

*Скорін Юрій Іванович,
Щербаков Олександр Всеволодович,
Литвинець Анастасія Станіславівна*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

(м. Харків)

***МОДУЛЬ АНАЛІТИКИ ЩОДО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ
КОНТАКТ-ЦЕНТРУ «CONNECTISS»***

Підтримка клієнтів за допомогою телефону вже є стандартом для сучасних компаній, але зараз намітився перехід на новий рівень, тобто рівень, який передбачає перехід на IP-телефонію замість традиційної.

Головне завдання колл-центру це надавати клієнтам певну підтримку з використанням засобів телефонії, тобто за допомогою голосового зв'язку.

При цьому тут не тільки приймають, але і здійснюють дзвінки, наприклад, щоб надати технічну підтримку, виставити рахунок, підтвердити замовлення, уточнити деталі доставки, провести опитування.

Навантаження в цьому випадку розподіляється між співробітниками технічної підтримки, відділу маркетингу, відділу продажів і інших.

Наведений формат це найпопулярніший, але вже далеко не єдиний формат, тому колл-центр може бути самостійним підрозділом або входити до складу контакт-центру.

Новітні технології ведуть до оновлення принципів роботи колл-центру, тому що з'являються нові можливості, завдяки чому колл-центр стає контакт-центром.

Контакт-центр використовує різні канали зв'язку: голосовий зв'язок, веб-чати, електронна пошта, онлайн-факси, соцмережі тощо.

Тут обробляють вхідні запити, які надходять по різних каналах, відповідають на них або виходять на зв'язок з клієнтом для вирішення.

Таким чином, можливості і завдання контакт-центру ширше, ніж у колл-центру: це своєрідне «серце», з якого виходять усі комунікації з клієнтом і основа для багатоканального маркетингу [1].

Контакт-центри - це новий щабель у розвитку колл-центрів, що спроможне вирішувати більшу кількість завдань в спілкуванні з клієнтами.

Колл-центри, як і раніше виконують свої функції, але більш уразливі, їх обладнання швидко застаріває, а можливості в плані підтримки помітно менші. Але остаточний вибір залежить від галузі, рівня доходів і потреб компанії.

Контакт-центр це свого роду передова при взаємодії як з реальними, так і з потенційними клієнтами.

Від того, наскільки якісно, оперативно і комплексно оператор обслужить заявку або звернення, залежить прибуток компанії.

Саме тому клієнтський сервіс є дуже важливим. Якщо в компанії свого контакт-центру немає, вона звертається до послуг аутсорсингової служби.

Постійний моніторинг і оцінка діяльності контакт-центру дозволяє виявити слабкі моменти, можливі помилки та намітити шляхи для вдосконалення його роботи.

У першу чергу, це стосується досить великих компаній, таких як, наприклад, контакт-центр «CONNECTISS».

За допомогою аудиту можливо оцінити якість роботи кожного менеджера і визначити, що потрібно для підвищення ефективності роботи ваших менеджерів.

Таким чином, найважливішою проблемою для таких підприємств стає оптимізація роботи, підвищення ефективності, покращення умов роботи співробітників [2 – 4].

Проведений аналіз показав, що на порядок денний виходить рішення таких завдань, як:

- час очікування клієнтом відповіді - не повинно перевищувати заданих значень (в середньому близько 15-20 секунд);

- частка дзвінків, проблема яких була вирішена при першому зверненні - суть в назві, навіть складні ситуації слід намагатися вирішувати відразу;

- світовий стандарт знаходиться на рівні 75-80%;

- частка дзвінків, в яких абонент поклав трубку, не дочекавшись відповіді в принципі - цей показник повинен бути не вище 6-7%;

- частка дзвінків, які перенаправленні в інший відділ або супервайзеру - дослідники звертають увагу, що повторна необхідність пояснення своєї ситуації або питання знижує якість клієнтського сервісу;

- відсутність сигналу «зайнято» - сучасні компанії не можуть собі дозволити не прийняти навіть один надходить дзвінок;

- середній час, необхідний оператору для обслуговування одного клієнта - ситуації і проблеми бувають різними, проте стандарт знаходиться на рівні 5 хвилин;

- оцінювання, яке проставлене самими користувачами - як правило, після закінчення розмови;

- виконання зазначених цілей - показники, які визначаються і плануються до запуску маркетингової кампанії.

Досить часто питання ключових помилок в дзвінках, кількості дзвінків, які прослухані співробітниками відділу якості, середні значення по проектам працівники виконували «вручну», тобто на папері або в документі Excel.

Це вимагає багато часу, економічних ресурсів на оплату праці та ін. Але сучасність вимагає автоматизації максимальної кількості процесів, скорочення часу на обробку даних.

Технології, які можуть забезпечити вирішення наведених проблем є web-технології, які забезпечують можливість побудови сайту за допомогою певних фреймворків.

Значна кількість відомих фреймворків створені у вигляді бібліотек, які дають можливість із відносною легкістю створювати високонавантажені інформаційні системи.

Прикладами таких фреймворків, які використовують мову JavaScript є: Node.js, React.js, JQuery, Angular, Ember.js, Titanium.

Під час вирішення поставленого завдання були виконували такі програмні засоби, як мова розмітки гіпертексту HTML, мова стилів CSS, динамічна, об'єктно-орієнтована прототипна мова програмування JavaScript.

Область застосування JavaScript дуже широка.

Так за допомогою мови JavaScript стало можливо виконувати різні дії на Web-сторінках, не посилаючи дані на сервер.

Запропоноване програмне забезпечення, серед відмінних рис якого слід виділити наступні:

- спеціалізація продукту під конкретного працівника відділу якості,
- кожного з операторів,
- кожного з працюючих у компанії.

Література:

1. Чем контакт-центр отличается от колл-центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://callcenters.by/wiki/-callcenters/359otsenkakachestva-koll-tsentra>.
2. Оценка качества колл-центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://callcenters.by/wiki/-callcenters/359otsenkakachestva-koll-tsentra>.
3. Как следить за качеством звонка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zadarma.-com/ru/blog/call-quality/>.
4. Сайт компанії [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <https://connecticall.com/quality>.
5. Как IVR приводит к вам больше довольных клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://dzinga.com/ru/blog/stp-products/ivr_happy_clients/.