

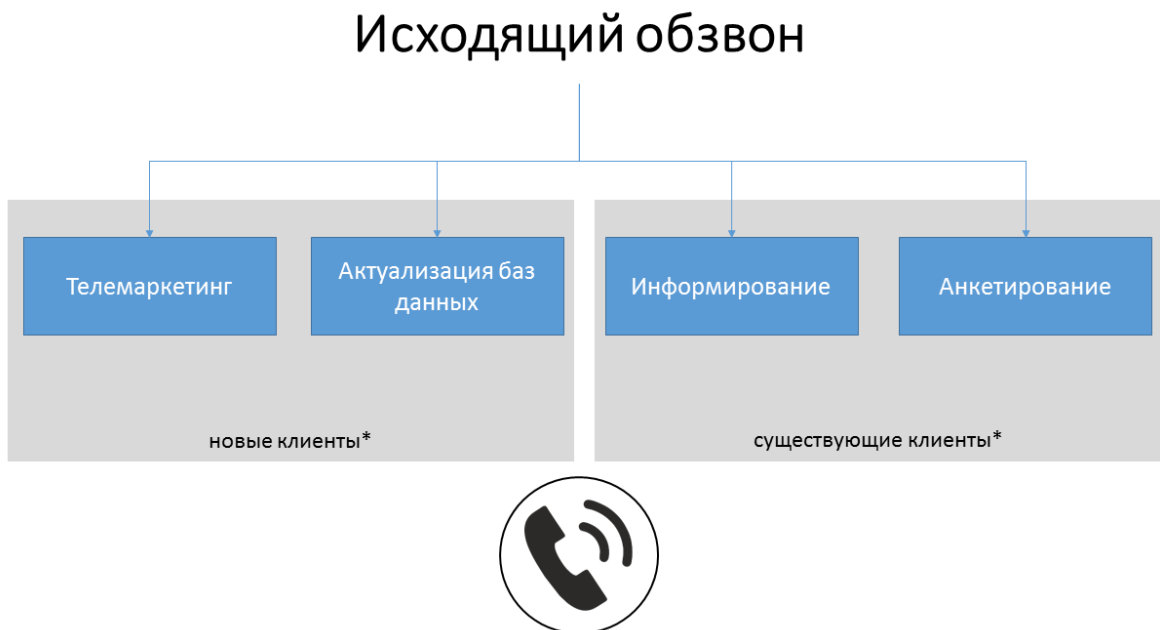
ИСХОДЯЩИЙ ОБЗВОН: какой режим выбрать?

Современный бизнес требует постоянного контакта с клиентами и поиска новых заказчиков. Прямой контакт с существующими и новыми клиентами по телефону - самый надежный и востребованный инструмент продаж.

Именно поэтому исходящий обзвон активно используется отечественными компаниями и потребность в нем только растет.

Какие основные сервисы по обзвону востребованы на рынке?

1. **Телемаркетинг** - «холодные звонки» и привлечение новых клиентов на основе большой базы контактов. Задача обзвона - рассказ потенциальным клиентам о компании, ее товарах, услугах и предложениях.
2. **Актуализация баз данных** – обзвон базы данных для проверки, исправления или добавления контактной информации о клиентах.
3. **Информирование** – сообщение клиентам (преимущественно существующим) о важных событиях из жизни компании или связанных с клиентскими данными/запросами. Например, о запуске услуги, проведении рекламной акции, рассмотрении запроса клиента. Сюда же относится и работа с должниками.
4. **Анкетирование** – проведение опросов клиентов (в основном – существующих). Опросы чаще всего касаются качества работы компании, отношения к ее продуктам или сервисам.

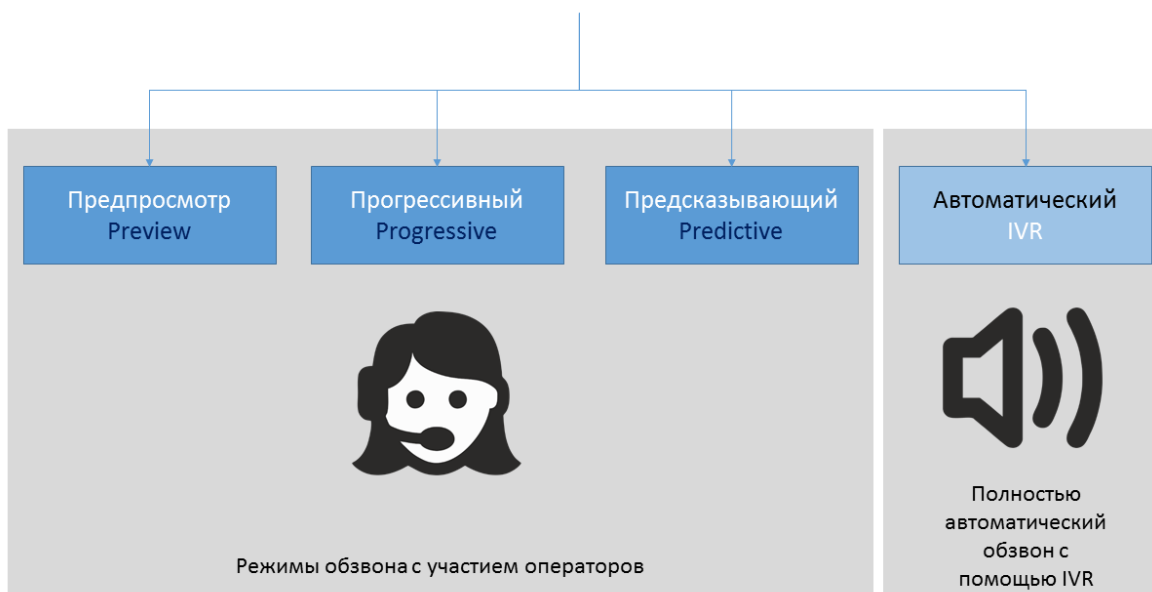


* - условное разделение, зависит от конкретного проекта

Виды обзвона

Чтобы быть гибкими и мощными, способными быстро организовать и провести исходящий обзвон, в компаниях используются 4 режима исходящего обзвона: *Предпросмотр (Preview)*, *Прогрессивный (Progressive)*, *Предсказывающий (Predictive)* и *Автоматический (IVR)*.

Режимы обзвона



Наиболее распространены первые три режима, т.к. они используют операторов для общения с клиентами. Рассмотрим каждый из них более подробно.

Предпросмотр (Preview)

Режим *Предпросмотра* является самым простым способом осуществления исходящего обзвона. Фактически он осуществляется в полуавтоматическом режиме.

Сервис обзвона выбирает очередную запись из списка обзвона и предлагает ее оператору. Оператор может принять запись или отклонить ее, если он не планирует участвовать в обзвоне (например, занят постобработкой предыдущего звонка). Перед набором номера, оператор просматривает сведения о клиенте (именно поэтому режим называется *Предпросмотр*), которые выводятся на экран: это может быть скрипт разговора с данными о клиенте, карточка клиента из CRM-системы или история запроса в HelpDesk.

После этого оператор нажимает на кнопку набора номера и начинается обзвон. Оператор слышит всю процедуру набора, как если бы он набирал номер в ручном режиме. Если клиент ответил, то оператор начинает разговор согласно теме обзвона. Если номер не отвечает (занят, автоответчик или по иной причине), оператор выбирает причину недозвона из списка на экране и переносит вызов на другое время (вручную или на основании предустановленных шаблонов).



Прогрессивный (Progressive)

Прогрессивный режим является значительно более эффективным, по сравнению с *Предпросмотром*. В этом режиме оператор уже не набирает номер и не ждет ответа клиента. За него все делает сам сервис.

В *Прогрессивном* режиме, как только оператор становится готовым, сервис «резервирует» его для разговора и сам набирает следующий номер. Если номер не отвечает, сервис набирает следующий номер и так далее, до ответа клиента. При ответе клиента, сервис выводит карточку клиента на рабочее место оператора и начинается разговор.

Увеличенная производительность *Прогрессивного* режима определяется следующими возможностями:

1. система сама набирает номер
2. оператор не может отказаться от разговора, он отвечает на все вызовы, которые набирает сервис.

Режим Прогрессивный (Progressive)



Предсказывающий (Predictive)

Предсказывающий режим является самым производительным режимом обзвона на сегодняшний день. Он позволяет быстро обзвонить большой объем номеров и при этом обеспечить практически 100% загрузку операторов.

За счет чего это достигается?

Используются специальные алгоритм работы и механизм набора номеров.

Вот как это выглядит на практике: набор номеров происходит автоматически в фоновом режиме. Оператор может еще разговаривать с клиентом, а сервис уже набирает несколько новых номеров, в расчете на то, что когда разговор закончится, на оператора будет сразу распределен клиент, ответивший на вызов.

Для того, чтобы обеспечить постоянную загрузку операторов, используется специальный алгоритм набора, анализирующий ход кампании обзвона (количество успешных наборов, продолжительность разговора, время неготовности) и на основании статистических методов предлагающий одновременно набрать определенное количество номеров.

Количество одновременно набираемых номеров зависит от дозвона (качества списка), характера кампании, скрипта разговора и может составлять в среднем от 2 до 10-15 номеров на одного оператора.

Наивысшая производительность режима *Предсказывающий* определяется следующими возможностями:

1. Одновременно набираются в несколько раз большее количество номеров, чем в режиме *Прогрессивный* (только 1 номер)
2. Оператор практически постоянно занят разговором с клиентом.

Режим Предсказывающий (Predictive)



Сравнение режимов обзвона

Из краткого описания работы каждого из режимов во многом уже понятно, чем они отличаются друг от друга. Давайте рассмотрим их более подробно, чтобы разобраться, в каких ситуациях лучше всего использовать тот или иной режим обзвона.

С точки зрения производительности, режимы располагаются в следующей последовательности (по увеличению): *Предпросмотр*, *Прогрессивный*, *Предсказывающий*. За счет чего *Предсказывающий* режим значительно более эффективен чем *Предпросмотр*?

На этот вопрос легко ответить, если рассмотреть распределение времени занятости оператора в трех основных режимах обзвона.



Из схемы видно, что самым затратным по времени является режим *Предпросмотра*. В нем все действия выполняются вручную. В *Прогрессивном* режиме, как только оператор становится готовым, набор номера выполняет сервис. Наконец, *Предсказывающий* режим. В нем все непроизводительные функции (связанные с набором номера и готовности оператора к следующему вызову) выполняет сервис.

Сокращение времени обработки напрямую влияет на производительность работы оператора и скорость прохождения списка обзвона. Среднее количество времени разговора (продуктивное время) для основных режимов обзвона приведено в таблице ниже.

| | Предпросмотр | Прогрессивный | Предсказывающий |
|------------------------------------|--------------|---------------|-----------------|
| Общее время разговора в час (мин.) | 10-12 | 32-35 | 40-45 |

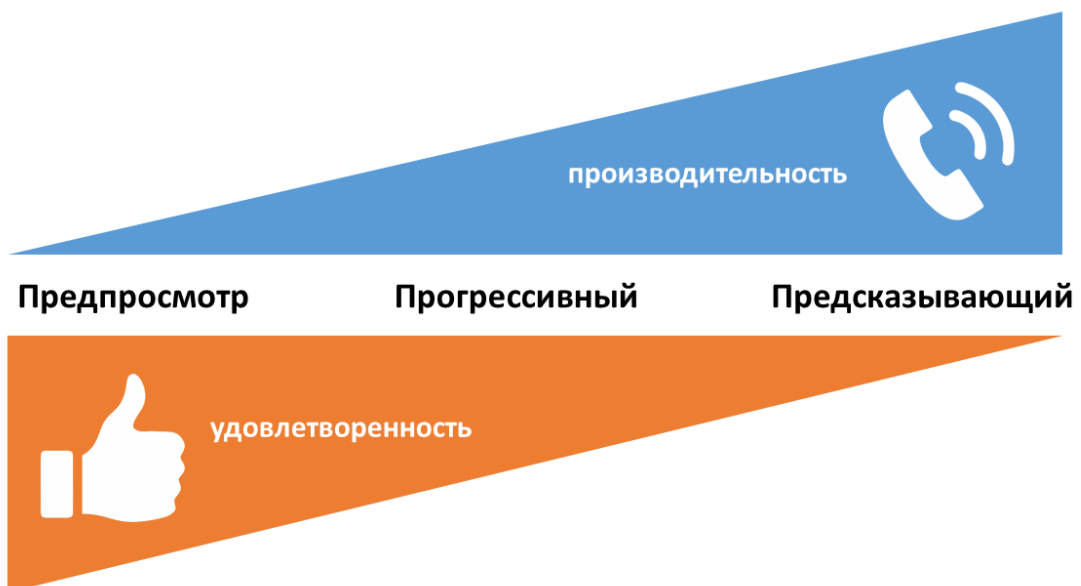
Таким образом, в *Предсказывающем* режиме у оператора самая большая загрузка и список обзванивается быстрее всего. Значит ли это, что всем и всегда надо использовать *Предсказывающий* режим? Отнюдь.

Какой режим выбрать?

Несмотря на лучшие показатели *Предсказывающего* режима, он не является безусловным лидером среди режимов обзвона. Каждый из них имеет свои преимущества.

При выборе режима обзвона (как впрочем и при решении других задач в колл-центре) следует учитывать не только технологические моменты, но и мнение клиентов. Посмотрите на диаграмму, которая сравнивает производительность и удовлетворенность клиентов при разных режимах обзвона.

Производительность vs Удовлетворенность



Как видно из диаграммы, *Предсказывающий* - наиболее производительный режим и самый выгодный для колл центра, в тоже время он пользуется наименьшей «популярностью» у самих клиентов. Почему?

Дело в самом принципе работы этого режима. Сервис не ждет, когда освободится оператор, а заранее начинает набирать несколько новых номеров, основываясь на статистических предположениях: а) когда оператор закончит текущий разговор б) сколько набранных номеров будут неотвечены. Поскольку используется механизм, основанный на алгоритмах математической статистики, то точность предсказаний может меняться даже в рамках одной кампании в течении дня. Могут возникнуть ситуации, когда сервис дозвонился до клиента, а оператор еще занят предыдущим разговором. Вряд ли это может понравиться клиенту((

Для снижения погрешности работы *Предсказывающего* режима вводятся дополнительные параметры настройки. Кроме того, в полном соответствии со статистической теорией, точность работы повышается с увеличением количества задействованных операторов.

Поскольку *Предсказывающий* режим самый производительный, но в тоже время и наиболее критичный для клиентов, он преимущественно используется в сервисах Телемаркетинг и Актуализация баз данных, где применяются большие списки обзвона (от нескольких тысяч до сотен тысяч номеров в день) и обзваниваются потенциальные клиенты.

При работе в режиме *Предпросмотр*, скорость работы оператора самая низкая, но в тоже время – каждый вызов гарантированно обслуживается оператором.

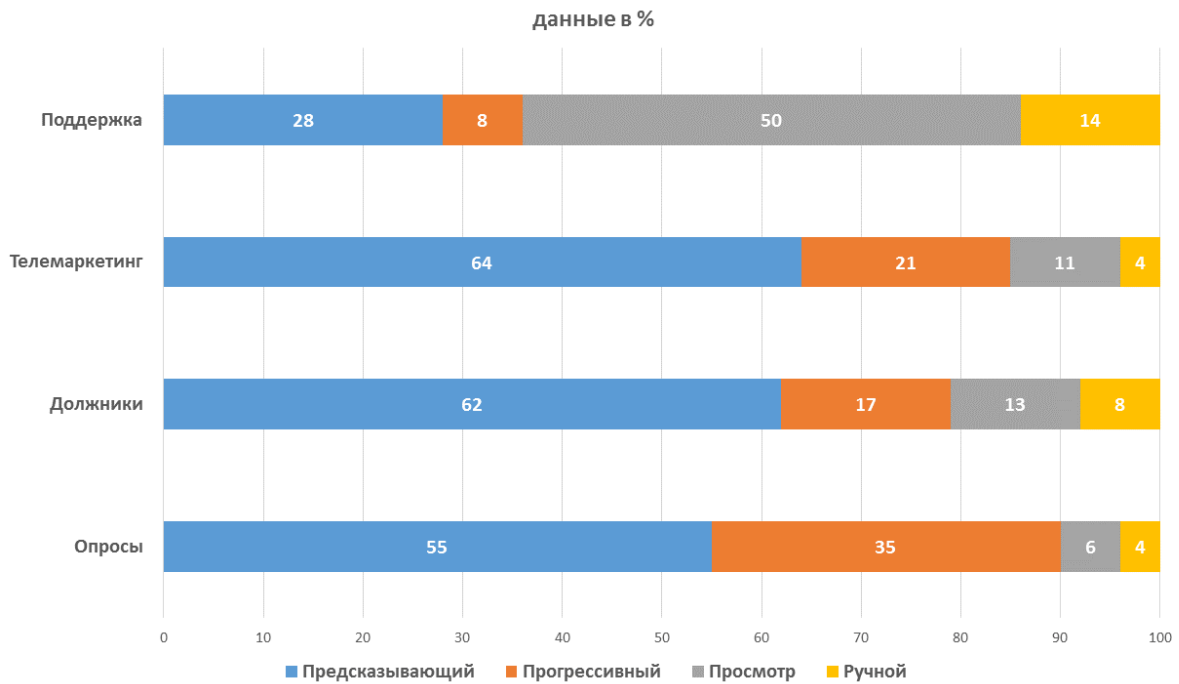
Данный режим используется при контактах с существующими клиентами, где необходимо обеспечить 100% готовность оператора к разговору и знание потребностей/проблем клиента. Предпросмотр преимущественно применяется в сервисах Информирование и Анкетирование.

Зная особенности работы каждого из режимов, сведем все основные показатели в итоговую таблицу и приведем рекомендации по их применению*.

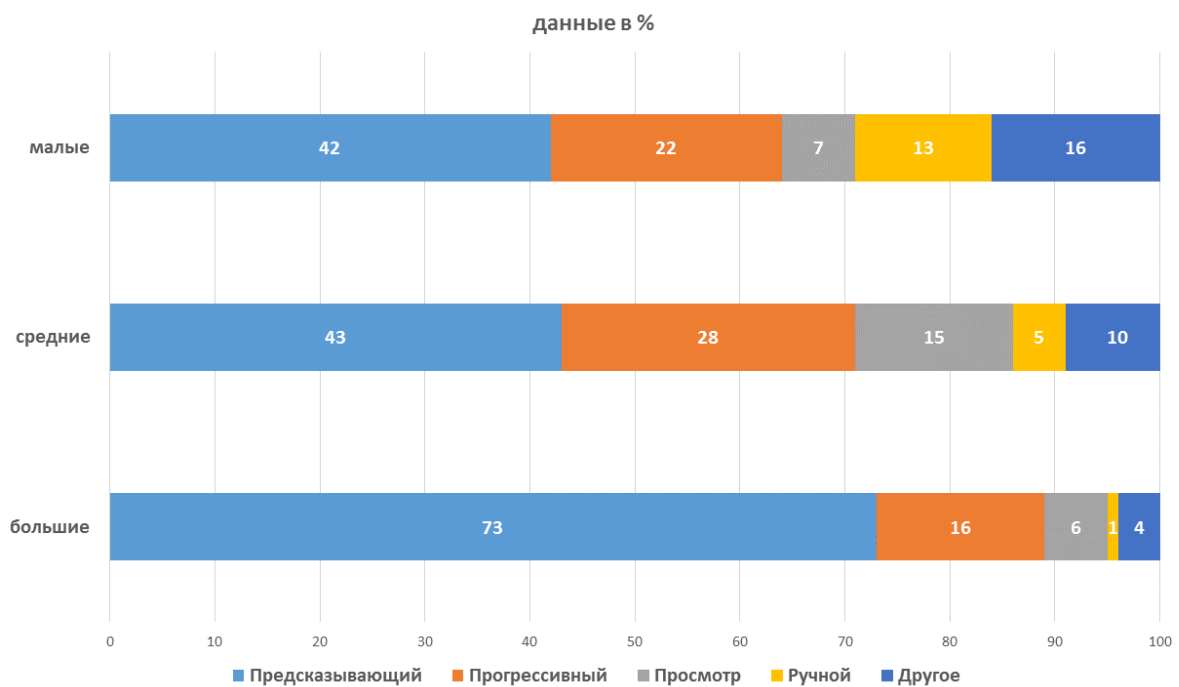
| | Предпросмотр | Прогрессивный | Предсказывающий |
|--|--------------------------|--------------------------|--|
| Тип сервиса | исходящий | смешанный | исходящий |
| Набор номера | ручной | Автоматический | Автоматический |
| Просмотр карточки клиента перед разговором | Есть | Нет | Нет |
| Количество одновременно набираемых номеров на оператора | 1 | 1 | в среднем от 2 до 5-10 (зависит от кампании) |
| Резервирование оператора | есть | есть | нет |
| Размер и качество списка обзвона | Небольшой, точные данные | средний, точные данные | большой, невыверенные данные |
| Скорость обзвона списка | низкая | средняя | высокая |
| Разговор с клиентом | Сложный, продолжительный | Сложный, продолжительный | Простой, короткий |
| Стоимость вызова | высокая | средняя | Низкая |
| Мин. количество операторов | от 1 | от 1 | от 10 |

* - условные рекомендации, окончательный выбор типа кампании зависит от ее тематики, списка обзвона, финансовых ограничений и ряда других факторов

Закономерный вопрос: какие кампании лучше всего использовать для определенных типов сервисов? Обратимся к мировому опыту. Посмотрите диаграмму с данными по колл центрам Великобритании за 2015 г. Типы сервисов, показанные в ней, во многом совпадают с отечественными данными, приведенными в начале статьи.



Как видно, нет 100% преобладания ни одного вида обзвона. Если рассмотреть данные по видам кампаний в зависимости от размера колл центра (Великобритания, 2015 г.), то тоже не будет однозначной картины.



Исходящий обзвон очень зависит от сочетания внешних (поведение клиентов, время обзвона) и внутренних факторов (количество операторов, наличие скрипта разговора). Сложно предварительно, не попробовав, дать однозначную оценку, но выбор делать надо.

Подведем итоги

Какой же тип кампании выбрать? *Предварительный* самый медленный, но оператор всегда ответит клиенту; *предсказывающий* – самый эффективный, но может ошибаться. *Прогрессивный* – самый нейтральный, но кто знает: возможно, два других режима будут эффективнее для конкретной задачи?

Лучшей рекомендацией будет использование *облачного сервиса*. В этом случае Вы быстро получаете в свое распоряжение самую современную и безопасную платформу обзвона, без каких либо капитальных затрат. В облачном сервисе Вы платите только за используемые функции и только за то количество операторов, которое реально участвует в кампании.

Вы сможете проверить на практике все варианты обзвона и решить, в каких случаях следует использовать *Предпросмотр*, а в каких – *Предсказывающий* режимы.

Приобрести важный опыт и успешно решить бизнес-задачи. Сократить расходы и повысить эффективность работы с клиентами.

Источники:

<http://www.contactcenterworld.com>

ContactBabel (2016), "The Inner Circle Guide to Outbound & Call Blending"

ООО «Клауд Контакт» специализируется на предоставлении комплексных решений по оптимизации работы Контакт-центра на основе облачных технологий.

Используя наши решения, государственные и коммерческие организации могут существенно сократить расходы Контакт-центра, гарантируя предоставление качественно нового уровня обслуживания.

Мы обладаем уникальной командой профессионалов с большим опытом успешной реализации проектов, начиная с аудита текущей работы и заканчивая технической поддержкой установленного решения.

© ООО «Клауд Контакт», 2016 г.