

contact center  
consulting



**Операционное управление  
Контакт Центром.  
Доступ и производительность.**



# Стратегическая задача Контакт Центра и её детализация

**Роль и задачи Контакт Центра в  
компании**

# Примеры бизнес – функций КЦ

- Техподдержка / Help Desk
- Телемаркетинг и продажи
- Прием и обработка заказов
- Банковский процессинг
- Горячие линии
- Reception
- Collections
- HR сервис

Сакраментальный вопрос:

**Для**

**чего**

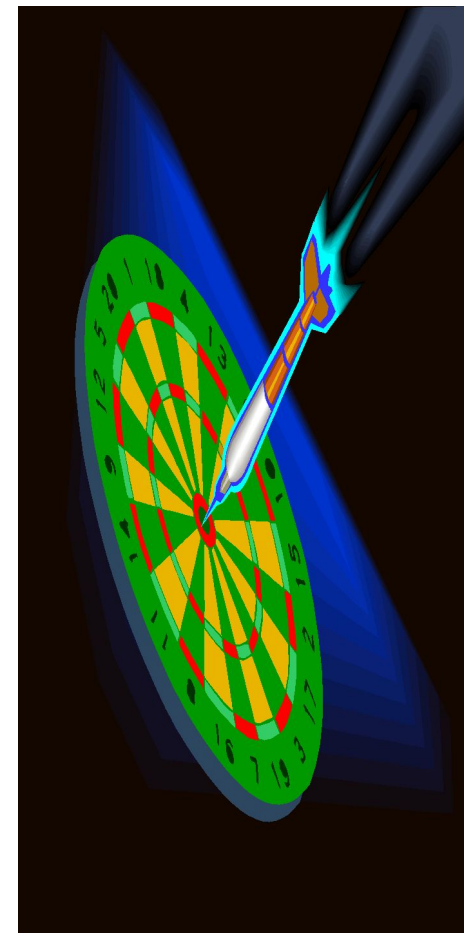
**нужен**

**Контакт Центр**



# ЦЕЛЬ существования КЦ – ЭТО:

Результативное содействие созданию  
и/или сохранению конкурентного  
преимущества для своей  
компании.



# Что такое конкурентное преимущество?

Когда две или более компании работают на одном и том же рынке, **конкурентным преимуществом** обладает та, которая может постоянно обеспечивать более высокую **прибыльность**

*Robert. M. Grant*

Простая схема:

**Прибыль**

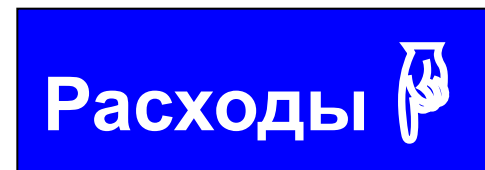


=

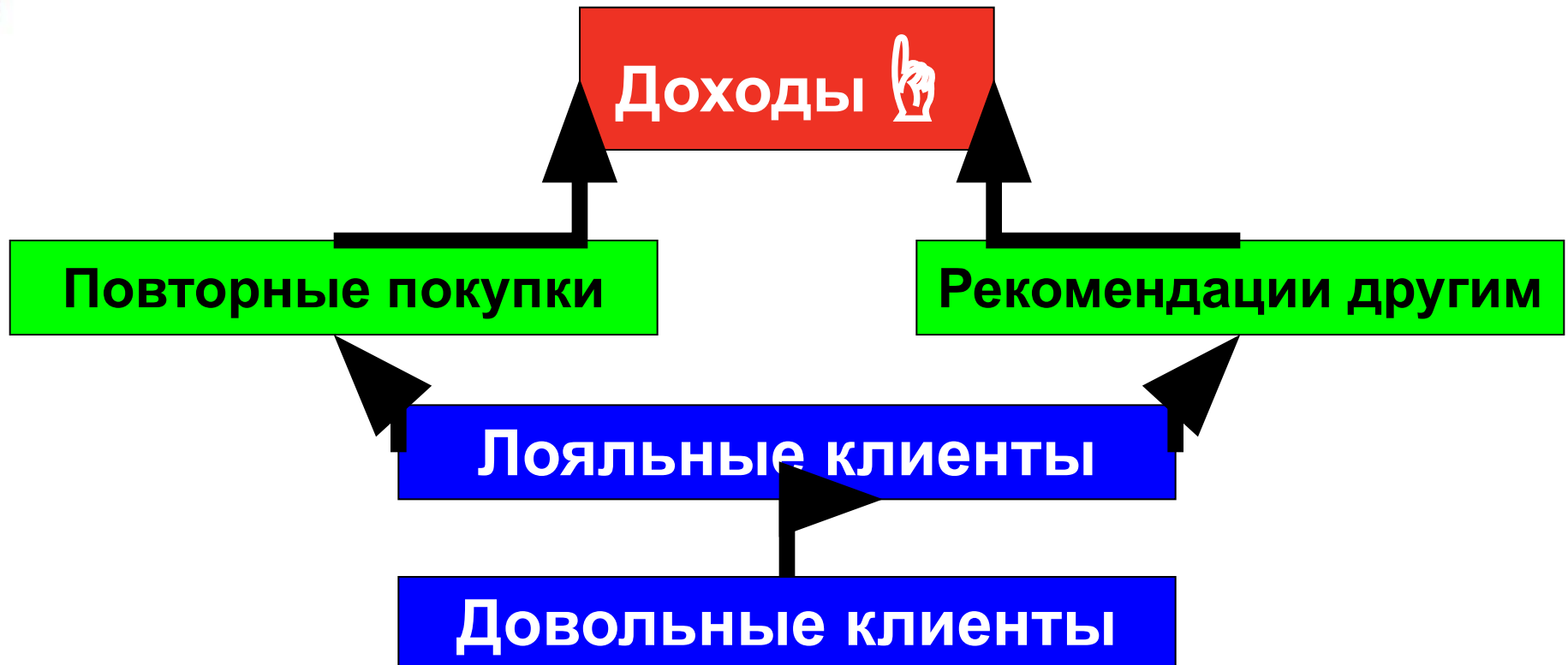
**Доходы**



**Расходы**

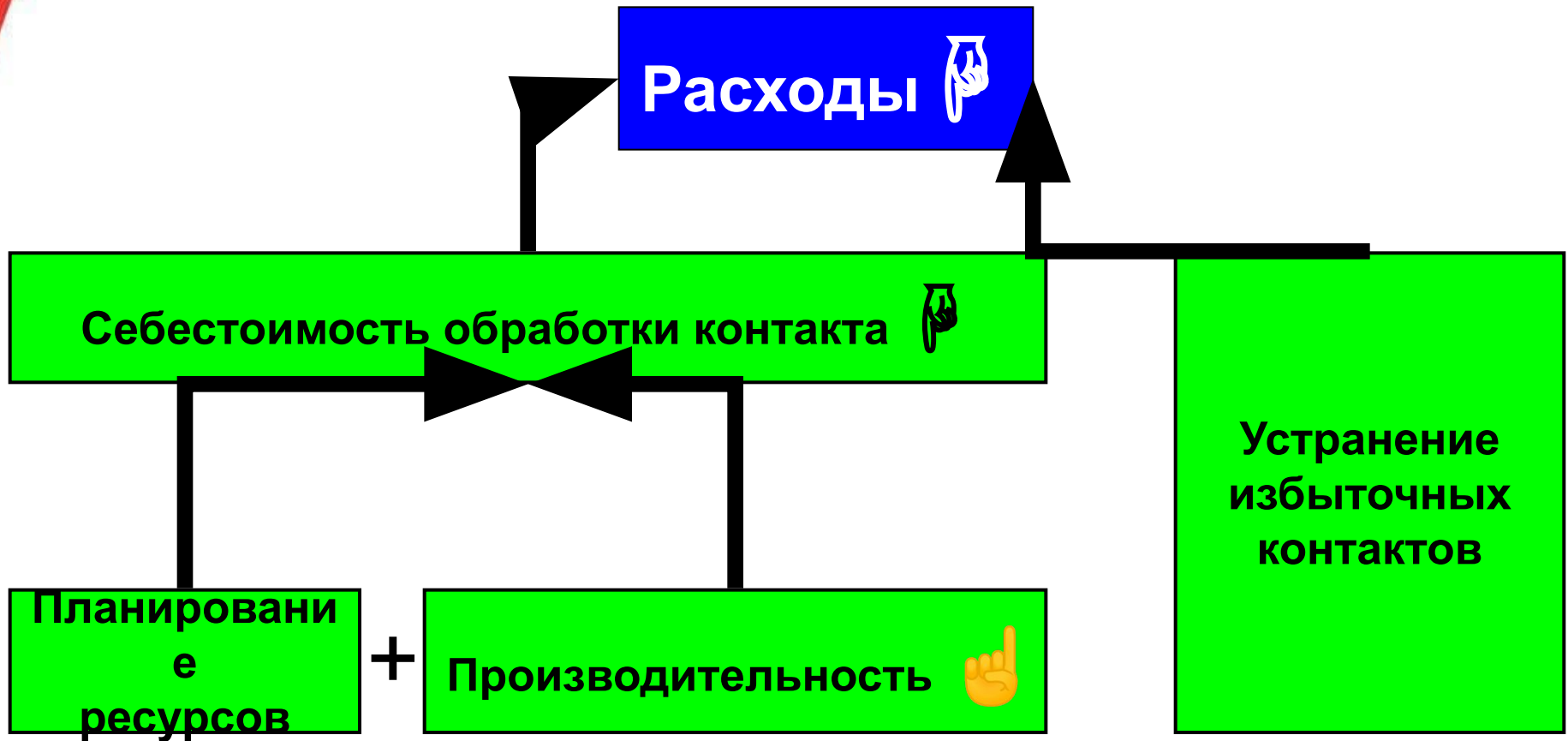


# Влияние КЦ на увеличение ДОХОДОВ:

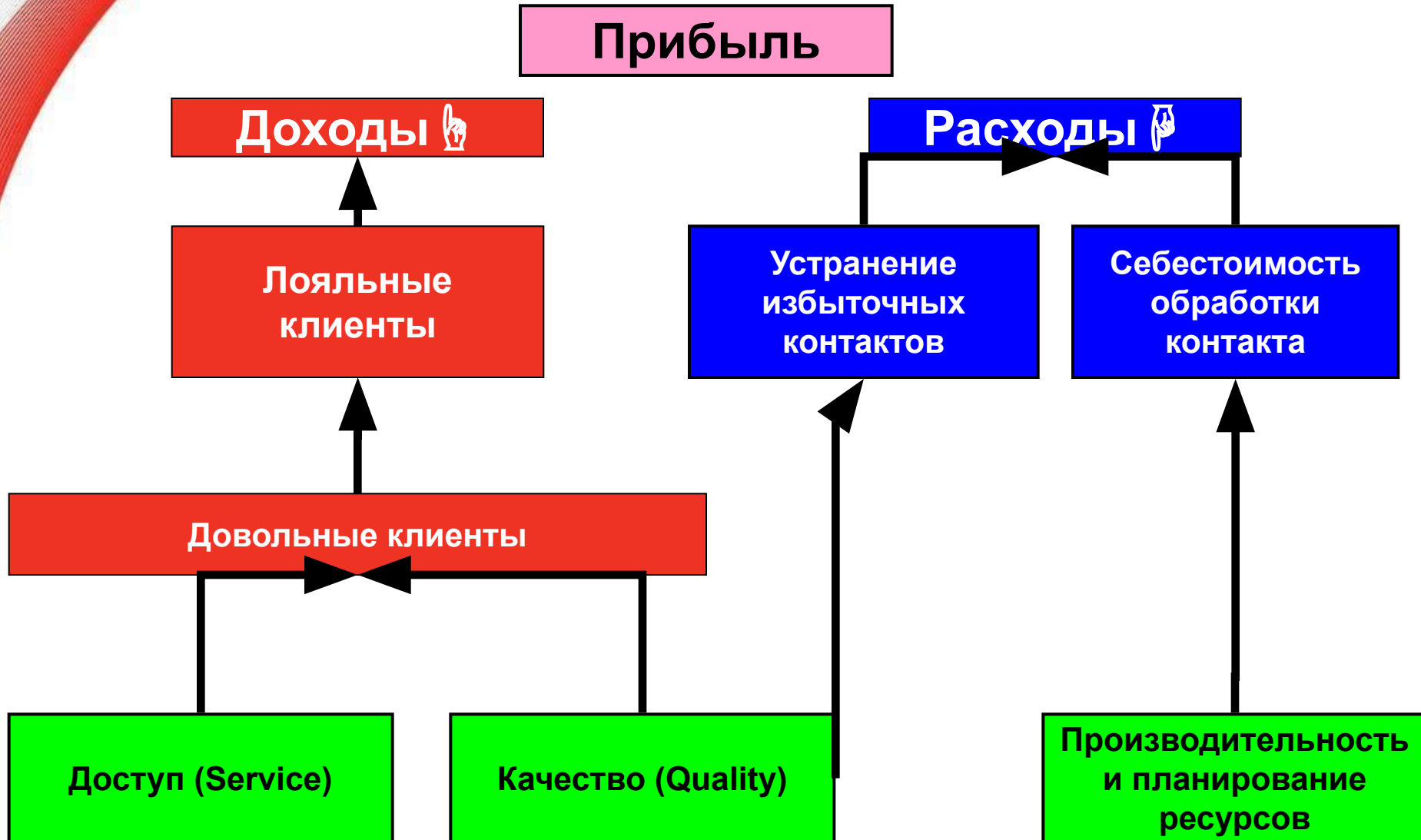




# Снижение расходов в КЦ:

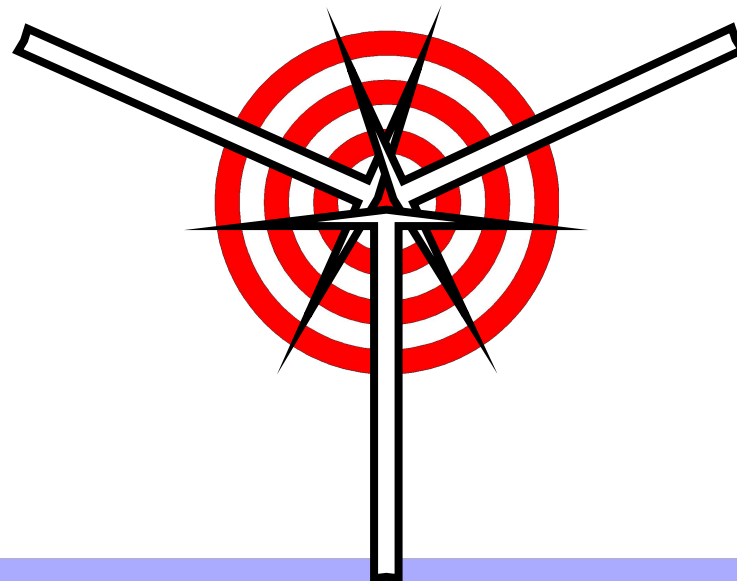


# Детализация стратегической задачи КЦ



Качество

Сервис



Производительность

ь

*Три основных критерия  
эффективного КЦ*

# Доступ (Service).

***Скорость** реакции на обращения с точки зрения Клиентов.*

## Например:

- **Время**, которое тратит Клиент, чтобы дождаться ответа оператора при звонке в компанию.
- **Время**, спустя которое клиент получает ответ на электронное письмо, отправленное в компанию
- **Время**, спустя которое Клиент получает товар, который он заказал.

# Качество (Quality)

Что значит  
«правильное»

?

*Правильное* выполнение необходимых действий *с первого обращения* Клиента в Компанию.

Например:

- **Правильный** ответ на вопрос Клиента
- **Правильное** выполнение необходимых процедур взаимодействия с Клиентом
- **Правильный** стиль общения с Клиентом

# Концепт: «Айсберг Контакт Центра»

Структура знаний о Контакт Центре

1 ДОВОЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

**KPI**

**5 УПРАВЛЕНИЕ**

**4 РЕСУРСЫ**

**3 СТРАТЕГИЯ**



# Основание айсберга

3-й элемент

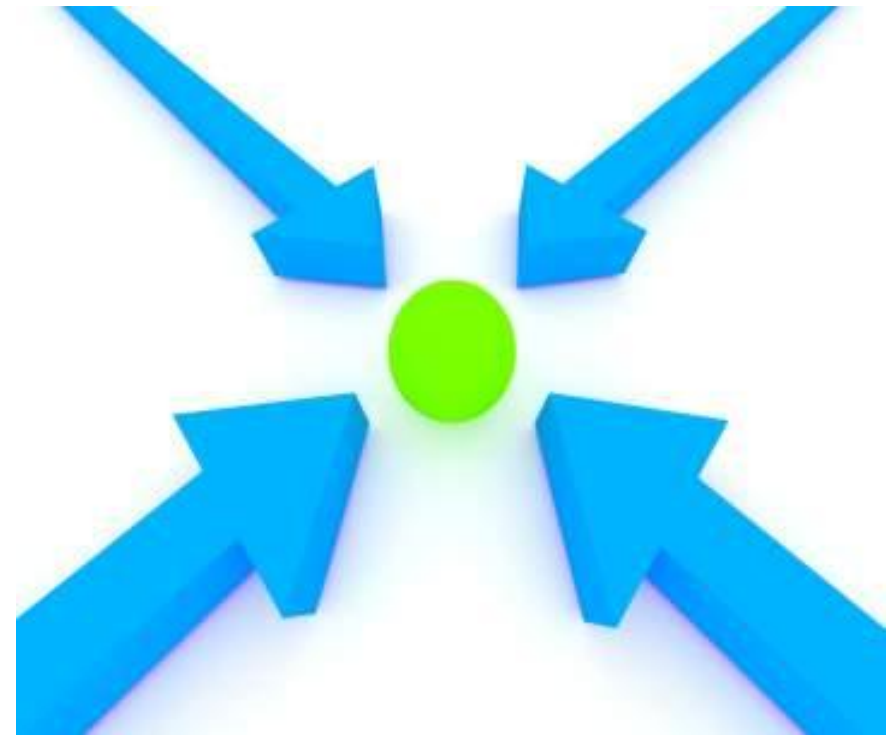
**СТРАТЕГИЯ**





## 3 – й Элемент: Стратегия КЦ

- 3.1 Сущность деятельности
- 3.2 Выбор приоритетов
- 3.3 Политика по отношению к ресурсам
- 3.4 Взаимодействие с «внешним» миром

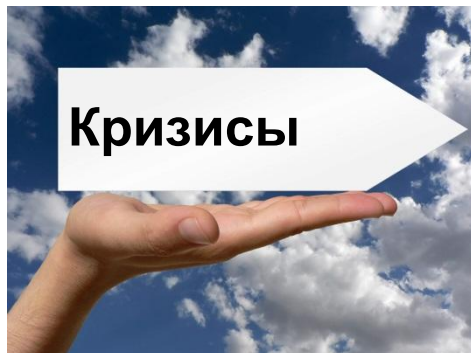
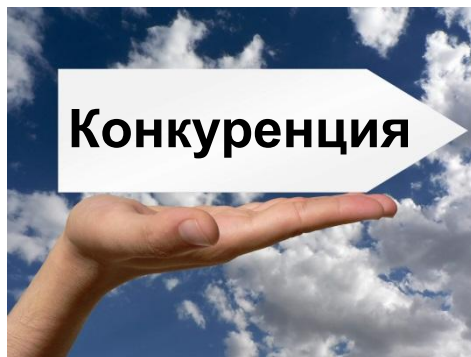




# 3.3 Политика по отношению к ресурсам



# Влияние внешних факторов



**Улучшение уровня доступа  
(сервис) и качества при  
одновременном снижении  
затрат**

*Основная задача операционного  
управления Контакт Центром.*



# Основание айсберга 4-й элемент

**СТРУКТУРА**

## 4. Структура Контакт Центра

- 4.1 Структура процессов
- 4.2 Материальная структура
- 4.3 Организационная структура



# Основание айсберга 5-й элемент

# УПРАВЛЕНИЕ

# 5. Управление КЦ



# 5.1 Концепция системы управления КЦ

**5.1.1 Миссия и её понимание**

**5.1.2 Система внутреннего аудита**

**5.1.3 Планирование и анализ**



# 5.2 Процессы управления КЦ

- 5.2.1 Контроль процессов
- 5.2.2 Процесс ликвидации отклонений от нормы
- 5.2.3 Процесс мониторинга транзакций
- 5.2.4 WFM процесс
- 5.2.5 Работа с данными – «ПАДИС» - концепт
- 5.2.6 Обеспечение требований законодательства

# 5.3. Управление персоналом КЦ

**5.3.1 Подбор и найм**

**5.3.2 Обучение и развитие**

**5.3.3 Верификация**

**5.3.4 Управление качеством исполнения работы**

**5.3.5 Обратная связь**

Проведем Pest анализ рынка и SWOT анализ компании. Они помогут выявить политические, экономические, социальные и технологические аспекты внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. С их помощью определим возможности и угрозы, исходящие из ближайшего окружения.

## PEST-анализ рынка

### Политические факторы:

- Изменения в налоговом законодательстве
- Антимонопольное законодательство
- Отношения между деловыми кругами и Правительством

### Технологические факторы:

- Ускорение НТП (совершенствование технологии средств связи)
- Развитость инфраструктуры
- Использование новых технологий

### Экономические факторы:

- Масштабы экономических преобразований
- Темпы экономического роста
- Приток инвестиций в индустрию мобильной связи
- Рост доходов населения (доступность от пенсионера до школьника)

### Социальные факторы:

- Рост рождаемости
- Коэффициенты интенсивности иммиграции и эмиграции.
- Изменение покупательских запросов в сторону мировых стандартов качества связи
- Изменение стиля жизни
- Рост социального благосостояния

## SWOT анализ

### Рыночные возможности

- Высокий уровень спроса
- Рост доходов населения
- Макроэкономическая стабильность
- Предпочтения покупателей передовых технологий

### Рыночные угрозы

- Возможность насыщения рынка
- Наличие конкурентов (Кар-Тел, Нео, Алтел,Белайн,Актив)

### Сильные стороны

- Известность марки
- Хорошая репутация у покупателей
- Современная технология
- Финансовые ресурсы

Попытаться увеличить долю рынка. Акцент на конкурентные преимущества в области не голосовых услуг связи.

Покупателей можно удержат более гибкой ценовой политикой и дополнительным сервисом.

### Слабые стороны

- Высокие тарифы
- Низкое взаимодействие с другими операторами.
- \*Покупатели могут проявить потребности в стандартах и услугах, предоставляемых другими операторами за меньшую цену
- \*Конкуренты могут переманить клиентов за счет предоставления новых возможностей по доступным ценам.
- \*Недобросовестная конкуренция со стороны GSM операторов.