



Focus Telecom
Unified Communication Systems



Raportowanie i analiza danych Business Intelligence

jak podejmować dobre decyzje na drodze rozwoju przedsiębiorstwa?

Tomasz Paprocki i Ewa Łapińska

18 Maja 2023

WWW.FOCUSTELECOM.PL

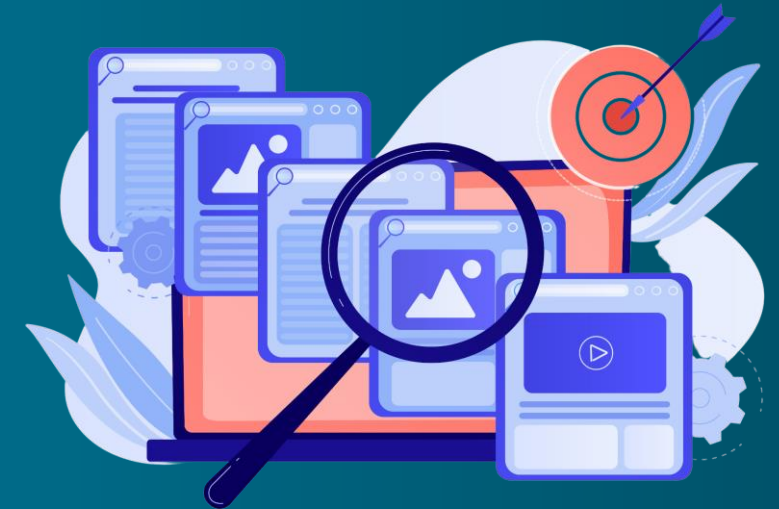
AGENDA

1. **RAPORTOWANIE** – jak powinno właściwie wyglądać, aby spełniać cele organizacji?
2. **5 TYPOWYCH BŁĘDÓW** podczas raportowania w procesach komunikacyjnych.
3. **RAPORTOWANIE VS. MONITORING** – czym się różnią i kiedy je zastosować?
4. **JAKIE DANE ZBIERAMY W PROCESACH KOMUNIKACYJNYCH** – macierz źródeł i zakresu danych.
5. **KOMUNIKACJA TO NIE WSZYSTKO!** Czyli dlaczego warto łączyć dane z wielu obszarów.
6. **ANALIZA DANYCH** – Business Intelligence co to właściwie jest :)
7. **DATA DRIVEN**, czyli jak podejmować właściwe decyzje w oparciu o dane.
8. **SELF-SERVICE ANALYTIC** – jak ad-hockowo dopasować raport do potrzeb?
9. **JAK PRACOWAĆ Z RAPORTEM** – 5 zasad, o których powinieneś pamiętać!
10. Porównanie sytuacji rynkowej firm, **KTÓRE STOSUJĄ BI, NA TLE KONKURENCJI.**

Raportowanie –

Jak powinno właściwie wyglądać, aby spełniać cele organizacji?

- ✓ **Dobry raport** precyzyjnie odpowiada na potrzeby jego adresatów tzn. być spersonalizowany
- ✓ **Celem raportu** jest udzielenie odpowiedzi na konkretne pytanie
- ✓ **Wartościowy raport** powinien przede wszystkim być zrozumiały – nomenklatura
- ✓ **Optymalny raport** jest elastyczny w zakresie danych o okresie pomiaru – Interaktywny
- ✓ **Graficzna reprezentacja** danych znacznie ułatwia obserwację trendów i odchyleń



**Nadrzędną funkcją raportu
jest dostarczenie analiz i odpowiedzi na poziomie strategicznym!**

5 typowych błędów podczas raportowania – procesy komunikacyjne

1. Zadbaj o **porównywalność** tzn. stałość metody pomiaru
2. **Badaj** regularnie
3. Uzgodnij i **opisz nomenklaturę** i metodę liczenia
4. Wykorzystaj **więcej niż jeden wskaźnik** – korelacja
5. Efektywność obsługi klienta dobrze **wyrażać w liczbach**



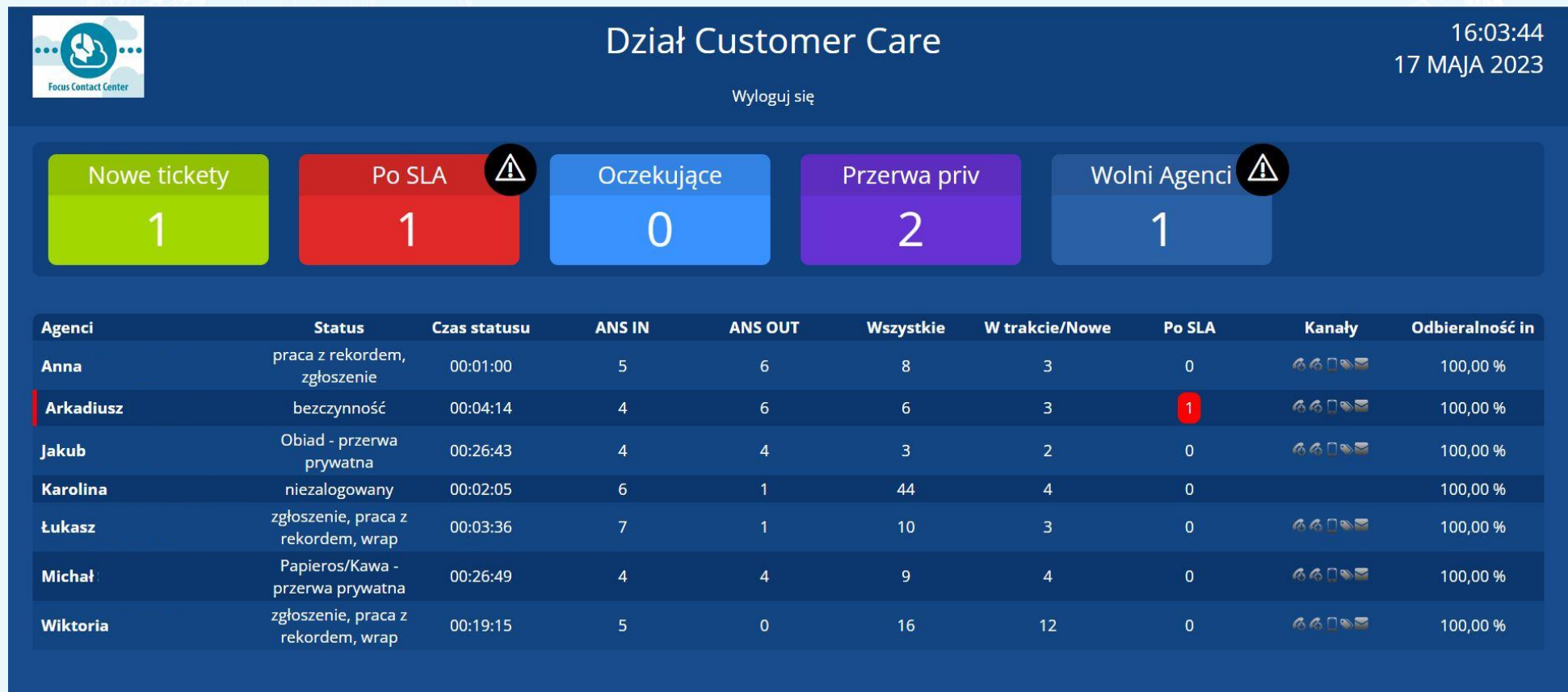
Raportowanie vs. Monitoring –

Zmiany komunikacyjne na rynku: Czego oczekują od Ciebie Twoi Klienci?

RAPORTOWANIE	MONITOROWANIE
➤ Dla Managerów i Zarządu	➤ Dla Wszystkich w firmie na wszystkich poziomach
➤ Pokazuje historię	➤ Pokazuje stan obecny
➤ Pozwala wyciągać wnioski i podejmować decyzję na przyszłość	➤ Informuje o niepożądanym stanie – ostrzega
➤ Charakter cykliczny	➤ Charakter bieżący
	➤ Pozwala przeciwdziałać (zasoby, priorytety, szybkość)
	➤ Nastawiony na ułatwia codzienną pracę zespołu
	➤ Zapewnia transparentność

Wallboard

- Baza raportowa zawiera surowe dane z platformy FCC i umożliwia wykorzystanie ich do tworzenia własnych statystyk, raportów, wykresów i dashboardów
- Wizualizacja danych realizowana jest z wykorzystaniem dowolnego programu Business Intelligence
- Baza raportowa przeznaczona jest dla każdego, kto zajmuje się nadzorowaniem pracy zespołów (np. menagerowie, kierownicy), ale też dla osób, które odpowiadają za analizę danych (np.: data analyst).



Jakie dane zbieramy w procesach komunikacyjnych?

Macierz źródeł i zakresu danych

Kontakty



- Połączenie
 - E-mail
 - Chat
 - SMS
 - Formularze
 - Facebook
- + Dane powiązane:
- z jakiego numeru,
 - czas trwania,
 - kto,
 - jak długo,
 - jaka ocena klienta,
 - jaka ocena managera.

Przeptywy



- IVR
- Przelew
- Konsultacja
- Transfer

Jakie dane zbieramy w procesach komunikacyjnych?

Macierz źródeł i zakresu danych

Statystyki



→ All

Baza



- Ilość (unikalne)
- Aktywność w kampaniach
- Aktywność TOTAL
- Źródło pochodzenia

Wydarzenia



- Klasyfikatory
- Zgłoszenia
- Zadania

Rekordy



- Dane kontaktowe
- Pola rekordu

Jakie dane zbieramy w procesach komunikacyjnych?

Macierz źródeł i zakresu danych

Zaplanowane działania



- Re-call
- Nowy kontakt

Ludzie



- Aktywności
- Dane pracownika
- Parametry jakościowe

Nagrania



- Treści
- Skrypt
- Ocena

Komunikacja to nie wszystko!

Czyli dlaczego warto łączyć dane z wielu obszarów?





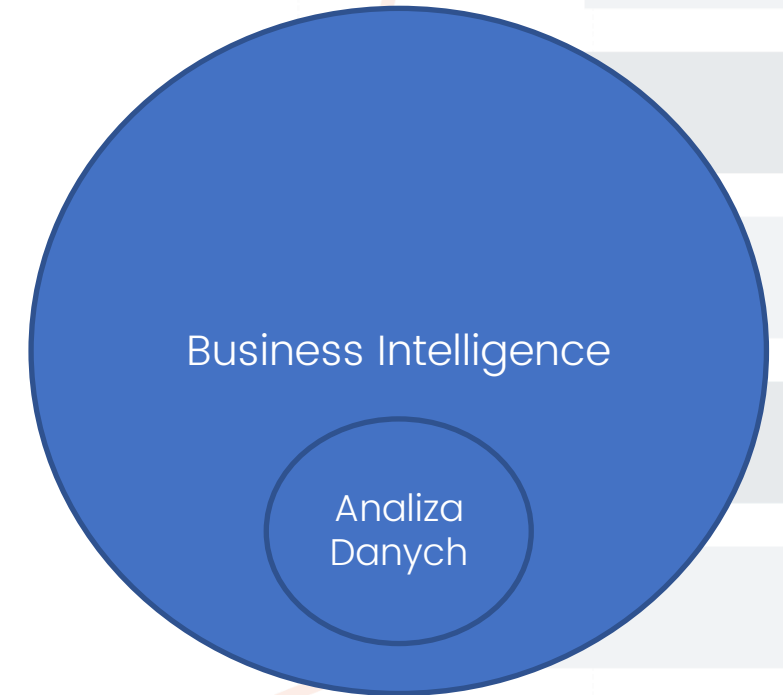
POMAGAMY ZROZUMIEĆ TWOJE DANE



ANALIZA DANYCH I BUSINESS INTELLIGENCE

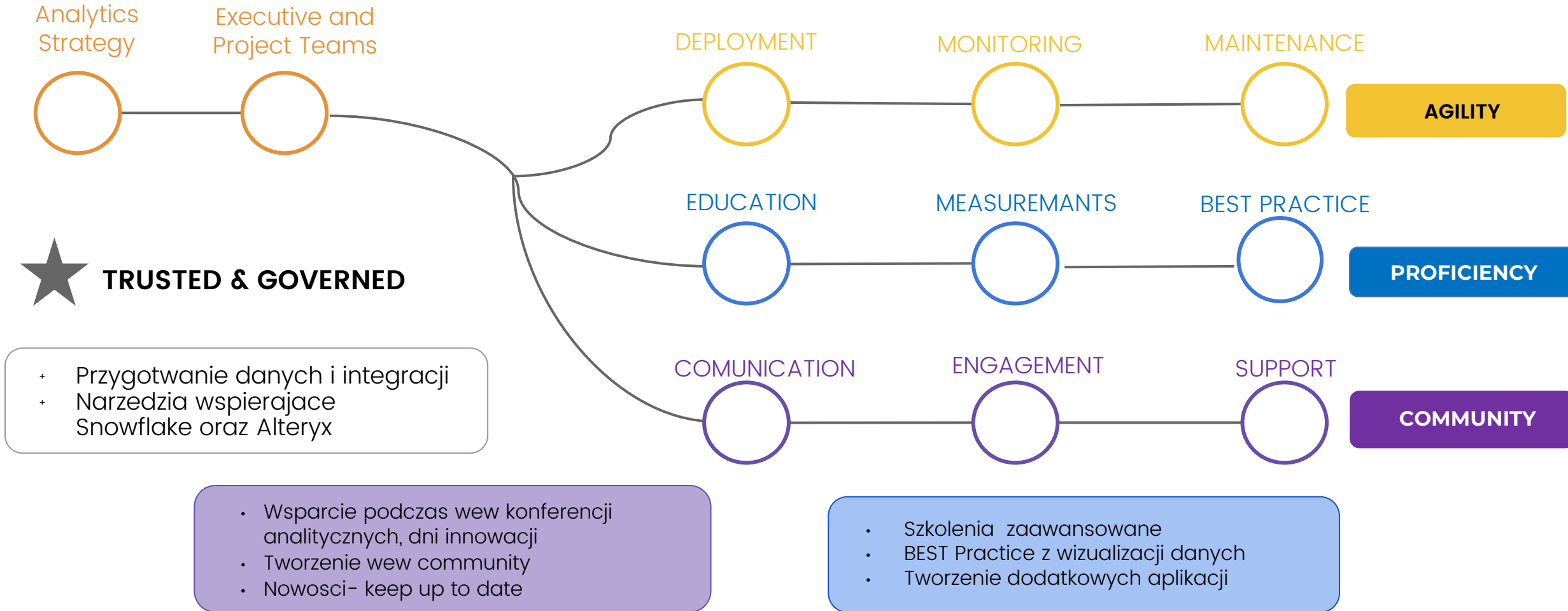
Różne poziomy analizy danych :

- > Pliki Excel i raporty gotowe/systemowe
- > Raportowanie z wykorzystaniem narzędzi BI
- > Automatyzacja procesu raportowania
- > Raportowanie ad-hoc
- > Data Science i analizy statystyczne
- > Wykorzystanie AI w raportowaniu



ORGANIZACJA DATA DRIVEN

- + Optymalizacja raportów
- + Doradztwo w zakresie architektury
- + SLA



SELF-SERVICE ANALYTIC –

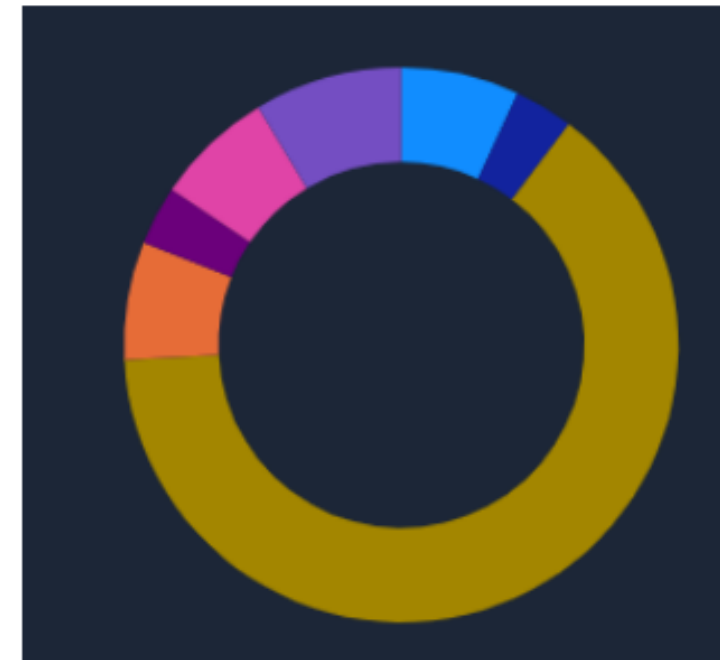
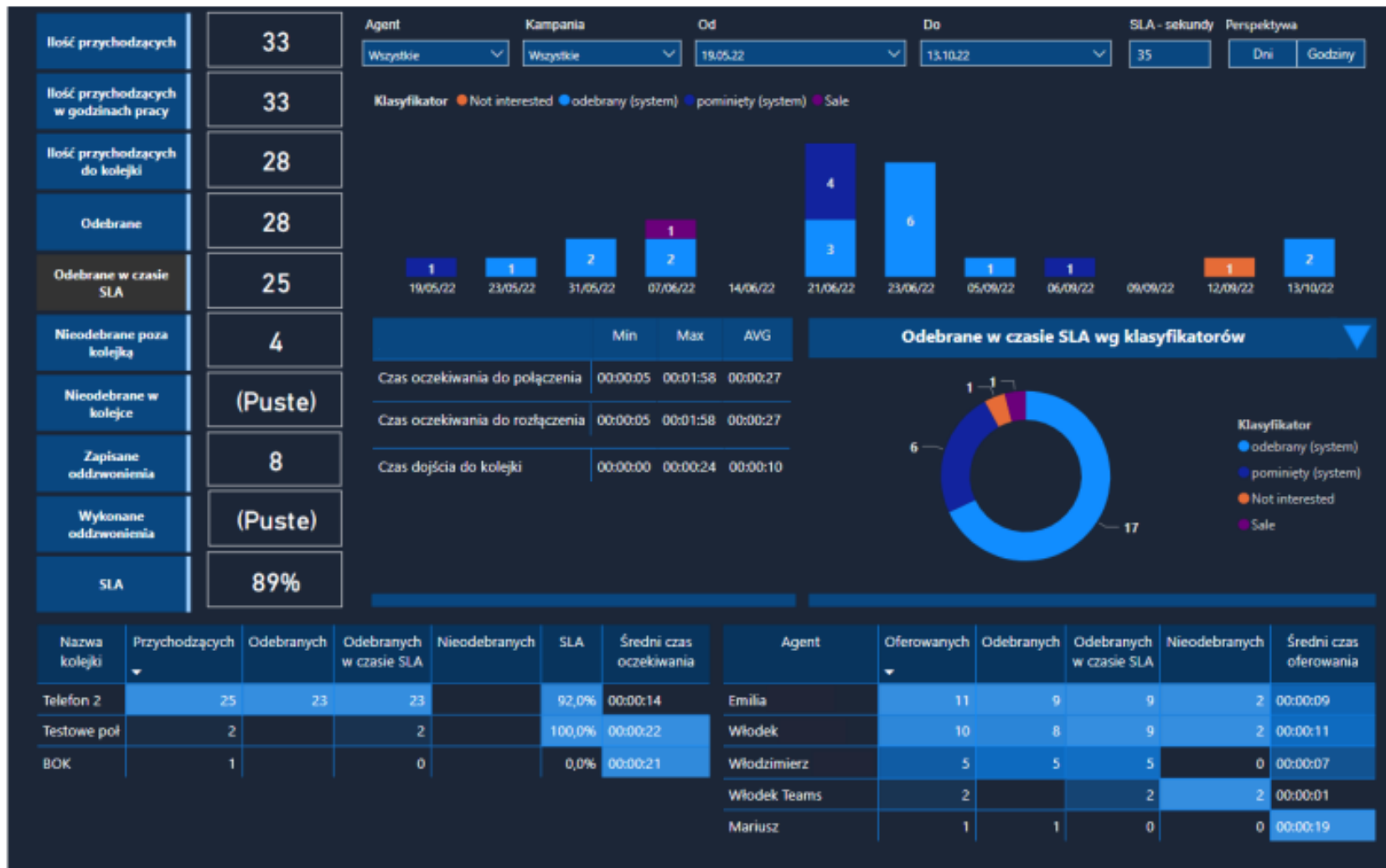
wizualizacja graficzna danych i raportowanie ad-hoc



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	Service ID	Operation	Start Date	End Date	Agent Position	Customer ID	Product	Service Type	Agent	
2	Case 1	Inbound Call	9.3.10 8:05	9.3.10 8:10	FL	Customer 1	MacBook Pro	Referred to Servicer	Helen	
3	Case 1	Handle Case	11.3.10 10:30	11.3.10 10:32	FL	Customer 1	MacBook Pro	Referred to Servicer	Helen	
4	Case 1	Call Outbound	11.3.10 11:45	11.3.10 11:52	FL	Customer 1	MacBook Pro	Referred to Servicer	Henk	
5	Case 2	Inbound Call	4.3.10 11:43	4.3.10 11:46	FL	Customer 2	MacBook Pro	Referred to Servicer	Susi	
6	Case 3	Inbound Call	25.3.10 9:32	25.3.10 9:33	FL	Customer 3	MacBook Pro	Referred to Servicer	Mary	
7	Case 4	Inbound Call	6.3.10 11:41	6.3.10 11:51	FL	Customer 4	iPhone	Referred to Servicer	Fred	
8	Case 5	Inbound Call	18.3.10 10:54	18.3.10 11:01	FL	Customer 5	MacBook Pro	Product Assistance	Kenny	
9	Case 6	Inbound Call	25.3.10 17:09	25.3.10 17:13	FL	Customer 6	MacBook Pro	Referred to Servicer	Harold	
10	Case 6	Inbound Call	25.3.10 17:16	25.3.10 17:18	FL	Customer 6	MacBook Pro	Referred to Servicer	Nancy	
11	Case 6	Inbound Call	26.3.10 8:36	26.3.10 8:40	FL	Customer 6	MacBook Pro	Referred to Servicer	Elena	
12	Case 7	Inbound Call	18.3.10 11:49	18.3.10 11:50	FL	Customer 7	MacBook Pro	Product Assistance	Karen	
13	Case 8	Inbound Call	11.3.10 9:20	11.3.10 9:23	FL	Customer 8	MacBook Pro	Referred to Servicer	Karen	
14	Case 9	Inbound Email	19.3.10 19:47	21.3.10 8:17	FL	Customer 9	MacBook Pro	Product Assistance	Samuil	
15	Case 9	Call Outbound	21.3.10 8:32	21.3.10 8:33	FL	Customer 9	MacBook Pro	Product Assistance	Samuil	
16	Case 9	Handle Email	21.3.10 8:33	21.3.10 8:33	FL	Customer 9	MacBook Pro	Product Assistance	Samuil	
17	Case 10	Handle Email	27.3.10 11:29	27.3.10 11:30	FL	Customer 10	iPhone	Product Assistance	Jochem	
18	Case 11	Inbound Call	27.3.10 8:09	27.3.10 8:11	FL	Customer 11	iPhone	Product Assistance	Irena	
19	Case 12	Inbound Call	29.3.10 9:28	29.3.10 9:29	FL	Customer 3	MacBook Pro	Product Assistance	Wil	
20	Case 13	Inbound Call	5.3.10 10:13	5.3.10 10:15	FL	Customer 12	MacBook Pro	Product Assistance	Ton	
21	Case 14	Inbound Call	4.3.10 7:49	4.3.10 7:50	FL	Customer 3	iPhone	Product Assistance	Wil	
22	Case 15	Inbound Call	7.3.10 8:06	7.3.10 8:13	FL	Customer 13	iPhone	Product Assistance	Erik	
23	Case 16	Inbound Call	25.3.10 10:26	25.3.10 10:34	FL	Customer 14	MacBook Pro	Referred to Servicer	Helen	
24	Case 17	Inbound Call	4.3.10 7:35	4.3.10 7:46	FL	Customer 15	MacBook Pro	Referred to Servicer	Kenny	
25	Case 17	Handle Case	4.3.10 7:53	4.3.10 7:55	FL	Customer 15	MacBook Pro	Referred to Servicer	Kenny	
26	Case 17	Handle Case	8.3.10 11:16	8.3.10 11:18	FL	Customer 15	MacBook Pro	Referred to Servicer	Kenny	
27	Case 17	Handle Case	11.3.10 11:15	11.3.10 11:19	FL	Customer 15	MacBook Pro	Referred to Servicer	Kenny	
28	Case 17	Inbound Call	14.3.10 17:53	14.3.10 17:56	FL	Customer 15	MacBook Pro	Referred to Servicer	Monique	
29	Case 18	Inbound Call	25.3.10 10:35	25.3.10 10:38	FL	Customer 16	iPhone	Referred to Servicer	Karen	
30	Case 19	Inbound Email	14.3.10 14:08	18.3.10 8:04	FL	Customer 17	MacBook Pro	Product Assistance	Henk	
31	Case 19	Inbound Email	18.3.10 8:06	18.3.10 8:07	FL	Customer 17	MacBook Pro	Product Assistance	Henk	
32	Case 19	Handle Case	18.3.10 8:07	18.3.10 8:08	FL	Customer 17	MacBook Pro	Product Assistance	Henk	
33	Case 19	Handle Case	18.3.10 8:09	18.3.10 8:09	FL	Customer 17	MacBook Pro	Product Assistance	Henk	
34	Case 20	Handle Case	27.3.10 11:39	27.3.10 11:39	FL	Customer 18	iPhone	Product Assistance	Mariska	
35	Case 20	Handle Case	27.3.10 12:04	27.3.10 12:10	FL	Customer 18	iPhone	Product Assistance	Mariska	
36	Case 20	Handle Case	4.4.10 9:34	4.4.10 9:34	FL	Customer 18	iPhone	Product Assistance	Mariska	
37	Case 21	Inbound Call	4.3.10 12:17	4.3.10 12:22	FL	Customer 19	iPhone	Product Assistance	Anne	
38	Case 22	Inbound Call	22.3.10 8:30	22.3.10 8:31	FL	Customer 3	MacBook Pro	Product Assistance	Erik	
39	Case 23	Inbound Call	22.3.10 14:59	22.3.10 15:13	FL	Customer 20	iPhone	Referred to Servicer	Ton	

SELF-SERVICE ANALYTIC –

wizualizacja graficzna danych i raportowanie ad-hoc



ZADANIE – Ile razy w poniższym zestawieniu występuje liczba 5

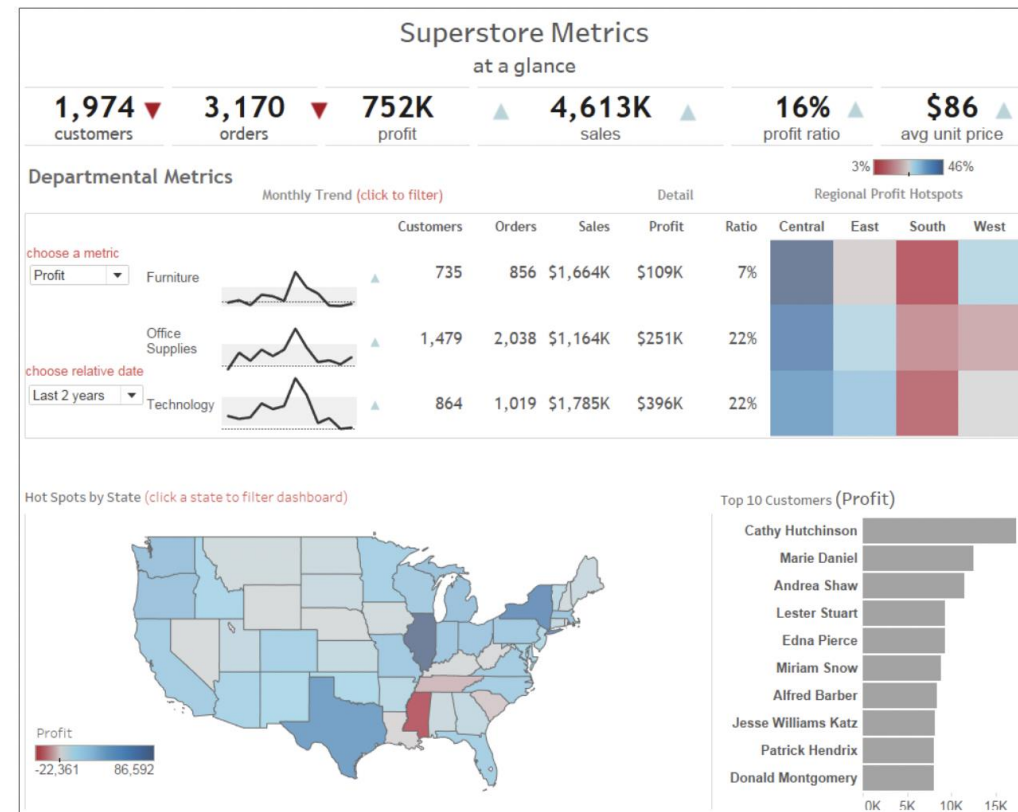
987349790275647902894728624092406037070570279072
803208029007302501270237008374082078720272007083
247802602703793775709707377970667462097094702780
927979709723097230979592750927279798734972608027

ZADANIE – Ile razy w poniższym zestawieniu występuje liczba 5

98734979027**5**647902894728624092406037070**5**70279072
803208029007302**5**01270237008374082078720272007083
24780260270379377**5**709707377970667462097094702780
927979709723097230979**5**927**5**0927279798734972608027

JAK PRACOWAĆ Z RAPORTEM – 5 zasad

1. Skup się na najważniejszych **metrykach** które chcesz monitorować.
2. Używaj **wizualizacji** – szybciej zrozumiesz informacje.
3. Aktualizuj dane w dashboardzie **na bieżąco**.
4. Dostosuj **dashboard** do swoich potrzeb.
5. Analizuj dane i podejmuj decyzje – wykorzystaj **potencjał danych**.



O czym warto pamiętać?

Podsumowanie

1. Jak wygląda dobry raport? **Raport powinien być zwięzły, zrozumiały, interaktywny**, a przede wszystkim odpowiadać na konkretne potrzeby odbiorców.
2. Zadbaj o **porównywalność danych** i badaj je regularnie!
3. Pamiętaj! Raport to nie **monitoring**!
4. Tworząc raport miej na uwadze, że **różne źródła** oferują **różny zakres danych**.
5. Komunikacja to nie wszystko! Pamiętaj o **integracji danych** i badaniu ich korelacji.

Zapraszamy na kolejny webinar!

Skuteczna komunikacja z klientem w procesie zakupu oraz obsługi zamówień



Automatyzacja i integracja kluczem
do zwiększenia przychodów
w sklepie internetowym i sieci sklepów stacjonarnych.

14 czerwca 2023 o godz. 11.00



WŁODZIMIERZ SUMIŃSKI

Dyrektor ds. Rozwoju Biznesu
Focus Telecom

TOMASZ PAPROCKI

Dyrektor ds. Rozwoju Biznesu
Focus Telecom

Zapraszamy na kolejny webinar!

Kluczowe KPI i standardy skutecznej obsługi klienta

Dobre praktyki w zarządzaniu komunikacją z klientami

22 czerwca 2023 o godz. 11.00



TOMASZ PAPROCKI

Dyrektor ds. Rozwoju Biznesu
Focus Telecom



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!



TOMASZ PAPROCKI

Dyrektor ds. Rozwoju Biznesu
Focus Telecom



Focus Telecom



EWA ŁAPIŃSKA

Business Development Manager
Astrafox

