

# Создание контакт-центра. Опыт ИОН

текст: Александр Михайлов

В КОНЦЕ ПРОШЛОГО ГОДА КОМПАНИЯ «ЦИФРОВОЙ ЦЕНТР ИОН» СОЗДАЛА В СВОЕЙ СТРУКТУРЕ КОНТАКТ-ЦЕНТР, ПРИЗВАННЫЙ ОБСЛУЖИВАТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОЧТИ ДЕВЯТИ ДЕСЯТКОВ ЕЕ ОБЫЧНЫХ МАГАЗИНОВ И ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА. О ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА РАССКАЗЫВАЕТ РУКОВОДИТЕЛЬ НОВОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ АРТЕМ СЕДОВ.

Артем Седов |  
руководитель контакт-центра компании  
«Цифровой центр ИОН»



## ЧЕМ ОБУСЛОВЛЕНА НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО КОНТАКТ-ЦЕНТРА?

До этого в компании действовало несколько разрозненных телефонных подразделений, которые принимали и обрабатывали телефонные вызовы, поступающие от клиентов ИОН. У каждого из них были свой фронт работ, своя «делянка». Обособленность, несогласованность действий этих служб стала сказываться на качестве обслуживания клиентов — оно падало просто катастрофически. Мы собирались решить эту проблему простым способом — за счет установки телефонной станции Avaya и создания call-центра на ее базе. Но, подсчитав расходы, поняли, что этот вариант чересчур дорогой, да и не совсем удовлетворяет в функциональном плане. В частности, из-за нерусифицированного интерфейса станции. Стали опять думать, и в результате созрел не совсем обычный план. Дело в том, что в компании действовала так называемая программа лояльности, которая предусматривала определенные скидки, и компания теряла на ней немалые деньги. Сами скидки были столь незначительны, что о какой-то «любви» со стороны покупателей и речи быть не могло. Необходим был инструмент для управления новой программой лояльности, которая должна была носить уже не столько дисконтный, сколько сервисный характер. То

есть требовалась группа людей, которые принимали бы звонки, заносили данные о клиентах в базы данных, поддерживали с ними контакт — предоставляли необходимую информацию, помогали сделать выгодную покупку и т. п. И таким инструментом должен был стать контакт-центр, призванный объединить наши разрозненные телефонные службы.

## А НЕ ПРОЩЕ ЛИ БЫЛО ПЕРЕСТРОИТЬ РАБОТУ СТАРЫХ СЛУЖБ, НЕ НАЧИНАЯ НОВЫЙ ПРОЕКТ?

Нет. Во-первых, из-за разрозненности подразделений компания не имела информации о потерях по звонкам на всех стадиях их прохождения: мы не знали, сколько людей к нам обратилось, как долго они ожидали ответа, какие причины заставили их ждать. Кроме того, было трудно грамотно распределить нагрузку между операторами — одна группа не могла подстраховать другую. О загруженности операторов представления были самые приблизительные. Звонки считали вручную, и потом выяснилось, что их было в два раза больше. К тому же каждого обратившегося мы обслуживали как нового клиента — у операторов не было возможности идентифицировать звонящих. А ведь среди них были и VIP-клиенты, к которым требовалось соответствующее отношение — а мы с ними, как с новичками... Неэффективной была и работа по марке-

тинговым кампаниям — программам по обратной связи, рекламным акциям. Процесс этот был очень трудоемким, поскольку все операции делались вручную. Контролировать работу операторов тоже было невозможно. Да, у нас стояла система записи телефонных разговоров — но она только записывала все звонки, поступающие на каждый телефон. Не более. Нельзя было сделать разбивку по группам, по каким-то другим критериям.

## КСТАТИ О КРИТЕРИЯХ. НА ЧТО КОМПАНИЯ ОРИЕНТИРОВАЛАСЬ ПРИ ВЫБОРЕ РЕШЕНИЯ?

Нам был необходим серийный продукт за разумную цену. В то же время коробочный вариант должен был иметь возможность адаптации под все наши требования, причем тоже с минимумом затрат. Еще одно условие — простота интерфейса, его интуитивная понятность. При таком подходе планировалось сократить время на установку решения и обучение пользователей работе с ним. Следующий критерий — отказоустойчивость. То есть система должна была быть устойчивой к перепадам самого различного характера. Также в ней должен быть своего рода конструктор, с помощью которого мы могли бы сами выстраивать и настраивать такие сценарии обработки вызовов, которые нам необходимы именно в данный момент. Ну и возможность администрирования контакт-центра соб-



ственными силами нашего IT-департамента, понятно, тоже была одним из важных факторов. В итоге мы выбрали продукт Infinity от компании «ИнтелТелеком». Это решение представляет собой программно-аппаратный комплекс и максимально соответствует нашим требованиям.

#### КАКИЕ ЕЩЕ СИСТЕМЫ РАССМАТРИВАЛИСЬ?

Множество. Но у большинства предлагаемых нам решений была одна общая беда — коробочные версии далеко не во всем соответствовали нашим требованиям. А разработчики предлагали внести в них доработки уже за совсем другие деньги.

#### НАСКОЛЬКО ТРУДОЕМКИМ ОКАЗАЛСЯ ПРОЕКТ?

Работы велись одновременно по двум проектам. В ходе первого пересматривалась программа лояльности, а участники второго занимались внедрением контакт-центра. Оба проекта были представлены руководству в марте прошлого года. В мае было принято решение об их реализации, а уже в следующем месяце началась работа по подготовке необходимых документов и технического задания. На первом этапе был изучен функционал наших разрозненных телефонных подразделений, и на основании полученных результатов сформированы пять операторских групп. Fontline — группа первой линии — принимает все звонки и подстраховывает остальные. То есть операторы этой группы универсальны и могут дать достаточно квалифицированный ответ на любой вопрос клиента. Дальше идет группа рекламаций, чьей задачей является обработка заявок и претензий, прием «конфликтных» звонков и т. п. Третья группа отвечает за продажи интернет-магазина. Далее идет так называемая абонентская служба. Дело в том, что у ИОН есть совместный проект с компанией-оператором «МегаФон» по тарифному плану «Революция». Этот тарифный план полностью обслуживает наша компания: подключает услуги, занимается их настройкой, предоставлением роуминга и т. п. Есть еще группа технической поддержки, которая дает по телефону технические консультации клиентам компании. К сентябрю во всех группах был установлен программно-аппаратный комплекс Infinity, настроены рабочие места, разработаны сценарии приема и обработки вызовов,

Мы теперь имеем полноценную CRM-систему с необходимым функционалом и отчетностью. Самое приятное, что это решение мы теперь можем развивать в любом направлении, которое нам необходимо

их маршрутизации, постановки в очередь, переадресации и пр. Каждой группе был присвоен свой номер. При поступлении вызова звонок распределялся по группе в соответствии с заданными нами алгоритмами. Этот этап прошел практически безболезненно — во многом благодаря помощи инженеров поставщика.

#### А СО СТЫКОВКОЙ INFINITY И ВАШЕЙ АТС НЕ БЫЛО ПРОБЛЕМ?

Мы опасались, что будет много сбоев. Но все прошло хорошо, все элементы синхронизировались. Дальше шли собственные разработки. Была создана программа «Клиент-Инфо», с помощью которой осуществляется управление клиентской базой данных. Эта система тоже в свою очередь была состыкована с Infinity. Здесь главной задачей стало обеспечение идентификации звонящего — как я уже говорил, это необходимо для улучшения качества обслуживания. Проблемы возникали с открытием карточек клиентов, но все ошибки были своевременно выявлены. В итоге все части состыковались хорошо, и у нас получилась полноценная CRM-система. Потом, в сентябре-ноябре, начался поэтапный запуск контакт-центра в опытную эксплуатацию. То есть сначала функции и возможности комплекса опробовались на одной группе, потом на другой. При этом поставщику отправлялась вся информация об ошибках и сбоях, которые своевременно устранялись. Итогом этого этапа стала установка в ИОН новой версии ПО для Infinity. Затем комплекс был запущен в промышленную эксплуатацию, и сегодня он работает в штатном режиме. Все возникающие вопросы оперативно решаются в рабочем порядке — здесь тоже играет свою роль

сработанность с инженерами поставщика. А вот с чем были проблемы, так это с передачей данных в наших же локальных подсетях. Бывало, голос клиента слышен, а вызов принять не получается. Для пользователей одной из подсетей вход в систему контакт-центра был очень долгим — как оказалось, корневой маршрутизатор не справлялся с возросшей нагрузкой. После его замены все пришло в норму. Еще одна, наверное, общая для всех трудность — сопротивление на местах. Всегда сложно внедрять что-то новое.

#### ВЫ ДОВОЛЬНЫ РЕЗУЛЬТАТОМ?

Вполне. Мы теперь имеем полноценную CRM-систему с необходимым функционалом и отчетностью. Самое приятное, что это решение мы теперь можем развивать в любом направлении, которое нам необходимо. Комплекс уже прошел рабочее испытание. Например, при запуске новой программы лояльности была проведена кампания по информированию клиентов. Прошла она очень быстро благодаря, в частности, реализованной в системе контакт-центра функции автодозвона.

#### ЕСТЬ УЖЕ ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ КОНТАКТ-ЦЕНТРА?

Планы есть. В ИОН действует около 90 магазинов. Некоторые из них ночные. В них уже поставлены IP-фоны и ПО Infinity. То есть мы пробуем перевести контакт-центр на круглосуточный режим. Пока ночных звонков поступает не очень много — порядка 300 в месяц. В дальнейшем планируется все магазины сделать полноценными операторами контакт-центра, и тогда можно будет переводить звонки напрямую в магазин, где клиенты смогут проконсультироваться у продавца, забронировать товар и т. п. Намечается и еще одно интересное направление развития нашего контакт-центра. Рассматривается вопрос о том, что он возьмет на себя функцию «горячей линии» некоторых вендоров, у которых нет в Москве своего представительства и нет службы технической поддержки. То есть это уже в некотором роде аутсорсинг. С рядом производителей соответствующие переговоры ведутся. И нам это интересно, и им тоже. Особенно в условиях кризиса. В общем, в наших планах развивать все то, что удобно клиентам. Например, намечен запуск SMS-сервиса. Сейчас дорабатывается соответствующее ПО.