

Case Study



atman

Click 2 Dial
Podłącz telefon do Salesforce'a



Focus Telecom Polska



Case Study

**Optymalizacja procesu sprzedaży i obsługi
klienta w ATM S.A. [właściciel marki Atman]**

Wstęp:

Przykład wzorowego wdrożenia oprogramowania Focus Contact Center oraz jego integracji z Salesforce CRM w celu odkrycia potencjału działu sprzedaży oraz obsługi klienta w branży B2B.

Dostawca: Focus Telecom Sp. z o.o.

Lider na polskim rynku w zakresie rozwoju i dystrybucji rozwiązań chmurowych Contact Center (CTI) oraz zintegrowanych Systemów Obsługi Klienta dla sektora biznesowego (B2B). Laureat wielu nagród za osiągnięcia w dziedzinie innowacyjnych rozwiązań komunikacyjnych i sprzedażowych.

Odbiorca: ATM S.A. - właściciel marki Atman

Lider polskiego rynku centrów przetwarzania danych świadczący usługi o decydującym znaczeniu dla firm działających w różnych sektorach gospodarki, niezależnie od ich wielkości.

Z sukcesem zaspokajają rosnące potrzeby przedsiębiorstw z obszaru:

- przechowywania i przetwarzania danych,
- telekomunikacji,
- outsourcingu IT
- bezpieczeństwa.

Spis Treści:

1. Geneza projektu: Stan przed wdrożeniem.....	4
2. Cel projektu: Optymalizacja procesów sprzedaży i obsługi klienta.....	6
3. Zakres projektu: Harmonogram.....	7
4. Wyniki projektu: Korzyści dla poszczególnych beneficjentów.....	9
5. Organizacja ATM S.A	10
6. Klient końcowy	12
7.Podsumowanie	13

1. Geneza projektu: Stan przed wdrożeniem

Podobnie jak wiele podmiotów na rynku, w firmie ATM S.A. prowadzono komunikację z klientami w oparciu o technologię stacjonarnej centrali telefonicznej. Rozwiązanie to miało kilka poważnych wad na dwóch poziomach:

operacyjnym:

- zarządzanie zmianami wymagające obsługi przez dział IT oraz konieczności angażowania poddostawców w proste czynności administracyjne,
- brak możliwości integracji z różnymi systemami w organizacji (w tym Salesforce CRM);

biznesowym:

- brak raportów w czasie rzeczywistym dla kierownictwa działu Biura Obsługi Klienta i Sprzedaży Telefonicznej,
- ograniczenia funkcjonalne samej centrali - niedostosowanie dla potrzeb biznesu (np. brak panelu agenta, brak kampanii, brak możliwości obsługi agentów zewnętrznych),
- niemożność integracji procesów z Sales Cloud Salesforce CRM i związana z tym konieczność powielania czynności

Firma ATM S.A. prowadzi bardzo wrażliwy biznes, ponieważ zarządza danymi powierzonymi przez innych klientów, dlatego całkowite bezpieczeństwo danych jest kluczowym warunkiem wprowadzania zmian związanych z wdrażaniem nowych technologii.

W 2017 r. W firmie wdrożono system CRM - Salesforce, co otworzyło zupełnie nowe możliwości związane z wielowymiarową integracją poszczególnych systemów ATM. Kluczowym obszarem, na którym postanowiono się skupić, były kwestie związane z obsługą klienta oraz próba ich skutecznej optymalizacji, tak aby miały one jak najlepszy wpływ na zadowolenie końcowego odbiorcy.

Inicjatorzy projektu: ATM S.A. [Atman]

Kierownictwo Działu Obsługi Klienta i Sprzedaży Telefonicznej, Marketingu oraz Zarząd firmy podjęły decyzję o zmianach związanych z procesami komunikacyjnymi i zwiększeniem potencjału zespołów.

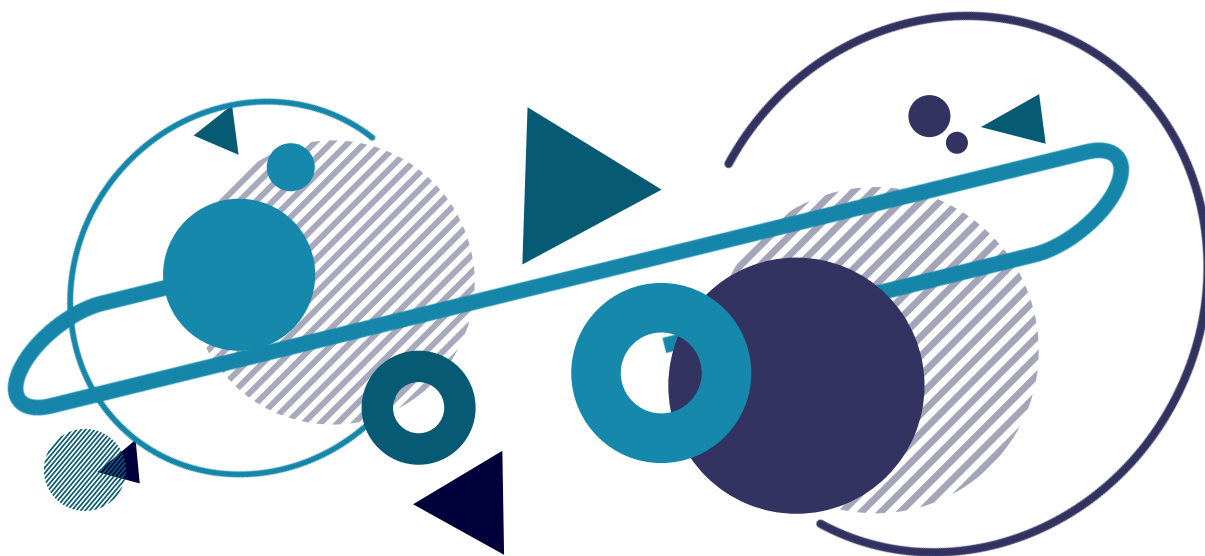
Potrzebę zmian uzasadniono przede wszystkim:

- koniecznością sprawnego zarządzania całością procesów komunikacji,
- potrzebą stałego, dokładnego monitoringu interakcji z klientami,
- dążeniem do zwiększenia efektywności zarządzania pracą zespołów Sprzedaży i BOK,
- chęcią wykorzystania pełnej mocy systemu Salesforce w kluczowych obszarach organizacji.

2. Cel projektu:

Optymalizacja procesów sprzedaży i obsługi klienta

Firma ATM S.A., we współpracy z Focus Telecom, podjęła decyzję o przebudowie całej infrastruktury komunikacyjnej oraz całościowym przekształceniu procesów w celu:



- uwolnienia pełnego potencjału Działu Sprzedaży Telefonicznej,
- standaryzacji profesjonalnej obsługi klienta,
- automatyzacji powtarzalnych czynności,
- usprawnienia komunikacji pomiędzy systemami w firmie (CTI - Salesforce CRM),
- docelowo umożliwienie pracownikom wygodnej pracy na systemie Salesforce CRM (praca na kartach klienta wewnątrz CRM),
- utrzymanie najwyższych standardów bezpieczeństwa.

3. Zakres projektu: Harmonogram

Faza I [Q1-Q2 2018]

Zakres prac obejmował wdrożenie platformy wielokanałowej komunikacji Focus Contact Center:

- dotychczasowa infrastruktura telekomunikacyjna została całkowicie przemodelowana oraz przeniesiona do środowiska chmurowego,
- pracownicy Działu Obsługi Klienta i Sprzedaży Telefonicznej rozpoczęli pracę na panelach agenta oraz kampaniach FCC,
- kierownicy BOK oraz Marketingu uzyskali dostęp do narzędzi administracyjnych oraz raportowych systemu.

Dodatkowo zintegrowano system Focus Contact Center z systemem klasy Service-desk, co umożliwiło lepszą i szybszą wymianę informacji pomiędzy działami w firmie.

Faza II [Q3-Q4 2018]

Zakres prac objął integrację platformy wielokanałowej komunikacji Focus Contact Center z systemem CRM Salesforce za pomocą specjalnej aplikacji Click2Dial.

- **instalacja wtyczki Click2Dial w systemie Salesforce,**
- integracja numerów telefonicznych oraz procesów pomiędzy platformami FCC a Salesforce CRM,
- pracownicy Działu Obsługi Klienta i Sprzedaży Telefonicznej rozpoczęli pracę bezpośrednio w Salesforce CRM na kontaktach i kontach,
- wszyscy pracownicy, obok szczegółowych raportów FCC, mogą też korzystać z raportów i dashboardów Salesforce.

Faza III [Q2-Q3 2019]

Zakres prac obejmował:

- wdrożenie i integrację widgetu SiteCall (callback) na stronach www firmy ATM, aby zwiększyć interakcję z klientami i poprawić Customer Experience,
- wdrożenie ankiet satysfakcji po każdym kontakcie z klientem w celu zbierania obiektywnych opinii (VOC - Voice Of Customer) - Q3
- dostosowanie ww. mechanizmów do standardów RODO,
- szkolenie dla konsultantów.

4. Wyniki projektu: Korzyści dla poszczególnych beneficjentów

Kierownicy działów biznesowych:

- odzyskanie niezależności przez biznes: możliwość projektowania i szybkiego wdrażania zmian w procesach komunikacyjnych i obsługowych,
- transparentność danych i efektywność: zupełnie nowe funkcjonalności związane z raportowaniem i monitoringiem pracy oraz procesów w zintegrowanych systemach Focus Contact Center i Salesforce,
- szybsze szkolenie: nagrywanie rozmów znacznie poprawia jakość i szybkość wdrażania nowo zatrudnionych pracowników,
- jakość obsługi klienta: za pomocą Focus Contact Center i Click2Dial realizowane są cele norm ISO i zalecenia audytów wewnętrznych,
- lepsza ocena pracy: każda interakcja zostaje oznaczona za pomocą klasyfikatora. Możemy w sposób wymierny oceniać efektywność kampanii i naszych ludzi,
- oszczędność czasu i pieniędzy: wiele zadań zostało zautomatyzowanych i uwolniło zasoby potrzebne w innych obszarach działań,
- higiena pracy: dzięki integracji z systemem Salesforce konsultanci nie muszą już używać kilku paneli do pracy. Wszystkie operacje mogą być prowadzone w jednym systemie CRM.

Pracownik działu sprzedaży i BOK:

- jakość pracy: pracownicy sprzedaży i BOK doceniają komfort pracy na jednym systemie,
- mniej błędów popełnianych w obsłudze dzięki dostępowi do nagrań,
- wsparcie dla samorozwoju dzięki możliwości analizowania procesów i nagrań,
- przejrzystość ocen: konsultanci są świadomi wyników swojej pracy na bieżąco,
- wygoda: automatyzacja rutynowych zadań, możliwość pełnowartościowej pracy zdalnej.



5. Organizacja ATM S.A.



- nowe możliwości w zakresie sprzedaży, obsługi klienta, monitorowania procesów biznesowych tworzenia obiektywnych programów motywacyjnych dla pracowników,
- większa i bardziej efektywna sprzedaż produktów i usług dzięki standaryzacji i optymalizacji procesów,
- zmiana modelu kosztowego rozwiązania z CAPEX na OPEX (dzięki zastosowaniu modelu cloud computing)
- szybszy zwrot z inwestycji w szkolenie nowo zatrudnionych pracowników,
- większe zadowolenie kierownictwa i pracowników Działu Obsługi Klienta i Sprzedaży Telefonicznej,
- szybsza wymiana danych między systemami.



6. Klient końcowy



Największym i najważniejszym beneficjentem projektu jest klient. Każde wdrożone rozwiązanie stawia jego komfort i potrzeby w centralnej pozycji:

- lepsza i szybsza obsługa: funkcja "Karty Klienta" umożliwia automatyczne rozpoznanie powracającej osoby oraz wyświetla konsultantowi BOK odpowiednią kartę kontaktu w systemie CRM Salesforce. Dzięki temu właściwy konsultant uzyskuje od razu historię interakcji z klientem i może budować z nim indywidualną relację
- poprawa jakości obsługi klienta: poprzez poprawne rozpoznanie dzwoniącego oraz odpowiednie delegowanie połączeń. Dzięki temu konsultanci łatwiej spełniają wymogi standardów SLA
- poprawa relacji z klientem: mechanizm zachowania relacji umożliwia kierowanie połączeń do konsultanta, który ostatnio zajmował się obsługą danego klienta. Dzwoniący nie musi już przechodzić powtórnej weryfikacji oraz rozpoznania sprawy. To oszczędność czasu zarówno dla klienta, jak i konsultantów BOK.
- dostępność BOK: optymalne wykorzystanie kolejek, IVR, transferów wewnętrznych i zewnętrznych pozwala osiągnąć niemal całkowitą dostępność i skrócić czas obsługi zgłoszenia
- całkowite wyeliminowanie nierozwiązanych zgłoszeń: dzięki integracji wielu systemów klient ma gwarancję, że jego sprawa zostanie obsłużona według ustalonych standardów, w jak najszybszym terminie.



7. Podsumowanie

Proces zmian to poważne wyzwanie dla każdej organizacji, zwłaszcza jeżeli dotyczy tak kluczowych obszarów jak sprzedaż, obsługa klienta i marketing. Sukces transformacji ATM S.A. z udziałem Focus Telecom Polska w oparciu o najnowsze rozwiązania informatyczne jest owocem doskonałego planowania i jasnego określenia celów projektu, zarówno po stronie klienta jak i dostawcy usług. Wdrożone zmiany z pewnością zapoczątkują doskonałymi wynikami w przyszłości.





Case Study

Optymalizacja procesu sprzedaży i obsługi
klienta w ATM S.A. [właściciel marki Atman]



Focus Telecom Polska

tel. 48 222 289 289

email: pr@focustelecom.pl

ul. Ostrobramska 101a

04-041 Warszawa

www.focustelecom.pl