



# Vytěžování dat kontaktních center

## Situace

Každá firma dnes disponuje ohromným množstvím různorodých dat, která obsahují informace o všem, co se společnosti týká, a to včetně jejích zákazníků, produktů apod. Jedná se o data o interakcích, operativní ukazatele, obchodní a finanční data, transakční data, komunikační historii, webové analýzy, záznamy hovorů, CRM a zákaznická data a další informace. Data, která jsou současně uložena v nepřehledném množství databází a systémů. Jak se v tom ale vyznat a využít tyto informace ve prospěch firmy?

## Řešení

Existují analytické nástroje a procesy, které umožňují tato strukturovaná i nestrukturovaná data efektivně zpracovat a získat informace k dalšímu využití. Ve většině případů se jedná o sadu komponent a nástrojů, které s podporou prezentační vrstvy umožní orientaci v nepřehledném množství dat.

Základem každého kontaktního centra je reporting. Je tedy třeba využívat veškerá dostupná data o všech interakcích (hlasová komunikace, e-mail, chat, web, sociální sítě atd.), a to jak v reálném čase pro operativní řízení, tak i historická data pro následné analýzy a prognózy.

### **Například součástí analýzy interakcí a obsahu je:**

- monitorování průběhu hovoru (skákání do řeči, monology, ticho v hovorech apod.)
- detekce emocí
- vyhledání klíčových slov a frází
- dodržování komunikačních postupů, firemních procesů a pravidel
- detekce témat komunikace a jejich kategorizace

S ohledem na stále větší snahu společností zvyšovat prodej prostřednictvím kontaktního centra je nezbytné poskytnout pracovníkům aplikační podporu v reálném čase, která navrhne optimální produkty a služby relevantní pro aktuálně komunikujícího zákazníka. Tento přístup

navíc úzce souvisí i se segmentací zákazníků a personalizací – a tedy i s využitím dat ze CRM systémů, obchodních systémů a aktuálních marketingových kampaní.

Vhodná analýza dat a jejich interpretace tedy pomohou správnému nastavení produktů a podpoří prodejní aktivity.

## Shrnutí

Analýza a správná interpretace dat je v současné době klíčem k úspěchu každé společnosti.

Zdaleka se již nejedná jen o operativní data a reporting, ale o celkový pohled na detail jednotlivých interakcí, trendy komunikace, personalizaci, monitorování chování na webu a sociálních sítích atd. Správné vytěžování dat se tak stává nezbytným pro podporu každodenních aktivit společnosti na všech jejích úrovních.

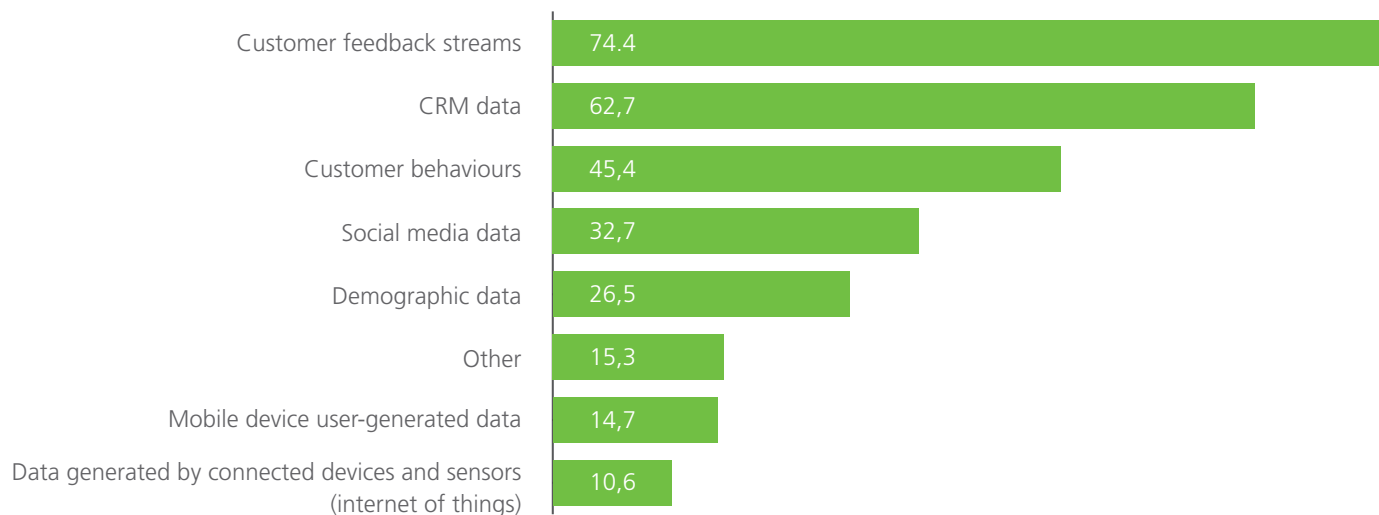
## Otázky k zamyšlení

- Víte, o čem diskutují Vaši zákazníci s kontaktním centrem?
- Máte přehled o dodržování komunikačních pravidel v rámci telefonní komunikace?
- Umíte svým zákazníkům poskytovat relevantní personalizované nabídky?
- Jak jste na tom s komunikací na sociálních sítích?
- Rádi byste získali vhodné podněty pro úpravu Vašich produktů a služeb?
- Nemáte dostatečně efektivní plánování a optimalizaci kampaní?
- Umíte odchytil kritické hovory se zákazníky?
- Máte problém s dodržováním SLA?





# Vytěžování dat kontaktních center



## What types of information do you collect to improve service offerings?

### Proč Dimension Data

- dlouhodobé působení v oblasti řešení zákaznické péče
- zkušenosti a expertní znalosti lokálního týmu
- významné reference v této oblasti v České republice
- partnerství s nejvýznamnějšími dodavateli a značkami v této oblasti
- komplexní podpora řešení včetně dodržování nejpřísnějších SLA parametrů