Рассмотрим разные виды услуг по обработке входящих вызовов: Поддержка рекламных акций: конкурсов, розыгрышей призов, викторин. В случае проведения мощных рекламных кампаний, количество звонков, поступающих на рекламный номер, может быть значимым. Возможна ситуация, когда Ваши кадры не смогут обработать все вызовы, и тогда Вы получите не рекламу, а антирекламу, также колл центр дополнительно предоставит статистику о количестве звонков, поможет собрать доп. информацию о потребителях и участниках акции. Регистрация участников проводимых Вами мероприятий - отлично подойдет Вам, Вы организуете большие мероприятия, на пример, семинары. Прием заказов. На базе call центра Вы можете организовать Службу приема заказов, для собственников Веб - магазинов либо для тех, кто планирует открытие филиала том либо ином городе в пробном режиме или на время сезона. Тех. поддержка. Для тех. поддержки операторы проходят значительное обучение продуктам. Но даже в случае, когда они не смогут ответить на вопрос, абонента просто переадресуют на специалиста. Последнему, в любом случае, не придется тратить свое дорогое время отвечая на простые вопросы. Организация справочно-информационных служб. Справочно-информационная служба поможет Вашим потребителям (настоящим и возможным) выяснить график работы Ваших кабинетов, филиалов и торговых точек. Уточнить информацию об услугах, товарах и их стоимости. Их наличие.