



# Omnichannel přístup & Customer Journey

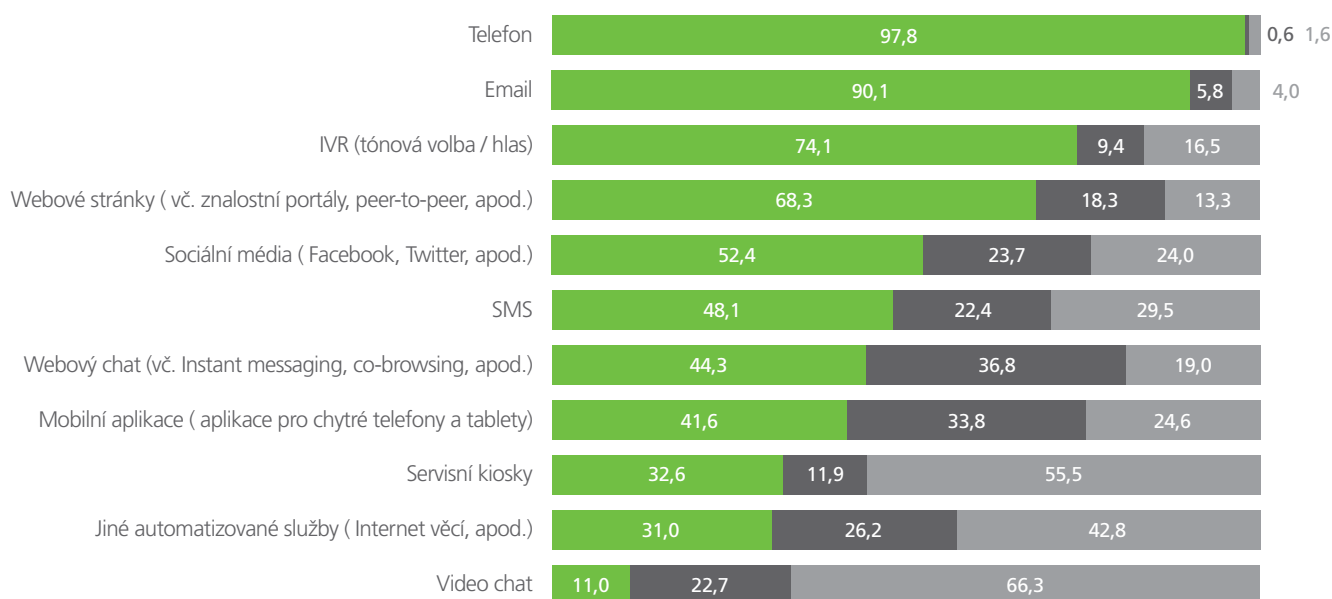
## Situace

V současné době se již prakticky nedá hovořit o call centrech, která tvoří základ komunikace společnosti s jejími zákazníky, ale o kontaktních centrech. Jde o to, že hlasové volání již dávno netvoří jediný komunikační kanál pro komunikaci se zákazníky. Prakticky každá společnost již využívá minimálně e-mail a SMS, některé pak také chat, sociální

sítě, video, a tak dále. **Většina společností využívá digitálními typy komunikací zcela oddělené, bez vazby na ostatní kanály.**

To má vliv na celkovou efektivitu práce a zákaznickou zkušenost. Je obtížné realizovatelná jednotná komunikační historie, existuje oddělené řízení a reporting, není možné sdílet zdroje a znalosti operátorů a o koncepci jednotného pohledu na zákazníka nemůže být řeč.

Kontaktní centrum musí sledovat **komunikační trendy** a přizpůsobit se jim. Mladá generace je zvyklá především na **digitální on-line komunikace jako je chat, sociální sítě, mobilní aplikace** a nebude své zvyky měnit.



Jaké služby vaše kontaktní centrum podporuje nyní a které chystá v budoucnosti?

## Otázky k zamyšlení

- Víte, jaké komunikační kanály preferují Vaši zákazníci při kontaktu s Vaší společností?
- Poskytujete zákazníkům dostatečnou podporu na webu, sociálních sítích, v mobilních aplikacích?
- Máte jednotnou zákaznickou komunikační historii přes všechny komunikační kanály?
- Poskytujete jednotné a relevantní informace v rámci různých typů komunikací?





# Omnichannel přístup & Customer Journey

## Řešení

Je třeba jít dál, než jen integrovat komunikační kanály do jednotného routingu, reportingu a komunikační historie. Ukazuje se, že je třeba sledovat kontext jednotlivých komunikací a monitorovat celkovou „customer journey“ - cestu zákazníka k požadovanému cíli.

Jedná se například o sledování a vzájemné propojení všeho, co se týká žádosti o hypotéku, zřízení spořicího účtu, vyřízení reklamace faktury, požadavku na přepojení elektroměru, objednávky zboží, změnu parametru služby, a podobně. Toto vede ke zvýšení spokojenosti zákazníku a zefektivnění činností kontaktního centra. Při vzájemném propojení všech komunikačních kanálů hovoříme o **Omnichannel řešení**.

Omnichannel přístup v rámci komunikace se zákazníky přináší jednoznačné zvýšení zákaznické spokojenosti (až o 20%), snížení nákladů na poskytované služby (o 15 – 20%) a zvýšení možného zisku o až 15%.

## Možnosti uplatnění řešení

Podpora digitálních typu komunikací (web chat, smart apps, sociální sítě, apod.) je nezbytným krokem k pokrytí komunikačních potřeb nové generace. Tyto komunikační kanály nachází uplatnění v rámci každého kontaktního centra nezávisle na velikosti, odvětví a zaměření. U některých je nezbytné nasazení prakticky okamžitě, v některých oblastech je předpokládán postupný přechod.

### Klíčové funkce a specifikace

- Podpora nových typu komunikací
- Začlenění do jednotného prostředí kontaktního centra – Omnichannel princip
- Zvýšení spokojenosti zákazníku
- Snížení nákladu na poskytování služeb
- Jednotné zpracování v rámci aplikace operátorů

## Shrnutí

Kontaktní centra musí přijmout principy digitální komunikace a optimalizovat své procesy a komunikační zvyklosti, aby si zajistily budoucnost, konkurenční výhodu, zákazníky, efektivitu fungování a zisk.

### 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 technologickými výrobci
- Komplexní podpora řešení včetně dodržování nejpřísnějších SLA parametrů

Procento kontaktních center, která sledují popularitu kanálů v závislosti na věku.

	Pod 25 let	Mezi 25 a 34	Mezi 35 a 54	Mezi 55 a 70	Nad 70 let
Sociální média	<b>1</b> 38.9	<b>5</b> 13.7	<b>5</b> 2.2	<b>6</b> 0.6	<b>6</b> 0.4
Mobilní aplikace	<b>2</b> 27.2	<b>2</b> 23.7	<b>3</b> 6.3	<b>5</b> 0.8	<b>4</b> 0.5
Email	<b>3</b> 12.2	<b>1</b> 26.8	<b>2</b> 32.7	<b>2</b> 8.8	<b>3</b> 0.8
Telefon	<b>4</b> 11.5	<b>3</b> 18.4	<b>1</b> 51.7	<b>1</b> 87.0	<b>1</b> 93.2
Webový chat	<b>5</b> 9.4	<b>4</b> 16.5	<b>3</b> 6.3	<b>4</b> 1.1	<b>6</b> 0.3
Jiný	<b>6</b> 0.7	<b>6</b> 0.9	<b>6</b> 0.9	<b>3</b> 1.7	<b>2</b> 4.7

Popularita kontaktních kanálů podle věkových skupin.