



Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace



Obsah

- | Úvod
- | Optimalizujte zdroje a rozpočet pro poskytování špičkových zákaznických služeb
- | Učiňte prioritou rychlou odezvu a řešení prvního hovoru
- | Aktivujte celou pracovní sílu díky globální strategii zákaznických služeb
- | Zvládejte preference při zapojení více generací
- | Závěr



Úvod

Rychlost světa založeného na digitální komunikaci motivuje organizace (soukromé i veřejné) k přehodnocení strategií v oblasti zákaznické zkušenosti. Organizace musejí brát v úvahu nové komunikační návyky, stejně jako digitální média a sociální sítě. Zároveň by měly pracovat na tom, aby si mezilidská komunikace zachovala lidskost. Strůjci rozhodnutí musejí najít způsob, jak překlenout dichotomii této nové éry digitální komunikace, aby poskytovali prvotřídní zkušenost, jakou zákazníci očekávají.

Posun vpřed bude vyžadovat poučení z minulosti, ohled na potřeby dnešních náročných a uspěchaných zákazníků a počítání s budoucím vývojem díky novým nástrojům a technologiím, jako je umělá inteligence (AI) a jež jsou stále více snadno dostupné všem.

Řešení výzev

Zlepšení zákaznické zkušenosti v nové éře digitální komunikace s sebou nese odvěkou výzvu udržení stávajících zákazníků a přilákání nových. Přináší však také novou sadu překážek. Aby se organizace udržely v chodu a zůstaly konkurenceschopné, musejí:

- **Optimalizovat zdroje a rozpočet, aby svým zákazníkům mohly poskytovat služby světové úrovně:** Organizace musejí soustřeďovat zaměstnance a odborníky, kteří představují vzácný a nákladný zdroj, v oblastech, kde mohou přinést přidanou hodnotu, zatímco běžné požadavky budou zastávat samoobslužné nástroje, aniž by se však snížila úroveň spokojenosti zákazníků. Úspěšné řešení této výzvy přinese okamžité a hmatatelné výsledky, jako je úspora nákladů, pocit zaměstnanců, že jsou oceňováni, a celkovou efektivitu.

- **Učiňte prioritou rychlou reakci a řešení prvního hovoru:** Zákaznickou zkušenost lze měřit podle času potřebného k odpovědi na dotaz a přesnosti odpovědi. To znamená propojit zákazníky se správným odborníkem ve správný čas a zmocnit zaměstnance v první linii k používání nástrojů k vyhledání relevantních informací a rychlému vyřešení problému. Spokojený zákazník se vrací, doporučí a zpropaguje vaši značku.
- **Aktivujte celou pracovní sílu jako součást globální strategie zákaznických služeb:** Otevření vztahů se zákazníky celé organizaci může být obtížné, zejména pro velké organizace. Odborné znalosti lze sdílet mezi týmy, nicméně i když jsou lidé připraveni pomoci svým kolegům v první linii, tito odborníci musejí být vybaveni správnými nástroji pro spolupráci, aby byli dosažitelní na vyžádání. Z výhod tohoto přístupu bude rovným dílem profitovat zákazník, díky poskytování kvalitních odpovědí, i zaměstnanec, díky společné práci v týmu.
- **Zvládejte preference při zapojení více generací:** Může být velmi náročné poskytovat konzistentní služby na vysoké úrovni při správě více interakčních kanálů. Podobnou výzvou je i rostoucí počet digitálních kanálů mezi mladší generací. Nenabízení těchto kanálů však může omezit vaši zákaznickou základnu. Otevření kanálů k zapojení představuje pro organizace významnou příležitost růst a optimalizovat cestu zákazníka díky křížové referenci na informace a data z různých zdrojů, aby lépe splňovaly zákaznická očekávání a potenciálně podpořily podnikání.



Optimalizace zdrojů a rozpočtu pro poskytování špičkových zákaznických služeb

Zákazníci jsou náročnější než kdy jindy. Výzkum ve skutečnosti ukazuje, že [90 % zákazníků](#) tvrdí, že „okamžitá“ odpověď je důležitá nebo velmi důležitá, pokud mají otázku týkající se služeb. Aby organizace zůstaly ve hře, musejí zákazníkům nepřetržitě nabízet profesionální uvítání a přesnou reakci. Lidský faktor je klíčový, protože jednou z hlavních obav manažerů zákaznických služeb je neschopnost zabránit tomu, aby byli jejich pracovníci - vzácný a nákladný zdroj - zahlceni rutinními úkoly, takže nebudou v případě potřeby k dispozici po celý den. Vznik systémů Interactive Voice Response (IVR) je nyní k dispozici v mnoha prostředích na podporu správy základních funkcí, jako jsou například požadavky na zůstatek účtu a ověření transakcí.

Samoobslužné služby procházejí revolucí díky inovativní umělé inteligenci. Objevuje se nová generace inteligentních konverzačních robotů, daleko za automaty, schopná dělat mnohem více než základní úkoly, na které byly omezeny starší systémy. **Samoobslužné aplikace vybavené chatboty nebo hlasovými roboty** nejen nahrazují lidské pracovníky mimo otevírací dobu, ale jsou schopny mnohem složitějších úkolů než v minulosti. Pokroky v rozpoznávání hlasu pomohly humanizovat tento vztah, aniž by nahradily schopnost dialogu.

Jednoduché dotazy a často kladené otázky lze zpracovat pomocí samoobslužných aplikací, které osvobodí lidské pracovníky a umožní poskytovat stále dostupnou, škálovatelnou službu. Manažerovi zákaznických služeb jsou k dispozici metriky a analýzy sledování spokojenosti, kvality zapojení podpory a skóre úsilí zákazníků. Pro složitější případy nebo prémiové zákazníky vyžadující lidského pracovníka **lze díky inteligentnímu směřování** a podpoře umělé **intelligence** zajistit prvotřídní služby a spokojenost zákazníků.

Společnost Alcatel-Lucent Enterprise poskytuje řešení, která pomáhají udržovat rovnováhu mezi samoobslužnými aplikacemi pro automatizované přivítání zákazníků a inteligentním směřováním k nejlepšímu odborníkovi v organizaci pro rychlou a přesnou reakci.

Případ použití lékařského centra

Klinika Fertylis je zdravotnické centrum asistované reprodukce v Quebecu. V asistované reprodukci je nezbytné a k úspěchu postupu klíčové plánování schůzek a sledování cyklu pacientek, aby mohl být vytvořen protokol oplodnění a inseminace. Klinika si nemohla dovolit nepřijímat hovory, což by způsobovalo nespokojenost a frustraci pacientek. Společnost Alcatel-Lucent Enterprise navrhla automatické přivítání při hovoru, které by pacientku nasměrovalo ke správnému dostupnému odborníkovi. Celý příběh zde.

Řešení ALE

- [Alcatel-Lucent OmniPCX® Enterprise Purple \(OXE Purple\)](#)
- [Alcatel-Lucent Purple on Demand \(PoD\)](#)
- [Alcatel-Lucent Visual Automated Attendant \(VAA\)](#)
- [ALE Connect](#)
- [Alcatel-Lucent OmniPCX® RECORD](#)



Učinit rychlou odezvu a řešení prvního hovoru prioritou

Rychlá a přesná reakce na zákazníky tak, aby byli spokojeni a oceňovali vaši značku, produkty a služby, je nejvyšší prioritou každé organizace orientované na zákazníka.

Většina společností do této oblasti již investovala, včetně **integrace s obchodními aplikacemi Customer Relationship Management (CRM)**, pokud je to možné. S technologií CRM jsou konverzace zákazníků uváděny do kontextu, například v podobě poskytování osobních údajů, jako je historie výměn, preference, očekávání, a co je nejdůležitější, ihned dostupná data o daném problému. Tyto základní informace mohou snížit úzkost zákazníků a pomáhají poskytovat rychlé a uspokojivé reakce zákazníkům, kteří hledají pomoc nebo kompenzaci.

Samoobslužné aplikace v první linii, jako jsou chatboti nebo voiceboti, lze v případě složitého dotazu hladce eskalovat na lidského pracovníka. Pracovníci mohou používat data a **kontextové informace** z CRM s běžnými konektory pro úplnou integraci nebo data získaná z podnikových aplikací a zobrazená na řídicím panelu pracovníka call centra. Pracovník má k dispozici soubor záznamů předchozích interakcí (například telefonátů, e-mailů, chatu a rychlých zpráv ze sociálních médií). **Podpora na bázi umělé inteligence** automaticky navrhuje typické odpovědi odpovídající požadavku zákazníka. **Spolupráce v reálném čase** mezi pracovníky první linie a odborníky v back-office se zlepšuje, aby bylo možné rychle a přesně reagovat na zákazníky.

Společnost Alcatel-Lucent Enterprise poskytuje řešení pro zlepšení zákaznické zkušenosti tím, že je spojí se správným odborníkem ve správný čas a ve správném kontextu.

E-kniha

Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace



Případ použití z regionální správy

Španělský region Kantábrie nabízí svým občanům mobilní aplikaci využívající společnost Alcatel-Lucent Enterprise s možností získat odborné zdravotní poradenství pomocí samoobslužného chatu, a nechat si chatbotem zodpovědět dotazy ohledně očkování a otevírací doby zdravotního střediska. Kromě toho mají pacienti v závažnějších případech vyžadujících rychlou reakci přístup k hlasové komunikaci a zabezpečené video telekonzultaci se zdravotnickými pracovníky.

[Celý příběh zde.](#)

Řešení ALE

- [OXE Purple](#)
- [Purple on Demand](#)
- [VAA](#)
- [Rainbow](#)
- [Konektory Rainbow CRM](#)
- [ALE Connect](#)
- Integrace s řešeními třetích stran od technologických partnerů pro chatboty/voiceboty



Aktivace celé pracovní síly pomocí globální strategie zákaznických služeb

Strategii spokojenosti zákazníků musí být sdílena, chápána a přijímána všemi zaměstnanci, ať už v soukromém sektoru nebo ve veřejných institucích, což otevírá vztahy se zákazníky celé organizaci. Tento přístup je přínosem pro zákazníky i zaměstnance. Zákazníci získávají rychlé, užitečné odpovědi a zaměstnanci mohou spolupracovat jako tým.

Strategie již existuje v organizacích, kde se činnost řídí předvídatelnými výkyvy poptávky. Příkladem jsou dodavatelé produktů nebo služeb, jejichž objem objednávek souvisí se dny v roce, jako je Černý pátek, Vánoce, Valentýn nebo Den matek. Jednorázová mobilizace celého personálu, která je předem dohodnuta, se nazývá „horizontální rozšíření“. Zároveň se organizace může rozvíjet ve „vertikálním rozšíření“, zahrnujícím všechny týmy a aktivity nejen sezónně, ale nepřetržitě, a zajistit, aby spokojenost zákazníků byla trvalou nejvyšší prioritou, zejména v krizových situacích.

Společnost Alcatel-Lucent Enterprise poskytuje řešení, která umožňují všem pracovníkům zapojit se do poskytování služeb zákazníkům, s inteligentním směřováním a distribucí hovorů, jakož i stolními telefony a softphony aplikacemi podporujícími dovednosti pracovníků zákaznických služeb na vyžádání. Zapojení všech dostupných zdrojů v celé organizaci znamená mnoho. Zahrnuje **zapojení odborníků**, kteří mohou pomoci ve svých konkrétních oblastech působnosti společně se svými kolegy v první linii a být připraveni pomoci a podílet se na kolektivním úsilí. Organizace poskytuje zaměstnancům nástroje a aplikace pro spolupráci, což jim umožňuje reagovat na příležitostné i plnit pravidelné požadavky. To pracovníkům v první linii dodává sebedůvěru a urychluje řešení problémů. Model **založený na předplaceném řešení od firmy ALE navíc** umožňuje organizacím rychle se přizpůsobit novým požadavkům a v případě potřeby zvýšit nebo snížit počet licencí přímo za běhu.

E-kniha

Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace



Případ použití z místní správy

Město Foxborough je předměstská oblast poblíž Bostonu, Massachusetts USA. Na počátku globální covidové krize v roce 2020 se město Foxborough setkalo s výzvou informovat svou komunitu a zároveň umožnit téměř 200 zaměstnancům udržet město a služby v provozu i při práci z domova. Společnost Alcatel-Lucent Enterprise poskytla zaměstnancům města efektivní řešení, jak pokračovat v poskytování rezidenčních služeb, spolupracovat při plánování schůzek a pořádat interní zasedání správní rady.

[Celý příběh zde .](#)

Řešení ALE

- [OXE Purple](#)
- [Purple on Demand](#)
- [VAA](#)
- [4059 Aplikace EE Attendant Console](#) a [Dispatch Console](#)
- [ALE Connect](#)
- [ALE stolní telefony](#) a [softphony](#)
- [Rainbow pro služby spolupráce](#)



Zvládejte preferencí při zapojení více generací

Organizace berou v úvahu preference zákazníků, pokud jde o zapojení (které dalece přesahují hranice telefonu), po mnoho let. Přestože spektrum přístupu včetně telefonu, e-mailu, webových stránek a sociálních sítí zůstává konzistentní, stále je třeba pracovat na zajištění soudržnosti mezi všemi těmito kanály. Strategie více kanálů při řízení vztahů se zákazníky může zajistit efektivní a úspěšné interakce.

Tato strategie staví na využití nových konverzačních kanálů, díky nimž mohou zákazníci dosáhnout prvního kontaktu pro vyřešení svého problému se stejnou úrovní kvality a efektivy. „Horké“ kanály, jako je telefonní hovor - synchronní a v reálném čase - se kombinují se „studenými“ kanály, tradičně e-mailem, ale nyní se výběr rozšiřuje také o digitální kanály pro rychlé zasílání zpráv, jako je Twitter, Facebook Messenger nebo WhatsApp, a také živý chat na webových stránkách značek nebo v mobilních aplikacích. Digitální kanály stále představují jen malou část kontaktu mezi zákazníky a značkami, ale rychle rostou. Mezi mladšími generacemi se tyto kanály stávají komunikační volbou číslo jedna. Nenabízet tyto kanály znamená odříznout část svojí zákaznické základny.

Výzvou pro organizaci je zpracovávat informace nezávisle na původním médiu. Různá média mohou znamenat rozdíly ve formulaci a analýze spokojenosti. Cílem je získat informace zpět a používat je v budoucích výměnách neutrálně. To znamená odstranění specifických médií spojených s jejich původem, aby byla možná plynulá a efektivní konverzace.

Z provozního hlediska vždy bylo tajemstvím vysoké efektivity zákaznických služeb umožnit pracovníkům používat více kanálů paralelně. Když zrovna netelefonuje, může pracovník řešit e-mail nebo spravovat několik chatů zároveň, aby optimalizovali svůj čas. Aby se to stalo skutečností, organizace musí postupovat krok na krokem. Začněte jedním nebo dvěma kanály a časem přidejte další. Řešením musí fungovat hned napoprvé, aby organizace mohly rychle a snadno aktivovat nové interakční kanály podle potřeby a reagovat na preference zákazníků.

E-kniha

Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace

Společnost Alcatel-Lucent Enterprise poskytuje řešení pro organizace, které se chtějí spojit se svými zákazníky přesně podle svých preferencí a komunikovat pomocí jakéhokoli dostupného kanálu, jako jsou telefonní hovory, videohovory, e-mail, webový chat nebo rychlé zasílání zpráv na sociálních sítích. Řešení usnadňují interakce napříč kanály, počínaje jednou formou média s plynulým přepínáním na jinou, pohodlnější formu v případě potřeby.

Případ použití v maloobchodním sektoru

Eberhardt je francouzská společnost specializující se na distribuci domácích spotřebičů pro širokou veřejnost a profesionální vybavení. Jejich tým zákaznických služeb bojoval s několika heterogenními nástroji pro správu různých interakčních kanálů se zákazníky a partnery. Společnost Alcatel-Lucent Enterprise navrhla řešení pro optimalizaci zákaznického servisu pomocí aplikace všestranného kontaktního centra pro zpracování telefonních hovorů, e-mailů, webového chatu a sociálních sítí.

[Celý příběh zde .](#)

Řešení ALE

- [ALE Connect](#)
- [Purple on Demand](#)



Závěr

Zrychlení digitální transformace a inovativní technologie vdechují do oblasti zákaznické zkušenosti nový život. Dnešní znalí a nároční zákazníci nutí organizace v soukromém i veřejném sektoru, aby rychle a přesně reagovaly na řešení problémů se zákaznickým servisem prostřednictvím svých vybraných médií. Ty, které se rozhodnou transformovat, budou mít dobrou pozici a příležitost přeměnit centra zákaznických služeb v centra spokojenosti zákazníků.

Zjistěte, jak řešení Alcatel-Lucent Digital Age Communications pomáhají organizacím nabízet zákaznickou zkušenost na další úrovni s vylepšenou optimalizací zdrojů a efektivním zapojením zaměstnanců, aby vždy poskytovaly vynikající zákaznickou zkušenost.