



Poprawa jakości obsługi klienta w erze komunikacji cyfrowej

Spis treści

- | Wprowadzenie
- | Zoptymalizuj zasoby i budżet, aby zapewnić światowej klasy obsługę klienta
- | Uczyń priorytetami szybkie reagowanie i rozwiązywanie problemów przy pierwszym połączeniu
- | Zaangażuj cały personel dzięki globalnej strategii obsługi klienta
- | Zarządzaj preferencjami w celu angażowania różnych pokoleń
- | Wniosek



Wprowadzenie

Przyspieszająca ewolucja w stronę świata opartego na wymianie cyfrowej motywuje organizacje (prywatne i publiczne) do ponownego przemyślenia swoich strategii dotyczących obsługi klienta. Muszą one wziąć pod uwagę nowe nawyki komunikacyjne, a także media cyfrowe i sieci społecznościowe. Muszą też podtrzymać ludzki wymiar wymiany między ludźmi. Decydenci muszą znaleźć sposób na przewycięzenie dychotomii tej nowej ery komunikacji cyfrowej, aby zapewnić klientom światowej klasy obsługę.

Postęp będzie wymagał wyciągnięcia wniosków z przeszłości, uwzględnienia potrzeb dzisiejszych klientów, którzy są wymagający i spieszą się, oraz projektowania z myślą o przyszłości w oparciu o nowe narzędzia i technologie, takie jak sztuczna inteligencja (AI), które stają się powszechnie dostępne.

Stawianie czoła wyzwaniom

Poprawa wrażeń klienta w nowej erze komunikacji cyfrowej niesie ze sobą odwieczne wyzwania związane z utrzymaniem klientów i pozyskaniem nowych. Pojawiają się jednak także nowe przeszkody do pokonania. Aby podtrzymać działalność biznesową i zachować konkurencyjność, organizacje muszą:

- **Optymalizować zasoby i budżet, aby zapewnić obsługę klienta na światowym poziomie:** organizacje muszą koncentrować uwagę pracowników i ekspertów, którzy stanowią cenny i kosztowny zasób, na tym, co przynosi wartość dodaną, podczas gdy narzędzia samoobsługowe obsługują prozaiczne zadania, a wszystko to bez wpływu na poziom zadowolenia klientów z obsługi. Pomyślnie sprostanie temu wyzwaniu przyniesie natychmiastowe i wymierne rezultaty w postaci oszczędności kosztów, poprawy poczucia wartości pracowników i ogólnej wydajności.
- **Uczynić priorytetami szybkie reagowanie i rozwiązywanie problemów przy pierwszym połączeniu:** wrażenia klientów można mierzyć na podstawie czasu potrzebnego na udzielenie odpowiedzi na zapytanie oraz trafności odpowiedzi. Oznacza to łączenie klientów z właściwym ekspertem we właściwym czasie oraz wyposażenie pracowników bezpośrednio kontaktujących się z klientem w narzędzia umożliwiające znajdowanie odpowiednich informacji i szybkie rozwiązywanie problemów. Zadowolony klient to stały klient, który będzie polecał i promował Twoją markę.
- **Zaangażować cały personel w ramach globalnej strategii obsługi klienta:** rozszerzenie roli relacji z klientem na całą organizację może być trudne, zwłaszcza w przypadku dużych podmiotów. Specjalistyczna wiedza może być rozproszona w różnych zespołach, jednak nawet jeśli eksperci są gotowi pomóc swoim współpracownikom mającym bezpośredni kontakt z klientem, muszą być wyposażeni w odpowiednie narzędzia do współpracy, aby byli dostępni na żądanie. Korzyści z takiego podejścia będą w równym stopniu po stronie klienta, który będzie otrzymywał wysokiej jakości odpowiedzi, jak i po stronie pracownika dzięki współpracy zespołowej.
- **Zarządzać preferencjami w celu angażowania różnych pokoleń:** dostarczanie usług na niezmiennie wysokim poziomie przy jednoczesnym zarządzaniu wieloma kanałami interakcji może być bardzo trudne, podobnie jak rozwijanie kanałów cyfrowych wśród młodszego pokolenia. Jednak brak oferty na tych kanałach może ograniczyć bazę klientów. Otwarcie kanałów zaangażowania to dla organizacji istotna szansa na nawiązanie kontaktu z nowymi potencjalnymi klientami, optymalizację ścieżki klienta przez porównywanie informacji i danych z różnych źródeł w celu lepszego spełnienia oczekiwań klientów i potencjalnego rozwoju działalności.

Zoptymalizuj zasoby i budżet, aby zapewnić światowej klasy obsługę klienta

Klienci nigdy nie byli bardziej wymagający niż obecnie. W istocie badania pokazują, że 90% klientów twierdzi, że gdy mają pytanie dotyczące usługi, „natychmiastowa” odpowiedź jest ważna lub bardzo ważna. Aby pozostać w grze, organizacje muszą zapewnić klientom profesjonalną obsługę przez całą dobę, 7 dni w tygodniu, oraz trafne reakcje. Czynnikiem ludzki jest tu kluczowy, ponieważ jednym z głównych zadań menedżerów ds. obsługi klienta jest możliwość powstrzymania agentów — rzadkiego i kosztownego zasobu — przed zalewem prozaicznych zadań, tak aby byli dostępni w razie potrzeby przez cały dzień. W wielu środowiskach pojawiły się systemy interaktywnych odpowiedzi głosowych (Interactive Voice Response, IVR), aby pomóc w zarządzaniu podstawowymi funkcjami, takimi jak m.in. zapytania o saldo konta i zatwierdzanie transakcji.

Samoobsługa przechodzi rewolucję, na czele której stoi innowacyjna sztuczna inteligencja. Pojawia się nowa generacja inteligentnych robotów konwersacyjnych, daleko wykraczających poza automaty, zdolnych do wykonywania nie tylko podstawowych zadań, do których ograniczały się starsze systemy. Aplikacje samoobsługowe, wyposażone w **chatboty lub boty głosowe**, nie tylko zastępują pracowników poza godzinami otwarcia, ale są w stanie wykonywać o wiele bardziej złożone zadania niż w przeszłości. Postępy w rozpoznawaniu głosu pomogły uczłowieczyć relacje bez zastępowania możliwości dialogu.

Proste zapytania i często zadawane pytania można obsługiwać za pomocą aplikacji samoobsługowych, które odciążają agentów ludzkich i zapewniają zawsze dostępną, skalowalną usługę. Menadżer ds. obsługi klienta ma dostęp do wskaźników i analiz w celu monitorowania zadowolenia, jakości zaangażowania wsparcia i oceny wysiłku klienta. W przypadku bardziej złożonych przypadków lub klientów premium, którzy potrzebują ludzkiego agenta, **inteligentne kierowanie i wsparcie przez AI** zapewniają światowej klasy obsługę i zadowolenie klienta.

Alcatel-Lucent Enterprise oferuje rozwiązania pomagające zachować równowagę między samoobsługowymi aplikacjami do automatycznej obsługi klientów a inteligentnym kierowaniem do najlepszego eksperta w organizacji w celu uzyskania szybkiej i dokładnej odpowiedzi.

Przypadek zastosowania w centrum medycznym

Klinika Fertylis to ośrodek rozrodu wspomaganego medycznie w Quebecu. W rozrodzie wspomaganym planowanie wizyt i śledzenie cyklu pacjenta są niezbędne dla protokołu zapłodnienia i inseminacji oraz są kluczem do sukcesu procedury. Klinika nie mogła sobie pozwolić na utratę połączeń, co powodowało niezadowolenie i frustrację pacjentów.

Firma Alcatel-Lucent Enterprise zaproponowała automatyczne powitanie, które kierowałoby pacjenta do odpowiedniego dostępnego eksperta. **Cała relacja tutaj.**

Rozwiązania ALE

- Alcatel-Lucent OmniPCX® Enterprise Purple (OXE Purple)
- Alcatel-Lucent Purple na żądanie (PoD)
- Zautomatyzowany asystent Alcatel-Lucent Visual (VAA)
- ALE Connect
- Alcatel-Lucent OmniPCX® RECORD
- Integracja z rozwiązaniami innych firm od partnerów technologicznych dla chatbota / bota głosowego

Uczyń priorytetami szybkie reagowanie i rozwiązywanie problemów przy pierwszym połączeniu

Szybkie i trafne reagowanie na zapytania klientów, tak aby byli zadowoleni i wysoko cenili Twoją markę, produkty i usługi, jest najwyższym priorytetem dla każdej organizacji zorientowanej na klienta.

Większość firm zainwestowała w tę dziedzinę, w tym w **integrację z aplikacjami biznesowymi do zarządzania relacjami z klientami (CRM)** tam, gdzie jest to możliwe. Dzięki technologii CRM rozmowy z klientami są umieszczane w kontekście, takim jak np. dostarczanie danych osobowych, takich jak historia wymian, preferencje, oczekiwania, a przede wszystkim dane dotyczące danego problemu. Te podstawowe informacje mogą zmniejszyć niepokój klientów i pomóc w udzieleniu szybkich i zadowalających odpowiedzi klientom szukającym odwołania lub pomocy.

Aplikacje samoobsługowe kontaktujące się z klientem, takie jak chatboty lub boty głosowe, mogą bezproblemowo przekazywać kwestię do agenta ludzkiego w przypadku złożonego zapytania. Agenci mogą wykorzystywać dane i **informacje kontekstowe** z CRM przy użyciu gotowych złączy do pełnej integracji lub dane pobrane z aplikacji biznesowych i wyświetlane na pulpicie nawigacyjnym agenta call center. Synteza zapisów z poprzednich interakcji (np. rozmów telefonicznych, e-maili, czatów i komunikatorów w mediach społecznościowych) jest dostarczana agentowi. **Pomoc AI** automatycznie proponuje typowe odpowiedzi odpowiadające zapytaniom klienta. Udoskonalono **współpracę** w czasie rzeczywistym między agentami w bezpośrednim kontakcie z klientem a ekspertami zaplecza, aby szybko udzielać klientom trafnych odpowiedzi.

Alcatel-Lucent Enterprise zapewnia rozwiązania poprawiające wrażenia klientów z obsługi, umożliwiając im kontakt z właściwym ekspertem we właściwym czasie i we właściwym kontekście.

e-Book

Poprawa jakości obsługi klienta w erze komunikacji cyfrowej



Przypadek zastosowania w administracji regionalnej

Hiszpański region Kantabria udostępnia swoim obywatelom aplikację mobilną obsługiwaną przez firmę Alcatel-Lucent Enterprise, która umożliwia samoobsługowe uzyskiwanie porad zdrowotnych na czacie oraz odpowiadanie na pytania chatbota dotyczące szczepień i godzin otwarcia przychodni. Ponadto w poważniejszych przypadkach wymagających szybkiej reakcji, pacjenci mogą skorzystać z komunikacji głosowej oraz umawiać telekonsultacje wideo z pracownikami służby zdrowia. [Cała relacja tutaj.](#)

Rozwiązania ALE

- [OXE Purple](#)
- [Purple on Demand](#)
- [VAA](#)
- [Rainbow](#)
- [Złącza Rainbow CRM](#)
- [ALE Connect](#)
- Integracja z rozwiązaniami innych firm od partnerów technologicznych dla chatbota / bota głosowego

Zaangażuj cały personel dzięki globalnej strategii obsługi klienta

Wszyscy pracownicy – czy to w sektorze prywatnym, czy w instytucjach publicznych – muszą rozumieć i akceptować wspólną strategię satysfakcji klienta, wskutek czego nastąpi rozszerzenie relacji z klientem na całą organizację. Takie podejście przynosi korzyści zarówno klientom, jak i pracownikom. Klienci otrzymują szybko pomocne odpowiedzi, a pracownicy mogą współpracować jako zespół.

Strategia istnieje już w organizacjach, których działalność podlega przewidywalnym szczytom popytu. Przykładem są dostawcy produktów lub usług, których zamówienia powiązane są z kalendarzem i wydarzeniami takimi, jak Black Friday, Boże Narodzenie, Walentynki czy Dzień Matki. Uzgodniona wcześniej jednorazowa mobilizacja całego personelu nazywana jest „przedłużeniem horyzontalnym”. Jednocześnie organizacja może rozwijać się „w pionie”, angażując wszystkie zespoły i działania, nie tylko sezonowo, ale w sposób ciągły, dbając o to, by zadowolenie klienta było najwyższym priorytetem, zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych.

Alcatel-Lucent Enterprise oferuje rozwiązania, które umożliwiają wspólne zaangażowanie wszystkich pracowników w obsługę klienta dzięki inteligentnemu kierowaniu i dystrybucji połączeń, telefonom stacjonarnym i aplikacjom na telefony programowe realizujące funkcje agentów obsługi klienta na żądanie. Zaangażowanie wszystkich dostępnych zasobów w całej organizacji będzie miało znaczenie. Polega to na **zaangażowaniu ekspertów**, którzy w ramach swoich konkretnych kompetencji mogą wspierać współpracowników na pierwszej linii, gotowi do pomocy i udziału we wspólnym wysiłku. Organizacja zapewnia zaangażowanym pracownikom **narzędzia do współpracy** i aplikacje, które ułatwiają obsługę zarówno okazjonalnych, jak i regularnych zapytań. Daje to agentom działającym na pierwszej linii większą pewność i przyspiesza rozwiązywanie problemów. Ponadto model rozwiązania ALE **oparty na subskrypcji** pozwala organizacjom szybko dostosować się do nowych wymagań, w razie potrzeby zwiększając lub zmniejszając liczbę licencji na bieżąco.

e-Book

Poprawa jakości obsługi klienta w erze komunikacji cyfrowej



Przypadek zastosowania w administracji lokalnej

Miasto Foxborough to obszar podmiejski w pobliżu Bostonu w stanie Massachusetts w USA. Na początku globalnego kryzysu zdrowotnego w 2020 r. miasto Foxborough stanęło przed wyzwaniem informowania swojej społeczności, jednocześnie umożliwiając prawie 200 pracownikom utrzymanie miasta i usług, nawet w ramach pracy zdalnej. Firma Alcatel-Lucent Enterprise dostarczyła pracownikom miasta wydajne rozwiązanie umożliwiające dalsze świadczenie usług mieszkaniowych, współpracę podczas planowania spotkań i organizowanie wewnętrznych posiedzeń zarządu.

[Cała relacja tutaj.](#)

Rozwiązania ALE

- [OXE Purple](#)
- [Purple on Demand](#)
- [VAA](#)
- Aplikacje [Konsola operatora 4059 EE](#) i [Konsola dyspozytorska](#)
- [ALE Connect](#)
- [Telefony biurkowe ALE](#) i [softphone](#)

Zarządzaj preferencjami w celu angażowania różnych pokoleń

Organizacje od wielu lat biorą pod uwagę preferencje klientów w zakresie zaangażowania (wykraczającego daleko poza telefon). Jednak nawet jeśli spektrum dostępu, w tym telefon, poczta elektroniczna, strony internetowe i sieci społecznościowe, pozostaje spójne, nadal pozostaje wiele do zrobienia w celu osiągnięcia spójności wszystkich tych kanałów. Wielokanałowa strategia do zarządzania relacjami z klientami może zapewnić wydajne i udane interakcje.

Wielokanałowa strategia polega na wykorzystaniu nowych kanałów konwersacyjnych, dzięki którym klienci mogą uzyskać rozwiązanie problemu w pierwszym kontakcie przy zachowaniu równego poziomu jakości i wydajności. „Gorące” kanały, takie jak rozmowa telefoniczna – synchroniczne i działające w czasie rzeczywistym – łączą się z kanałami „zimnymi”, tradycyjnie pocztą elektroniczną, ale teraz zostały rozszerzone na cyfrowe kanały komunikacji błyskawicznej, takie jak Twitter, Facebook Messenger czy WhatsApp, a także czat na żywo za pośrednictwem witryny internetowej marki lub aplikacji mobilnych. Kanały cyfrowe nadal obsługują tylko niewielką część wymiany między klientami a markami, ale szybko się rozwijają. Wśród młodszych pokoleń kanały te stają się numerem jeden w komunikacji. Brak oferty na tych kanałach oznacza odcięcie części bazy klientów.

Wyzwaniem dla organizacji jest przetwarzanie informacji niezależnie od nośnika, z którego pochodzi. Różne media mogą oznaczać różnice w formułowaniu treści i analizie satysfakcji. Celem jest odtworzenie tematu i użycie go w „neutralny” sposób w przyszłych wymianach. Oznacza to wymazanie specyfiki mediów związanej z ich pochodzeniem, aby umożliwić płynne i skuteczne rozmowy.

Z operacyjnego punktu widzenia kluczem do doskonałej efektywności obsługi klienta zawsze było umożliwienie agentom równoległego korzystania z wielu kanałów. Gdy agenci nie są zajęci rozmową telefoniczną, mogą zajmować się e-mailami lub zarządzać wieloma

czatami, aby zoptymalizować wykorzystanie swojego czasu. Aby to urzeczywistnić, organizacje muszą działać etapami. Zaczynij od jednego lub dwóch kanałów, a następnie dodaj więcej nadgodzin. Rozwiązanie musi być typu „podłącz i uruchom” („plug and play”), aby umożliwiać organizacjom szybkie i łatwe aktywowanie nowych kanałów interakcji w zależności od potrzeb i zgodnie z preferencjami klientów.

Alcatel-Lucent Enterprise dostarcza rozwiązania dla organizacji, które chcą łączyć się ze swoimi klientami w preferowany przez siebie sposób i wchodzić w interakcje za pomocą dowolnego dostępnego kanału, takiego jak rozmowy telefoniczne, rozmowy wideo, e-mail, czat internetowy lub komunikatory w mediach społecznościowych. Rozwiązania ułatwiają interakcje międzykanałowe, zaczynając od jednej formy nośnika i płynnie przełączając się na inną, wygodniejszą.

Przypadek zastosowania w sektorze detalicznym

Eberhardt to francuska firma specjalizująca się w dystrybucji artykułów gospodarstwa domowego ogólnego użytku oraz sprzętu profesjonalnego. Ich zespół ds. obsługi klienta miał trudności z powodu korzystania ze zróżnicowanych narzędzi do zarządzania różnymi kanałami interakcji z klientami i partnerami. Firma Alcatel-Lucent Enterprise zaproponowała rozwiązanie optymalizujące obsługę klienta za pomocą wszechstronnej, wielokanałowej aplikacji contact center do obsługi połączeń telefonicznych, poczty elektronicznej, czatu internetowego i mediów społecznościowych.

[Cała relacja tutaj.](#)

Rozwiązania ALE

- [ALE Connect](#)

e-Book

Poprawa jakości obsługi klienta w erze komunikacji cyfrowej



Wniosek

Przyspieszenie transformacji cyfrowej i innowacyjna technologia tchną nowe życie w obszar obsługi klienta. Dzisiejsi znający się na rzeczy i wymagający klienci wymagają od organizacji, zarówno z sektora prywatnego, jak i publicznego, szybkich i trafnych reakcji na problemy związane z obsługą klienta przy użyciu wybranych mediów. Ci, którzy zdecydują się na transformację, będą dobrze przygotowani do przekształcenia swoich centrów obsługi klienta w centra satysfakcji klienta.

Dowiedz się, jak rozwiązania firmy Alcatel-Lucent w zakresie [komunikacji w epoce cyfrowej](#) pomagają organizacjom oferować klientom wyższy poziom obsługi dzięki ulepszonej optymalizacji zasobów i efektywnemu zaangażowaniu pracowników w celu zapewnienia najwyższej jakości obsługi klienta.

