

ReDat

Recording

Hlasové analýzy v praxi

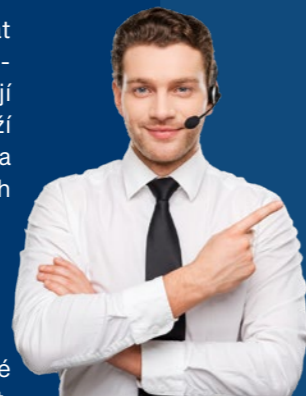
Případová studie - jak slouží hlasové technologie našim současným zákazníkům, kteří je aktivně a úspěšně využívají.

Jedním z cílů naší společnosti je snažit se držet krok s neustálým rozvojem technologií v oblasti zpracování hlasu. Kontaktní centra musí reagovat na toto tempo technologických změn, a právě pro ně je určena tato případová studie udávající představu o využití hlasových technologií na kontaktních centrech.



CÍL

Cílem této případové studie je ukázat několik příkladů využití hlasových analýz, tak jak je v současné době využívají reální zákazníci. Představíme, jak slouží hlasové technologie našim zákazníkům a poskytneme Vám tak inspiraci pro jejich využití i ve Vašem kontaktním centru.



Představme si jedno takové středně velké kontaktní centrum, kde denně 100 agentů realizuje přibližně 10 000 hovorů.

Pracovníci tohoto call centra mají na starosti nejenom péči o stávající zákazníky, s kterými řeší reklamace, poskytují informace apod., ale také mají za úkol nabízet další produkty, a to s očekávanou mírou úspěšnosti. Nasazení hlasové technologie má v tomto případě obrovský význam.

DATA KONTAKTNÍCH CENTER

Kontaktní centra denně realizují značné množství hovorů o velkých objemech dat, která obsahují mnoho užitečných informací.

Strukturovaná data

— Například čas hovoru, délka hovoru, číslo volaného/volajícího atd. Lze jednoduše zpracovávat a třídit.

Nestrukturovaná data

— Tzn. záznamy hovorů. Nelze je tak jednoduše zpracovávat, avšak jsou klíčová pro zodpovězení.

KAŽDODENNÍ HLEDÁNÍ

Nejběžnější a nejčastější využití hlasové technologie v kontaktním centru je potřeba hledat informace v již zaznamenaných hovorech. Například potřebujete zjistit, kdy se v hovorech začalo objevovat jméno konkurenčního produktu nebo hledáte hovor, kde se mluvilo o konkrétním problému. Díky hlasovým technologiím jednoduše vyhledáte příslušné hovory.

Hlasové analýzy rovněž umožňují hodnocení pouze určitých hovorů, které systém vyhledá dle manuálně nastavených filtrů.

STATISTIKY

Vedení statistik obsahů hovorů je ve středně velkém kontaktním centru bez využití hlasových analýz téměř nemožné. Po zavedení hlasových analýz se však stává velice snadnou záležitostí. Jako příklad si uveďme efektivitu prodeje doplňkových produktů.

Potřebujete zjistit, který z Vašich agentů by měl být za svoji práci ohodnocen lépe a který naopak ne? Systém hlasových analýz je nastaven tak, aby kontroloval v každém hovoru, zda byla učiněna zákazníkovi nabídka, či se agent pouze o produktu krátce zmínil. Počty nabídek jsou pak vůči všem hovorům každý den systémem vyhodnoceny a u agentů nedosahujících požadovaných standardů je možné situaci okamžitě řešit. Kromě toho systém dokáže také vyhodnotit a odfiltrovat hovory, v kterých nebyla nabídka podána zcela oprávněně, tedy kde téma hovoru neposkytlo pro nabídku vhodnou příležitost.

KONTAKTNÍ CENTRA DENNĚ REALIZUJÍ ZNAČNÉ MNOŽSTVÍ HOVORŮ O VELKÝCH OBJEMECH DAT, KTERÁ OBSAHUJÍ MNOHO UŽITEČNÝCH INFORMACÍ.

Dalším využitím hlasových analýz je kontrola rozložení jednotlivých témat ve všech příchozích hovorech. Okamžitě tak zaznamenáte nárůst určitého tématu a máte tak možnost rychlé reakce. Systém Vás rovněž upozorní na hovory, v kterých se objevilo nové doposud nezařazené téma, které navíc vyžaduje doplňkovou analýzu.

V neposlední řadě také jistě uvítáte tvoření statistik přepojených hovorů, tedy jaká témata jsou často přepojována a kteří agenti toto využívají nejčastěji.

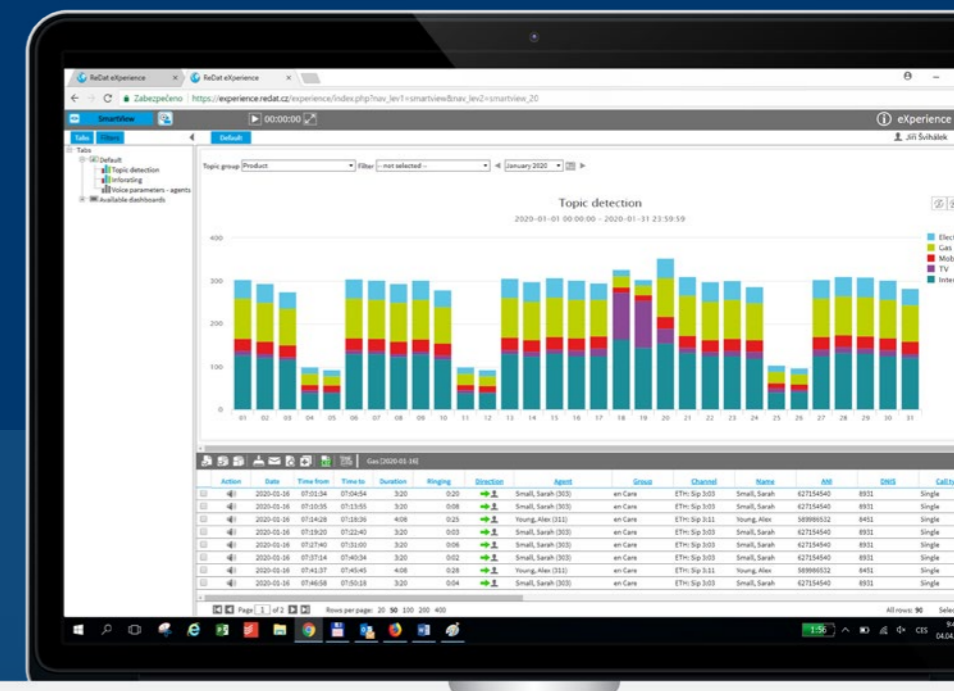
VZÁJEMNÉ VAZBY MEZI HOVORY

Velmi častou situací v kontaktních centrech je hledání souvislostí mezi tématy hovorů. Například lze pomocí hlasových analýz vyhodnotit, jaké téma, se kterým se zákazník obrací na kontaktní centrum je nejvhodnější na doplňkový prodej a jaký produkt v dané situaci nabídnout. Systém rovněž vyhodnotí, v jakých hovorech nemá význam se pokoušet o prodej atd.

NEOČEKÁVANÉ UDÁLOSTI

Stalo se Vám někdy, že bylo jméno Vaší společnosti zmiňováno v médiích

in nepřijemných souvislostech? Když se něco podobného stane, je třeba rozhodnout, jak dále postupovat a přijmout následná protipatření. Ke správnému rozhodnutí Vám pomohou analýzy reakcí. Systém hlasových analýz Vám dokáže odpovědět např. na téma, jaká je odezva na určitou událost v hovorech od zákazníků. Nezáleží na množství hovorů ani na datu události, tzn. že lze analyzovat i událost staré několik let.



SLEDOVÁNÍ KAMPANÍ

Prodejní linky také jistě ocení možnost sledování vývoje kampaní. Každá marketingová/obchodní akce je cílena na konkrétní skupinu klientů. Každá taková kampaň vyvolá v oslovených určitou reakci, která se projeví voláním na kontaktní centrum.

Pomocí hlasových analýz dojde k odfiltrování hovorů týkajících se jiného tématu a hovory obsahující dané téma jsou následně analyzovány z pohledu obsahu. Kontaktní centrum má tedy každý den přehled o reakcích zákazníků na probíhající kampaň. Podle četnosti zpětných volání pak lze upravit počet agentů s příslušnou odborností, počet každodenně volaných kontaktů, či obsahovou část kampaně. Výsledkem je úprava kampaně ještě v jejím průběhu, nikoliv až po skončení celého cyklu a jejím následném vyhodnocení. Tímto způsobem se zásadně zvýší úspěšnost celé kampaně.

NABÍZÍME NÁSTROJ, KTERÝ POSKYTUJE DETAILNÍ ORIENTACI V PROVOZU KONTAKTNÍHO CENTRA.

**Máte-li zájem o využití našich
hlasových analýz, neváhejte se
obrátit na naše obchodní oddělení.**

info@redat.cz | +420 466 852 538

Pokud máte zájem si naše
hlasové analýzy vyzkou-
šet jednorázově, máte
možnost využít naší služ-
by Business Analytics.

