

Wydawnictwo z call center w chmurze

Ze względu na konieczność podniesienia jakości telesprzedaży wydawnictwo Wolters Kluwer Polska SA zdecydowało się na budowę własnego call center. Wybrało rozwiązanie chmurowe.

MONIKA TOMKIEWICZ

Wolters Kluwer Polska oferuje produkty dla różnych grup profesjonalistów. Firma od lat korzysta z call center jako kanału sprzedaży i obsługi klienta. Wysoka specjalizacja produktów wymaga od konsultanta umiejętności sprzedażowych i znajomości produktu oraz ciekawej prezentacji przez telefon.

Idziemy na swoje

Firma przez lata korzystała z outsourcingu. Wyjątkiem była przychodząca infolinia z help deskiem, który do dziś jest wewnątrz organizacji. „Duża rotacja konsultantów u partnerów outsourcingowych i ciągłe doszkalanie nie wpływały dobrze na jakość i efektywność akcji. Z finansowego punktu widzenia rosnące koszty rekrutacji, a także samego działania akcji, nie były kompensowane przez skuteczność i wzrost sprzedaży. Zarząd udzielił mi zgody na zbudowanie wewnętrznego call center, głównie dla najważniejszych procesów tego kana-



ROBERT WASIAK

dyrektor Działu Telesprzedaży w Wolters Kluwer Polska

Rozwiązanie wirtualne sprawiło, że mogliśmy przy relatywnie niskich kosztach uruchomić call center bezpośrednio w Wolters Kluwer Polska, a to zwiększa prestiż pracy dla konsultanta. W połączeniu z wyspecjalizowaną kadrą zarządzającą podniosła się efektywność tego kanału sprzedaży i obsługi.

łu” – tłumaczy decyzję o budowie własnego call center Robert Wasiak, dyrektor Działu Telesprzedaży w Wolters Kluwer Polska. Wybór padł na system cloud.callcenter firmy Focus Telecom.

Polska firma Focus Telecom udzieliła profesjonalnego wsparcia przy wdrożeniu i nadal zapewnia wysokiej jakości pomoc posprzedażową. A to czynnik decydujący o być albo nie być call center. „Jedna godzina awarii po stronie dostawcy to olbrzymie straty organizacji. Na to nie mogłem sobie pozwolić. Jakość obsługi była dla mnie kluczowa. Rozwiązania proponowane przez Focus Telecom pokrywały się z potrzebami mojego działu w dniu uruchomienia wewnętrznego call center. Co więcej, te potrzeby rosną, a z nimi rozwija się oferta dostawcy” – uzasadnia wybór dostawcy Robert Wasiak.

Call center w jeden dzień

Wielką zaletą call center w chmurze są niskie koszty wejścia. Wystarczy zakup telefonów IP, słuchawek, nie potrzeba kosztownej infrastruktury i oprogramowania. Firmie zależało na uniknięciu kosztów serwisu i utrzymania. Ważne było, żeby technologia rozwiązania zapewniała narzędzia do pracy, a więc odpowiednie dla sytuacji biznesowej tryby dzwonienia preview, progressive i predictive, możliwości archiwizacji każdego kontaktu.

Wdrożenie rozpoczęło się w sierpniu 2011 r. „Przyjęliśmy metodę małych kroków i stopniowego uruchamiania kolejnych akcji. Wynikało to z chęci zachowania biznesowej ciągłości, nie przenosiliśmy wszystkiego do wewnętrznego call center w jednym czasie. I to zdało egzamin. Zaś samo narzędzie wirtualne jest na tyle intuicyjne, że konsultanci nie mają problemów z opanowaniem jego działania w ciągu 30 minut” – twierdzi Robert Wasiak.

Z outsourcingu w outsourcing

Ponad półtora roku od wdrożenia Wolters Kluwer Polska może już mówić o widocznych korzyściach biznesowych z wdrożenia. Przedstawiciel firmy podkreśla, że w ramach jednej licencji ma odpowiednią technologię call center i techniczne

METRYCZKA



Firma: Wolters Kluwer Polska SA

Branża: wydawnictwo prawno-gospodarcze (dla profesjonalistów)

Produkty: dla różnych grup profesjonalistów, takie jak: System Informacji Prawnej LEX, Vademecum Głównego Księgowego, Serwis HR, Prawo Oświatowe, Prawo Ochrony Środowiska, nowe konsultingowe rozwiązanie HR Ekspert oraz mobilne zarządzanie praktyką prawniczą Kleos

KLUCZOWE SYSTEMY



Nazwa systemu: cloud.callcenter

Do czego służy: wirtualny system dzwonienia, archiwizacji i zarządzania call center

Dostawca: Focus Telecom

wsparcie wirtualnego stanowiska. Rozwiązanie zapewnia firmie kontrolę pracy i jakości, daje poczucie stabilizacji i możliwość planowania bez obawy, że coś nagle się przestanie działać. „Konsultant może pracować z dowolnego miejsca z dostępem do internetu, a nasi doradcy pracują również z różnych miejsc kraju. System pozwala na doraźną pomoc i kontrolę ich pracy” – dodaje Wasiak. Wydawnictwo korzysta z funkcjonalności znacznie podnoszących efektywność pracy telemarketerów. Chodzi m.in. o kilka trybów dzwonienia dostosowanych do możliwości pracownika contact center oraz charakteru akcji telemarketingowej.

„Dla kluczowych procesów w call center zamieniliśmy outsourcing usług telemarketingowych na outsourcing usług teleinformatycznych” – mówi dyrektor Wasiak. Wprawdzie firma nadal korzysta z zewnętrznych call centers, ale wyprowadza na zewnątrz akcje o mniejszym stopniu skomplikowania, których jest najwięcej. Wewnątrz pozostawia trzon działań telemarketingowych. „Rozwiązanie wirtualne sprawiło, że mogliśmy przy relatywnie niskich kosztach uruchomić call center bezpośrednio w Wolters Kluwer Polska, a to zwiększa prestiż pracy dla konsultanta. W połączeniu z wyspecjalizowaną kadrą zarządzającą podniosła się efektywność tego kanału sprzedaży i obsługi” – podsumowuje dyrektor działu Telesprzedaży w Wolters Kluwer Polska SA. ▀