

EKSPERCKIM OKIEM



Czas wejść w Erę Robotów?

AKADEMIA



Jak zmniejszyć koszty monitoringu rozmów utrzymując standardy?



Wydajność w call center: jaki tryb wybierania numeru telefonicznego jest najlepszy?

Porozmawiamy? Czekamy

Ważne informacje dla osób zainteresowanych w naturalnym języku  
 cztery budźni, cztery godziny  
 z dnia w tygodniu, cztery dni w tygodniu  
 Wskazywane budźni i etapy są...

Ważne informacje dla osób zainteresowanych w naturalnym języku  
 cztery budźni, cztery godziny  
 z dnia w tygodniu, cztery dni w tygodniu  
 Wskazywane budźni i etapy są...

Czy Twój konsultant już czatuje?



Badania opinii podstawą rozwoju biznesu



Identyfikacja roamingu w kampaniach telemarketingowych - dlaczego warto o tym pamiętać?

WYWIADY



Polskie wdrożenie systemu CC w Chinach

NASI EKSPERCI



Katarzyna Swatowska  
Via Media PR



Ewa Walwoda  
DBMS



Liam Anderson  
Zoom Int.



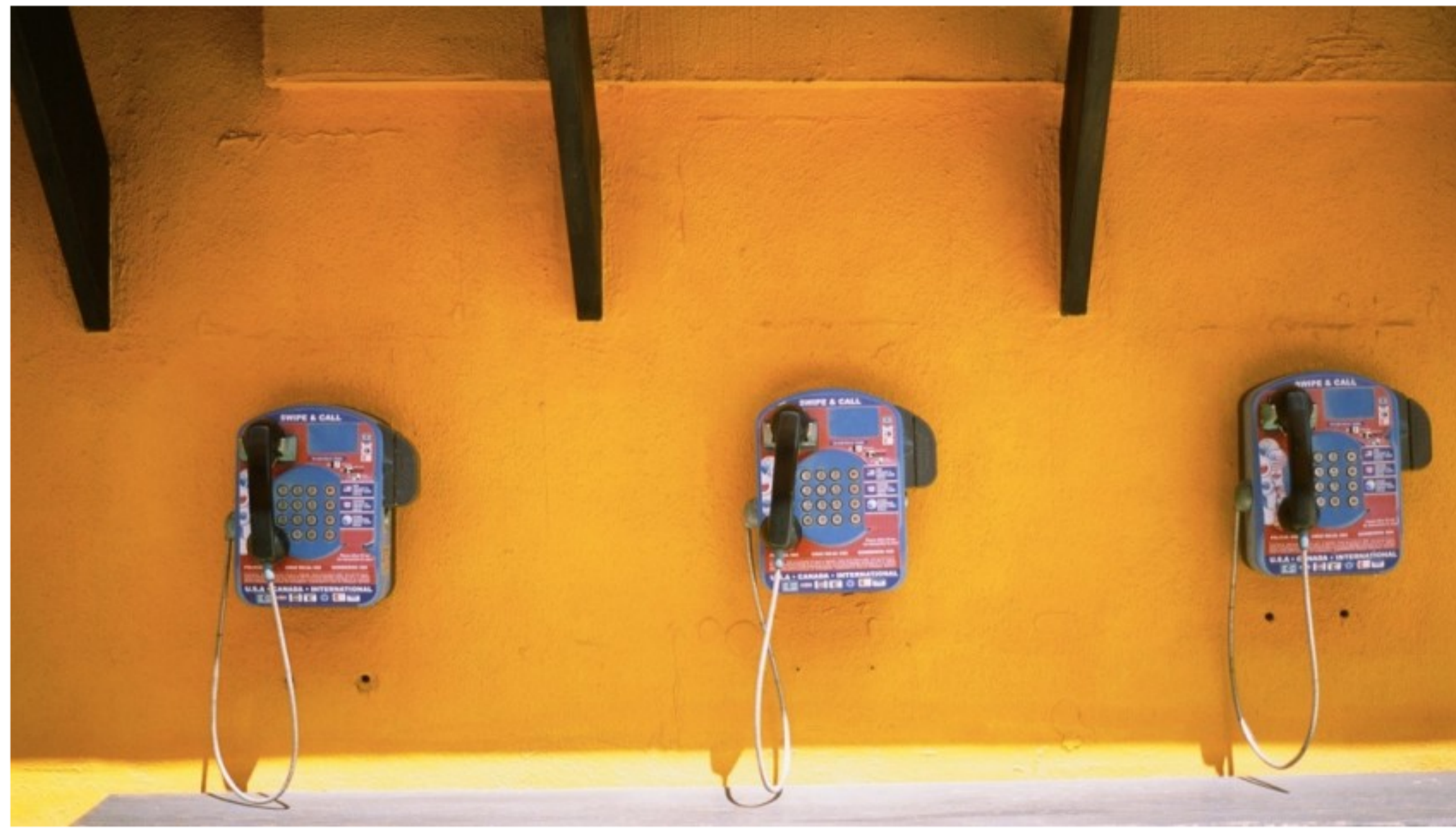
Karol Bancercz  
Callcenternews.pl

AKADEMIA

# Wydajność w call center: jaki tryb wybierania numeru telefonicznego jest najlepszy?

Automatyczne tryby wybierania numeru telefonicznego pozwalają znacząco zwiększyć wydajność działań sprzedażowych, windykacyjnych czy ankierskich. Kluczem do sukcesu jest jednak dobór trybu wybierania numeru odpowiednio do celu kampanii. Tab. 1 Zestawienie różnic w działaniu automatycznych trybów wybierania numerów telefonicznych Tab. 2 Rekomendowane zastosowania poszczególnych typów automatycznego wybierania numerów.

kwi 29, 2015



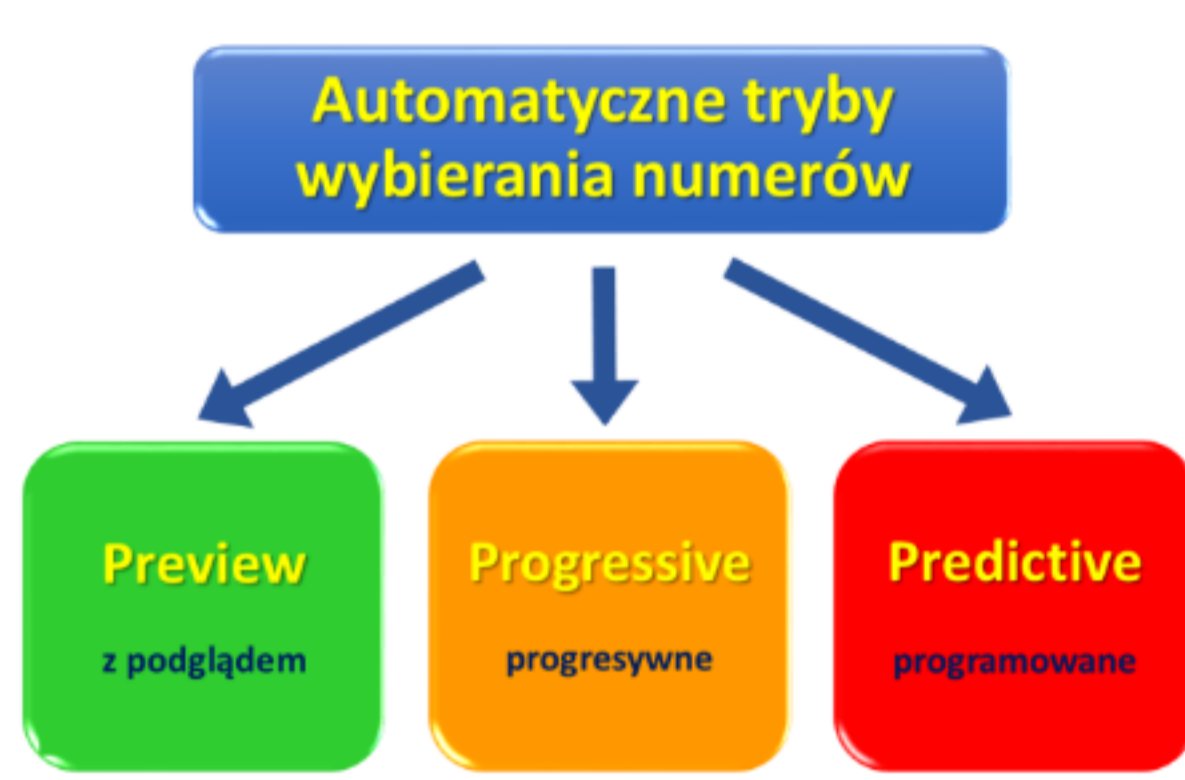
Automatyczne tryby wybierania numeru telefonicznego pozwalają znacząco zwiększyć wydajność działań sprzedażowych, windykacyjnych czy ankierskich. Kluczem do sukcesu jest jednak dobór trybu wybierania numeru odpowiednio do celu kampanii.

Automatyczne wybieranie numeru telefonu to w najprostszym ujęciu oszczędność czasu agenta na ręcznym wystukiwaniu kolejnych cyfr. Zamiast tego połączenie jest inicjowane przez kliknięcie danego numeru na ekranie komputera lub samoczynnie po upływie z góry ustalonego w systemie czasu. Podstawą automatycznego wybierania jest posiadanie komputerowej bazy numerów telefonicznych.

Tryby wybierania różnią się:

- stopniem autonomii agenta w określaniu, na które numery i kiedy ma nastąpić połączenie,
- możliwością odfiltrowywania przez system połączeń z pocztą głosową, nieodebranych i zajętych,
- możliwością "uczenia się" przez system dostępności i sposobu pracy poszczególnych agentów.

Różnicą jest też skuteczność trybów w zależności od stopnia skomplikowania kampanii oraz branży.



**Wybieranie numerów z podglądem – preview dialing**

System wyświetla agentowi kolejny rekord z bazy. Agent sam decyduje, czy chce dzwonić do wskazanego klienta, czy przejść do kolejnego rekordu oraz jak długo (bądź krótko) chce zapoznawać się z wyświetlonymi informacjami na temat tego klienta i przygotowywać do rozmowy.

Gdy agent jest gotowy, klika numer telefonu na ekranie komputera. Czeki, gdy numer jest wydzwaniany i ręcznie sam kończy połączenie, w wypadku poczty głosowej, nie odebrania połączenia czy zajętości numeru.

**Progresywne wybieranie numerów – progressive dialing**

Agent nie ma możliwości pominięcia danego numeru telefonu i nie decyduje, w którym momencie ma rozpocząć się wydzwanianie – czas na zapoznanie się z danymi klienta jest z góry ustalony w systemie przez administratora i po jego upływie, następuje wydzwonienie kolejnego numeru. Podobnie jak w trybie preview, agent sam ręcznie kończy połączenia nieodebrane, do poczt głosowych czy na numery zajęte.

**Programowane wybieranie numerów – predictive dialing**

Tryb, w którym system uczy się tempa pracy i dostępności poszczególnych agentów i na tej podstawie sam określa moment wydzwaniania kolejnego numeru telefonu. Agenci nie mają możliwości decydowania, na które numery oraz kiedy ma nastąpić połączenie. Wydzwanianie następuje w momencie, gdy prawdopodobnie za chwilę jeden z agentów będzie dostępny, czyli jeszcze w trakcie trwania poprzedniej rozmowy. Połączenia nieodebrane, do poczt głosowych, automatycznych sekretarek czy na numery zajęte są samoczynnie odfiltrowywane przez system i do agentów są przekazywane jedynie połączenia odebrane przez klientów.

Predictive dialing pozwala zwiększyć wydajność pracy agentów nawet o kilkadziesiąt procent, dzięki eliminacji z czasu pracy agentów okresu wydzwaniania wstępnego, czyli okresu, w którym następuje oczekiwanie na połączenie oraz kiedy zdarzają się połączenia do poczt głosowych, automatycznych sekretarek czy na numery zajęte. Agenci zajmują się wyłącznie rozmowami oraz ich podsumowaniami.

W wypadku nieskutecznych prób połączeń system samoczynnie ustala nowy termin kontaktu przy wykorzystaniu informacji o porach dnia, w których jest wysoka odbieralność. Użytkownicy mogą określić w systemie liczbę nieskutecznych prób nawiązania połączenia – jeżeli zostaną one wykonane i nie dojdzie do rozmowy z klientem, rekord jest automatycznie zamykany.

Dzięki algorytmom sztucznej inteligencji system samodzielnie ustala optymalną częstotliwość wydzwaniania w określonych dniach i godzinach oraz terminy ponownych połączeń na numery nieodebrane. System "uczy się" na podstawie dwóch rodzajów statystyk:

- krótkoterminowych, czyli ilu połączeń w ciągu ostatniej godziny agenci nie zdążyli obsłużyć – dopasowanie częstotliwości wydzwaniania następuje natychmiastowo,
- długoterminowych, zawierających informacje o tym, w które dni, w jakich godzinach ilu agentów jest dostępnych oraz jaki jest czas potrzebny na rozmowę i jej podsumowanie (ang. wrap-up) poszczególnym agentom – dopasowanie następuje w ciągu kilku dni od uruchomienia systemu i jego ustawienia są stale automatycznie dostosowywane.

	Preview	Progressive	Predictive
Agent decyduje, do których rozmówców i kiedy ma nastąpić wybieranie numeru	tak	nie	nie
Agent ma zarezerwowany czas na zapoznanie się z danymi rozmówcy przed rozpoczęciem wybierania numeru	tak	tak	nie
Agent traci czas czekając na połączenie i gdy próby połączeń są nieudane	tak	tak	nie
System samoczynnie odfiltruje połączenia z pocztą głosową, zajęte i nieodebrane	nie	nie	tak
System „uczy się” dostępności i sposobu pracy poszczególnych agentów	nie	nie	tak
Przy nieudanych próbach połączeń system sam ustala kolejny termin kontaktu	nie	nie	tak

Tab. 1 Zestawienie różnic w działaniu automatycznych trybów wybierania numerów telefonicznych

**Jak dobrać tryb wybierania numerów do kampanii?**

Decyzje o doborze trybu wybierania numerów trzeba podejmować każdorazowo przy nowej kampanii – mówi Tomasz Paprocki, dyrektor sprzedaży Focus Telecom Polska – *każdy tryb ma swoje zalety, które można wykorzystać tylko w konkretnych warunkach, a są nimi stopień skomplikowania i cel kampanii, rodzaj klienta (B2B czy B2C) i wielkość zespołu agentów*

- **Predictive dialing**  
 Programowane wybieranie numerów pozwala na znaczącą oszczędność czasu pracy agentów i tym samym imponujące zwiększenie wydajności. **Jest dobrym wyborem przy prostych kampaniach sprzedażowych business-to-customer** (do klienta końcowego), w których podobna oferta lub tylko kilka jej różnych wariantów, jest kierowana do wszystkich klientów w bazie i agentom wystarczy rzut oka na dane klienta do przeprowadzenia rozmowy (nie potrzeba czasu na zagłębianie się w szczegółowe informacje). Jest to również **odpowiedni tryb do przeprowadzania ankiet telefonicznych**. Przy wybieraniu w systemie ryzyko, że niektóre połączenia agencji nie będą w stanie obsłużyć. Mimo dopasowania systemu, przy predictive dialing mają miejsce sytuacje, w których rozmowa trwa dłużej niż zwykle i połączenia zainicjowane w trakcie tej rozmowy nie zostają obsłużone. Może się też zdarzyć, że agent w wyniku choroby będzie pracować wolniej niż zwykle, a system będzie mu serwować połączenia zgodne z normalnym tempem pracy tej osoby. **Dlatego predictive dialing sprawdza się w praktyce w zespołach agentów (minimalizacja ryzyka porzuconych połączeń) oraz w kampaniach, w których ryzyko nie obniżenia połączenia i ewentualny koszt utraty klienta są znacząco rekompensowane wysoką wydajnością pracy agentów.**
- **Progressive dialing**  
 Wybieranie progresywne wiąże się ze znacznie niższym tempem pracy agentów niż wybieranie programowalne, jednak nie występuje w tym wypadku ryzyko połączeń nieobsłużonych i agenci mają nieco więcej czasu na zapoznanie się z informacjami o rozmówcach. Jest to tryb wybierania **stosowany często przy kampaniach dosprzedawczych skierowanych do obecnych klientów, cross-selling lub sprzedaży business-to-business**. Agenci mają zarezerwowany z góry ustalony czas na przejście historii klienta.
- **Preview dialing**  
 Wybieranie numerów z podglądem sprawdza się w wypadku skomplikowanych kampanii, w których historie klientów są długie i ich dokładne przejście jest niezbędne do przeprowadzenia rozmowy. Choć agenci tracą czas oczekując na połączenia, w tym na podzwonianie się do rozmowy, przy preview dialing, np. **działaniach windykacyjnych lub sprzedaży skomplikowanych produktów business-to-business**.

	Preview	Progressive	Predictive
Stopień skomplikowania kampanii (złożoność oferty, znaczenie historii rozmowy)	wysoki	średni	niski
Typ rozmówcy	B2B, B2C	B2B, B2C	B2C
Wielkość zespołu agentów	Nie ma znaczenia	Nie ma znaczenia	Duże zespoły (minimalizacja ryzyka porzuconych połączeń)
Typowe cele kampanii	Windykacja, sprzedaż skomplikowanych rozwiązań B2B	Dospredaż (up-selling) lub cross-selling B2C, sprzedaż B2B	Sprzedaż B2C, ankiety B2C

Tab. 2 Rekomendowane zastosowania poszczególnych typów automatycznego wybierania numerów.