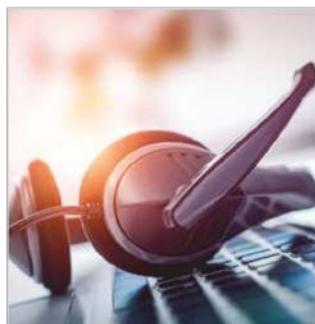
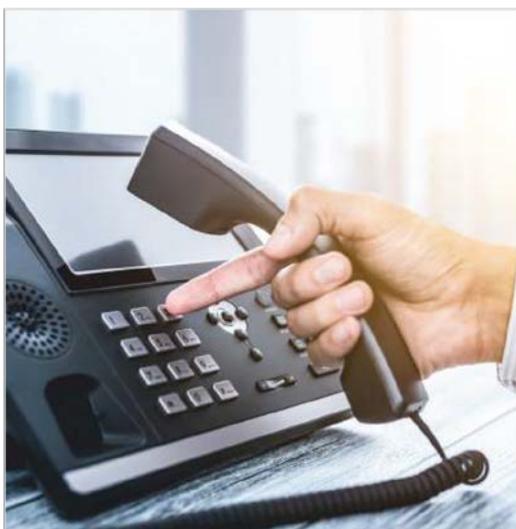


РАЗВИТИЕ ОТДЕЛА ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ И ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОЧИХ ПРОЦЕССОВ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ ВОЗМОЖНОСТИ IP-ТЕЛЕФОНИИ



Разработчик и интегратор VoIP-решений

Обращение к читателю

Приветствуем Вас, уважаемые партнеры и коллеги!

В этой брошюре мы постарались поделиться опытом, и попутно ответить на наиболее частые вопросы, адресованные нашими клиентами и партнерами.

В ней Вы найдете информацию о некоторых возможностях коммуникации, открывающихся благодаря платформе Asterisk.

Здесь мы собрали информацию о наиболее эффективно используемых возможностях, которые служат таким целям, как оптимизация процессов, увеличение продаж, а так же улучшение качества работы с клиентами.

Кроме того, Вы сможете взглянуть на свою компанию со стороны, посмотреть, что можно было бы еще улучшить.

Брошюра будет полезна:

- ✔ **IT специалистам** – знакомых с платформой и рассматривающих Asterisk;
- ✔ **Руководителям отдела продаж** – некоторые из предложенных идей позволят выстроить более гибкую и лояльную модель взаимодействия с клиентом и автоматизировать деятельность;
- ✔ **Руководителям отделов и компании** – позволит увидеть возможности бизнеса, почерпнуть новые идеи и применить на практике.

Мы специально сделали ее простой, без технических деталей, что бы каждый человек мог почерпнуть для себя интересные идеи.

Спасибо, что уделили минуту своего времени, дальнейшая информация будет носить более прикладной характер 😊.

Если после ознакомлением с материалом у вас появятся дополнительные вопросы, замечания, предложения – напишите об этом, пожалуйста, на наш электронный адрес: info@fibex.su. Мы будем рады вашим письмам, постараемся учесть пожелания и ответить на вопросы.

P.S. Некоторые из примеров и изображений взяты из телефонной платформы FBX, разработки компании FIBEX, построенной на базе платформы Asterisk.

С уважением,

Команда специалистов **FIBEX**

Содержание

Увеличение продаж и повышение уровня лояльности	4
Сокращение времени ожидания и количества упущенных вызовов	5
Алгоритмы распределения вызовов	6
Уведомление о времени ожидания ответа	7
Подключение региональных и зарубежных номеров	8
Звонок с сайта	9
Автоматический перезвон по пропущенным	10
Запрос обратного звонка во время ожидания	11
SMS - уведомление	12
Расширение каналов коммуникации	13
Активное взаимодействие с клиентом	14
Автоматизация голосового взаимодействия	15
Организация и оптимизация процессов	16
Голосовое приветствие в рабочее и не рабочее время	17
Оптимизация процессов с помощью CRM-системы	18
Интеграция телефонии и CRM	19
FMC абоненты	20
Справочник организации	21
Уведомление о пропущенных звонках для сотрудников	22
Интерактивная BLF панель	23
Мобильность сотрудников	24
Аудио конференции	25
Видеоконференции и видео звонки	26
Контроль, аналитика, качество сервиса	27
Исторические отчеты	28
Контроль в режиме реального времени	29
Обучение и контроль	30
Уведомление о пропущенных звонках руководителя	31
Запись разговоров	32
Статический колл-трекинг	33
Динамический колл-трекинг	34



УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЛОЯЛЬНОСТИ

В данном разделе рассмотрены инструменты, использование которых нацелено на повышение уровня продаж, за счет сокращения количества потерянных вызовов, времени ожидания ответа, а так же иных средств и методов, которые будут так же полезны для увеличения уровня удовлетворенности клиента оказываемым сервисом медицинского учреждения.



Сокращение времени ожидания и количества упущенных вызовов



Лояльность и удовлетворенность пациента – один из ключевых показателей успешности бизнеса. Длительное время ожидания ответа может испортить настроение даже самому непривередливому клиенту, что уж говорить о тех, кто ценит свое время и следит за уровнем оказываемого сервиса.



Что бы ситуаций с пропущенными звонками не возникало, а нагрузка отдела была сбалансированной необходимо взвешенно походить к вопросу распределения звонков на сотрудников, учитывая **особенности компании и мотивацию персонала**.



Специфика бизнеса бесспорно вносит свои коррективы, но главное помнить: **верно настроенный алгоритм** распределения вызовов сокращает количество недовольных клиентов, **увеличивает их лояльность**, стимулирует **рост продаж!**

Алгоритмы распределения вызовов

Благодаря верно настроенному алгоритму распределению звонков на сотрудников, достигается сокращение пропущенных звонков и длительности времени ожидания ответа, повышается лояльность клиента. Варианты:

Одновременный вызов всех операторов



Сокращение времени ожидания клиента;
Мотивация сотрудников, учитывающая количество принятых звонков.



Нет гарантий качества обслуживания;
Не позволяет сбалансировать нагрузку.

Звонок будет адресован операторам случайным образом



Равномерная нагрузка операторов;
Мотивация быть на рабочем месте.



Нет гарантий качества обслуживания.
Не позволяет сбалансировать нагрузку.

От квалифицированного к менее квалифицированному оператору, последовательно



Более высокое качество обслуживания;
Мотивация других сотрудников работать над своей квалификацией.



Неравномерна нагрузка. Более опытным сотрудникам поступит больше звонков.
Нет гарантий сокращения времени ожидания.
Если сотрудник отошел, вызов перейдет другому не сразу.

Наиболее давнему вызываемому, чей предыдущий разговор состоялся раньше



Равномерная нагрузка операторов;
Больше времени на обработку информации после звонка.



Не влияет на скорость и качество работы
Возможно увеличение времени простоя между звонками в период снижения нагрузки.

Оператору с наименьшим количеством ответов



Равномерная нагрузка операторов;
Мотивация быть на рабочем месте.



Не влияет на скорость и качество работы - Нет гарантий сокращения времени ожидания. Если сотрудник отошел, вызов перейдет другому не сразу.

Уведомление о времени ожидания ответа

В часы **пиковой нагрузки** случаются ситуации, когда специалисты не имеют возможности оперативно ответить пациенту. В этой ситуации звонящий находится в режиме ожидания, что, конечно, же может сказаться на его лояльности и настрое.

В среднем, человек готов **ожидать не более одной минуты**, если этот звонок не крайне важен для него. Однако, есть способы как влиять на эту ситуацию, сохраняя клиента и его лояльность в период ожидания.



Когда мы видим, сколько времени потребуется подождать или какой мой номер в очереди – это позволяет **оценить ситуацию** и на основании этого **принять решение**. Не создается ощущения, что о нас забыли.

Время ожидания

Клиенту будет проигрываться периодическое сообщение с расчетным временем ожидания, прогнозируемы системой на основе собранных данных.



Применимо:

Для учреждений численностью операторов от 7 человек, регламентируемых по длительности разговора.

Номер в очереди

Клиенту будет проигрываться периодическое сообщение о номере в очереди ожидающих. Со временем номер очереди будет изменяться в сторону уменьшения.



Применимо:

Для учреждений с небольшим числом операторов, консультирующих по разным вопросам, не регламентированным по времени.

Подключение региональных и зарубежных номеров

Благодаря возможностям IP телефонии, вы станете гораздо ближе к клиенту, чем было возможно до этого. Что особенно актуально для компаний, которые имеют филиалы, представлены в разных регионах на территории России или даже за рубежом.

Клиенту будет куда комфортнее позвонить на местный телефонный номер своего региона или даже страны, обращаясь за услугами в вашу компанию.

С IP телефонией вы сможете повысить лояльность ваших клиентов, продемонстрировав заботу, предложив ему самый удобный и выгодный способ связи с вами.

Плюсы и способы использования:

01

Повышение доверия – клиент звонит на знакомый местный номер, как если бы вы присутствовали в его городе / регионе.

02

Выше шанс звонка – клиент понимает, что звонок для него бесплатный и более охотно набирает телефонных номер.

03

Аналитика – вы видите с какого телефонного номера / региона больше звонков и запросов.

04

Экономия на связи – такая модель работает и в обратную сторону, вы совершаете вызов через местного оператора по более выгодному тарифу.

Звонок с сайта

Используйте дополнительные каналы продвижения через сайт вашей организации.

Звонок с сайта – это дополнительная функция на Интернет ресурсе, которая позволит посетителям быстро заказать звонок прямо с вашего сайта. Благодаря чему вы сможете увеличить количество потенциальных клиентов, побуждая их бесплатно связаться с вами.

Два основных варианта работы с данной функцией:

01

Связаться прямо сейчас:

В специальной WEB-форме на сайте клиент вводит свой телефонный номер и нажимает кнопку «связаться со мной».

Если прямо сейчас есть свободный оператор, телефонная платформа вызывает его, и как только оператор принимает звонок, система совершает звонок клиенту.

02

Отложенный / плановый звонок

В специальной WEB-форме на сайте клиент вводит не только свой телефонный номер, но и время, когда хотел бы что бы с ним связались.

Телефонная платформа запоминает запрос клиента, и при наступлении времени события вызывает одного из свободных операторов, после чего соединяет его с клиентом.

Что можно использовать дополнительно:

01

В момент звонка оператору можно проговаривать короткое голосовое сообщение с информацией, что звонок с сайта или клиент просит связаться с ним.

02

На телефонном аппарате или программном телефоне отображать информацию о канале связи или типе звонка.

Автоматический перезвон по пропущенным

Ни один центр обработки вызовов не застрахован от пропущенных звонков. Причины могут быть разными: длительность ожидания, разрыв соединения на стороне оператора связи, клиент отвлекся на другую задачу и отложил вопрос. Что же предпринять в этом случае, что бы клиент не забыл про вас и не ушел к конкуренту?



Авто перезвон – автоматическое соединение свободного оператора с телефонным номером клиента, который по той или иной причине не был соединен со специалистом.

Какие преимущества дает это решение:

01

Экономия времени – не требуется контролировать и осуществлять поиск пропущенных звонков.

02

Исключение человеческого фактора – оператор может забыть перезвонить, отложить вопрос или проигнорировать, Система – нет.

03

Скорость – автоматический вызов произойдет в автоматическом режиме при появлении первого свободного оператора.

Что можно использовать дополнительно:

Уведомлять клиента о возможности не дожидаться ответа, о том, что первый освободившийся оператор свяжется с ним. Подобное сообщение можно проигрывать, когда в очереди более трех - пяти ожидаемых.

Отправлять клиенту SMS лояльности. Например, с информацией, что первый освободившийся оператор свяжется с ним.

В момент звонка оператору проговаривать короткое голосовое сообщение с информацией, что звонок является запросом клиента, неждавшего ответа.

Запрос обратного звонка во время ожидания ответа

Запрос обратного звонка – уведомление клиента о возможности не терять время и не дожидаться ответа, если длина очереди более, чем несколько ожидающих. В этом случае первый освободившийся специалист перезвонит лично.

Какие преимущества дает это решение:



Учет клиентов, которые по каким-либо причинам не дождались ответа оператора



У оператора больше времени подготовиться к диалогу



Повышение лояльности клиента

Что можно использовать дополнительно:

01

Уведомлять клиента о возможности не дожидаться ответа, и о том, что первый освободившийся оператор свяжется с ним. Подобное сообщение стоит проигрывать только, когда в очереди N ожидаемых.

02

Отправлять клиенту SMS лояльности. Например, с информацией, что освободившийся оператор свяжется с ним.

03

В момент звонка оператору проговаривать короткое голосовое сообщение с информацией, что звонок является перезвоном клиенту.

SMS - уведомление

Любой упущенный звонок – это утерянная возможность. К сожалению, такая ситуация встречается даже в центрах приема обращений. Однако, не стоит отчаиваться, в арсенале правильно организованного отдела найдутся способы, как скорректировать эту ситуацию.



SMS лояльности – эффективный инструмент, что бы клиент не остался разочарованным сложившейся ситуацией.

Клиент позвонил, но все ваши менеджеры заняты, не успели ответить на звонок?

Клиент получит **SMS-лояльности**, в котором можно проинформировать о том, что с ним в ближайшее время свяжутся. Таким образом вы проявите заинтересованность в пациенте, и снизите шанс уйти к конкурентам.

В SMS можно добавить предложение о дополнительной **скидке**, которое дополнительно мотивирует пациента дождаться звонка вашего менеджера.



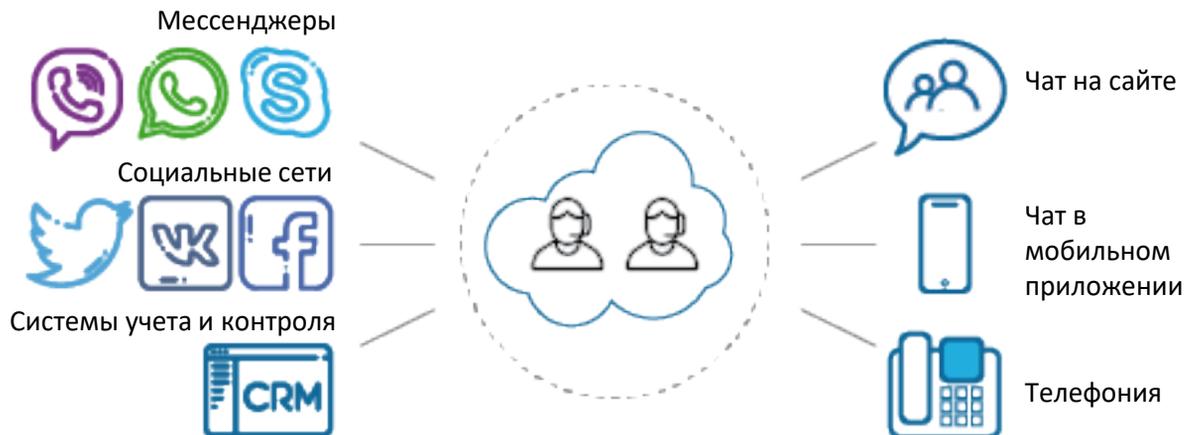
SMS визитка – еще один инструмент повышения лояльности ваших клиентов.

После завершения разговора клиенту поступит **SMS** с дополнительной или контактной информацией, или **благодарность** и контакт личного менеджера.

Спасибо, что обратились в нашу компанию.
Промокод на скидку 10%
SALE10.

Расширение каналов коммуникации

С развитием технологий меняются и способы коммуникации. Еще не так давно основным видом связи были телефонная связь и почта, но с каждым годом ситуация изменяется. Все больше людей предпочитают использовать более удобные для них возможности, включая социальные сети, мессенджеры и пр.



Оmnikanальность — это объединение всех каналов коммуникации вместе с единой историей обращения пациента.

Для медицинского учреждения — расширение каналов коммуникаций позволит стать еще ближе к клиенту, сделав связь с вами более удобной, быстрой, простой. Кроме того, позволит пациентам, нуждающимся в медицинской помощи, в первую очередь экономить самое важное — время, а порой даже несколько сэкономленных минут могут сберечь чью-то жизнь.

Преимущества, получаемые медицинскими учреждениями:

01

Расширение каналов коммуникаций с потенциальными клиентами.

02

Выше скорость обработки входящих запросов.

03

Не теряются обращения, вся история взаимодействия сохраняется.

04

Вы всегда знаете, если пациент обратился к вам повторно, и можете быстро посмотреть историю коммуникаций с ним.

Активное взаимодействие с клиентами

С ростом конкуренции организациям не всегда достаточно одного лишь приема обращений. Так, одним из дополнительных каналов продаж услуг, а также взаимодействия с уже существующими клиентами, является активный обзвон. Что дает дополнительные возможности, приводящие к новым сделкам.

К активным каналам взаимодействия относятся варианты коммуникации с уже существующими или потенциальными клиентами.

Применение на практике

При работе с уже существующими клиентами:



Контроль качества оказания услуг – один из способов продемонстрировать клиенту заботу и внимание. Такой подход дает понимание клиенту, что организации важна обратная связь, а для учреждения – понимание, был ли оказанный сервис предоставлен на уровне, и, если нет, то что необходимо улучшить.



Акции и новые предложения – возможность рассказать о новой услуге, сервисе, возможных скидках или дополнительных, программах, которые доступны постоянным клиентам.

При работе с новыми клиентами:



Приглашения на бесплатные мероприятия – иногда бывает не достаточно взаимодействовать с клиентами через сайт, например, из-за сезонности, сарафанное радио также не всегда дает нужные результаты. В этом случае может помочь активная работа с клиентами. Например, предложение посетить учреждение для консультации, сделать бесплатный анализ или пройти обследование. Данный подход позволит сделать первый шаг к клиенту и позволит расширить клиентскую базу.

Автоматизация голосового взаимодействия

Обзвон может осуществляться как в ручном, так и в автоматическом режим

Варианты обзвона:

01

Preview (предварительный просмотр) — полуавтоматический режим. Перед набором номера оператор просматривает сведения о клиенте в его карточке. После этого нажимает на кнопку вызова. Если клиент ответил, то оператор начинает разговор. Если номер не отвечает, оператор выбирает причину не дозвона и переносит вызов на другое время.

02

Progressive (прогрессивный обзвон) — более эффективный способ обзвона. В этом режиме оператор не набирает номер и не ждет ответа клиента. За него все делает система. Как только оператор освобождается, он «резервируется» и производится набор номера клиента. Если номер не отвечает, производится набор следующего номера. При ответе клиента, оператор видит карточку клиента и ведет диалог.

03

Predictive (упреждающий) — самый производительный режим. Служит для обзвона больших объемов номеров и позволяет обеспечивать высокую загрузку операторов. Набор телефонных номеров основывается на количестве свободных операторов, каналов связи, алгоритмов учитывающих коэффициент нагрузки и др. параметры.

Прогрессивный и упреждающие режимы обеспечивают:



уменьшение
времени простоя
операторов



равномерное
распределение
нагрузки между
сотрудниками



исключение
человеческого
фактора (ошибки в
наборе, нежелание
звонить)

ОРГАНИЗАЦИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ

В данном разделе рассмотрены методы и инструменты, использование которых позволит оптимизировать и автоматизировать уже существующие процессы в медицинском учреждении. Сделает работу сотрудников проще и результативнее.



Голосовое приветствие в рабочее и не рабочее время

Голосовое меню — секретарь организации, интерактивное лицо компании, выполняющее функцию приветствия и сопровождения клиента к нужному специалисту, отделу или информации.

Кроме того, правильно организованное голосовое меню позволяет разгрузить сотрудников, особенно в тех случаях, когда их участие не требуется.

Кроме того, интерактивный секретарь окажет неоценимую пользу в нерабочее время, а так же в праздничные дни.

Чем еще полезно голосовое приветствие:

01

Качественно проработанное **голосовое меню** в озвучке профессионального диктора добавит статуса организации в глазах клиента.

02

Расскажет клиентам о дополнительной информации, такой как **время работы**, планируемых мероприятиях или **новой услуге**.

03

Одновременная работа с большим количеством звонков, что позволит **сократить нагрузку** и вероятность пропущенного вызова в часы наибольшей нагрузки.

04

Работает даже когда все сотрудники отдыхают — автосекретарь **сообщит о часах работы**, либо предложит переключить на дежурного специалиста.

Оптимизация процессов с помощью CRM- системы

Залог успеха любой организации, и, уж тем более, отдела продаж — это оптимизация бизнес-процессов. В данном разделе, мы рассматриваем CRM-систему только для организации коммуникации с клиентами и постановки задач внутри ЦОВ. С учетом хранения персональных данных, в соответствии с законом № 152-ФЗ «О персональных данных».



Медицинская информация об истории болезни, состоянии здоровья, результатах диагностики в CRM-системе зачастую не хранится, не обрабатывается. Это к МИС.

Какие трудности возникают без CRM-системы



Фактор времени — без CRM сотрудники регистратуры тратят много времени, делая двойную работу, осуществляя запись пациентов или осуществляя поиск пациента, который уже является пациентом учреждения.



Хранение и ведение документов — при обслуживании клиентов уходит много времени на оформление документов. Все договоры нужно где-то хранить, что усложняет процесс поиска договоров - отсутствие единого реестра документов.



Учет и контроль — нет учета, кому из врачей передали пациента, а так же, какие процедуры назначили, а, следовательно, невозможно своевременно отследить, на каком этапе пациент не пришел по записи и выяснить причину.



История и процессы взаимодействия — нет картины пути клиента, дальнейшая работа с пациентом отдана на волю случая. Невозможно отследить историю общения с сотрудниками регистратуры, причины ухода пациента.

Интеграция телефонии и CRM

В данной главе мы рассмотрим основные возможности, благодаря которым вы сможете дополнительно оптимизировать внутренние процессы и повысить лояльность клиентов за счет автоматизации процессов телефонии и CRM.

Возможности

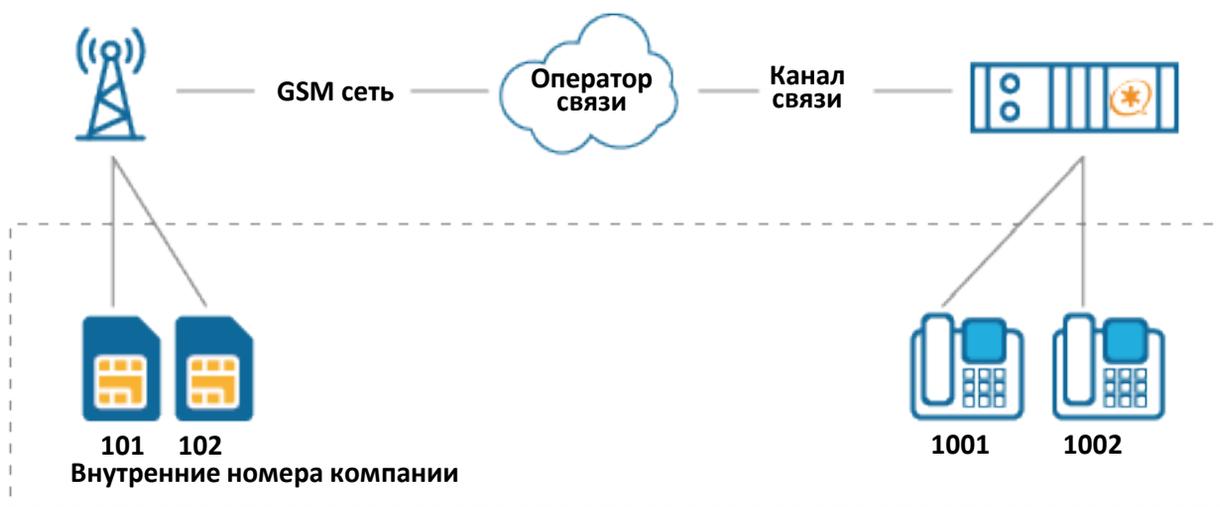
- ✓ **Click to call** — совершайте звонок пациенту в один клик
 - Автонабор номера быстрее, чем ввод в ручном режиме;
 - Отсутствие ошибок при набора номера.
- ✓ **Запись разговора** — все записи сохраняются в CRM
 - Возможность освежить детали диалога;
 - Руководитель может оценить качество диалога, прослушав разговор.
- ✓ **Умная маршрутизация** — соединение с нужным специалистом
 - Пациент будет соединен со специалистом, закрепленным за ним;
 - Существующему пациенту не приходится прослушивать голосовое приветствие и несколько раз повторять одну и ту же информацию.
- ✓ **Карточка клиента** — быстрый поиск и вывод информации в момент звонка
 - Сокращает время на поиск информации по звонящему;
 - Пациенту не приходится ожидать на линии.
- ✓ **Контроль** — не упускайте важных деталей во взаимодействии с пациентом
 - Возможность проверить количество принятых, исходящих и пропущенных;
 - Проверить, перезвонил ли менеджер по пропущенным звонкам и т.д.

Интеграция с CRM позволит:

- ✓ Увеличить скорость обработки входящих телефонных вызовов
- ✓ Улучшить качество телефонных переговоров
- ✓ Повысить эффективность работы сотрудников
- ✓ Дисциплинировать коллектив
- ✓ Создать клиенториентированную организацию
- ✓ Добиться более высоких показателей качества обслуживания

FMC абоненты

Если в компании стоит задача по оптимизации корпоративной связи, в штате есть удаленные сотрудники, разъездная деятельность, и даже если офис не подключен к интернету, поможет технология FMC – возможность подключить мобильные аппараты в телефонную сеть компании с единым планом нумерации. Позволяет звонить по выгодным тарифам IP-телефонии даже без доступа к глобальной сети, в некоторых случаях отказаться от IP телефонов.



Возможности:

01

Высокое качество связи – не зависит от наличия Интернет-соединения

05

Гибкие алгоритмы маршрутизации звонков на мобильный FMC номер

02

Звонки внутри телефонной сети, общение с коллегами – бесплатно

06

Централизованный контроль расходов на телефонную связь

03

Корпоративный номер при исходящем вызове от FMC абонента у клиента

07

Статистика всех разговоров

04

Связь по коротким номерам между сотрудниками организации

08

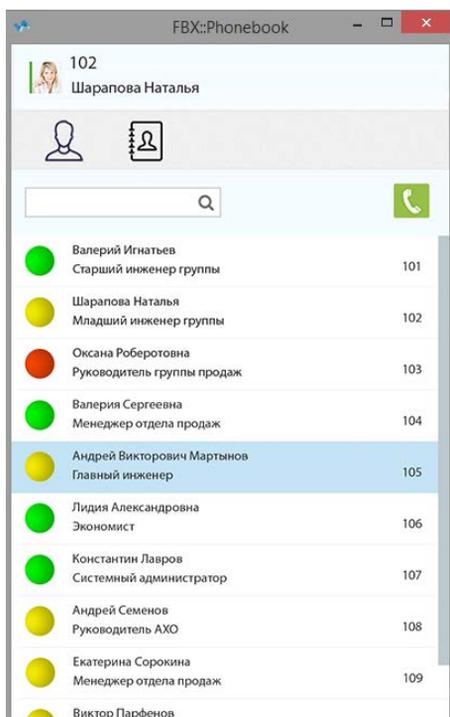
Создание задачи в CRM при вызове FMC абонента

Справочник организации

В настоящее время каждый человек совершает звонки своим родным, друзьям, коллегам по работе. Мы даже не обращаем внимание, что это доступно, просто и удобно. Зашел в записную книгу в мобильном телефоне, нашел нужный контакт – звонок.

Однако, в организациях ситуация обстоит иначе. Связь между сотрудниками отделов или филиалов вносит свои коррективы. Например, человек может быть занят. Или, например, пришел звонок, а его нужно перевести на коллегу, но как понять, может ли человек принять вызов? Возможно, он в настоящий момент занят и разговаривает по телефону.

Что бы корпоративную связь сделать удобнее, можно использовать справочник организации

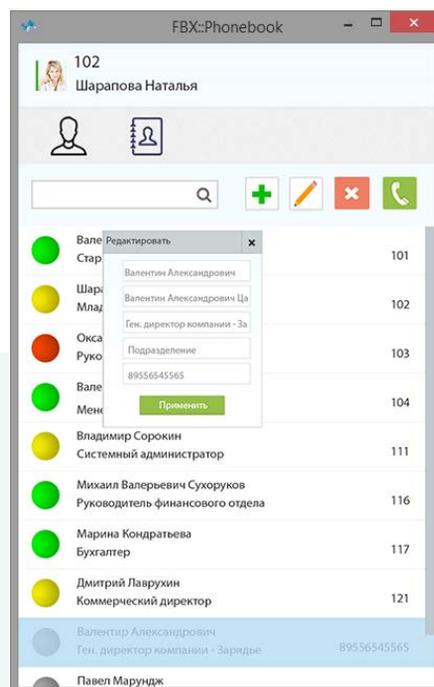


Вы можете видеть актуальную информацию о всех сотрудниках организации, включая: ФИО, отдел, должность и мобильный телефон.

Видеть статус абонента. Находится ли он на линии, совершает вызовы или свободен для звонка.

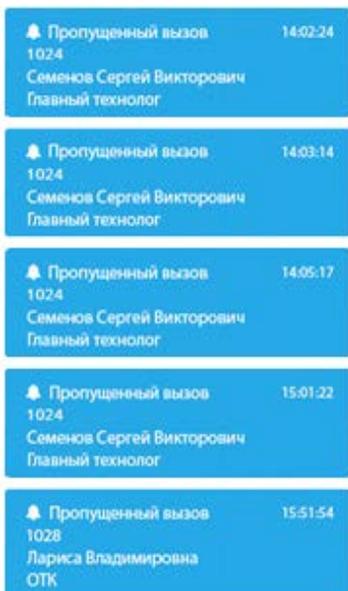
Создавайте свой собственный справочник контактов, с которыми вы наиболее часто общаетесь по рабочим вопросам.

Быстрый и удобный поиск по телефонной книге.



Уведомление о пропущенных звонках для сотрудников

Не редко бывает, что нужно отойти по делам от рабочего места. Важный звонок может застать в любой момент времени. Это может быть клиент, руководитель или коллега.

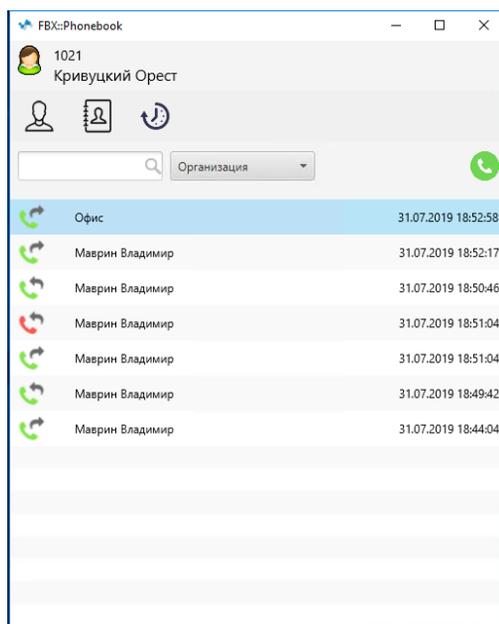


Получайте своевременную информацию о входящем звонке. В момент вызова появится уведомление с информацией о звонящем.

Если звонок был пропущен, то Pop-up уведомление позволит увидеть звонок, вы сможете перезвонить коллеге.

ENG 19:11 22.10.2018

Если необходимо оперативно узнать информацию о всех ранее совершенных или принятых вызовах, с учетом статуса звонка, вся информация сохраняется в личной истории.



Интерактивная BLF панель

Как переводить клиента на свободного менеджера и не тратить время на прослушивание коротких гудков? Видеть, разговаривает ли по телефону коллега в данный момент или нет? Как узнать, на месте ли сотрудник?

Что бы обеспечить удобную и прозрачную связь между сотрудниками, поможет BLF панель.



Благодаря использованию BLF панели:

01

Видны актуальные статусы коллег (свободен, разговаривает, совершает звонок)

03

Экономия времени на попытках дозвона коллеге, который может разговаривать по другой линии

02

Процесс перевода звонка сотруднику значительно быстрее, всего в одно касание

04

Минимальный риск сорвавшегося звонка, когда коллега занят

Использование BLF панели будет наиболее актуальным:



Руководителю организации или подразделения, так как на быстрой связи ключевые сотрудники



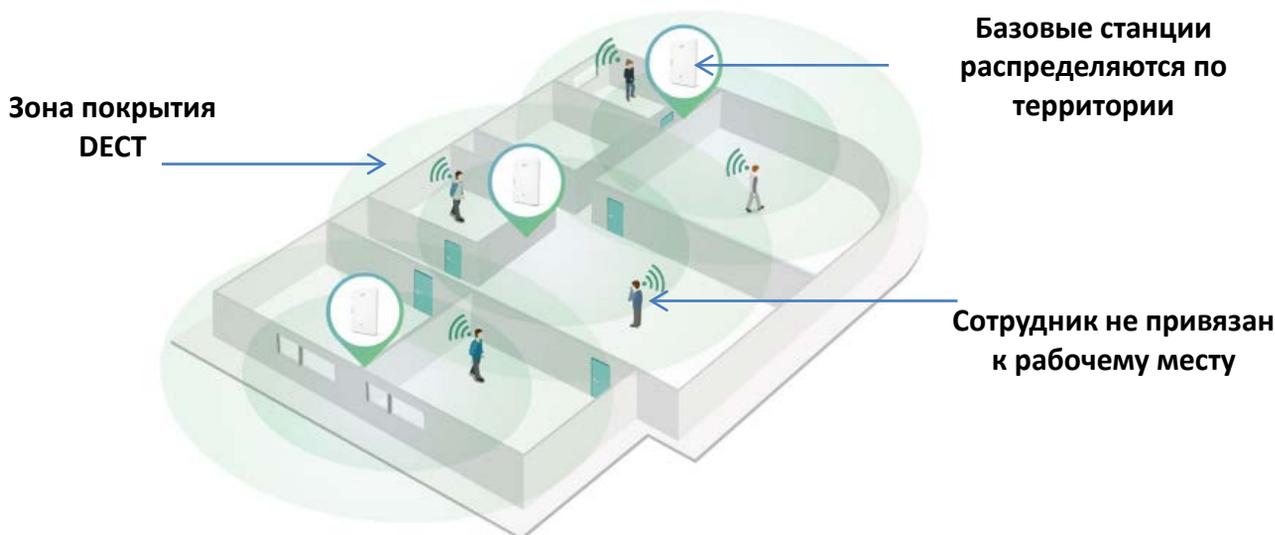
Секретарю, так как позволяет видеть статусы коллег



Операторам, менеджерам, которые принимают звонки от клиентов

Мобильность сотрудников

Деятельность медицинского учреждения сопряжена с активным передвижением персонала. Что бы сотрудники были на связи, имели возможность оперативно принять вызов, не были привязаны к рабочему месту, удобным решением является организация DECT (беспроводной) связи.



Однако, важно учитывать определенные факторы, специфику работы сотрудников. В зависимости от размеров территории, того, как сотрудники передвигаются в рамках организации, на какие расстояния, и как часто приходится общаться с коллегами или клиентами важно учитывать особенности построения беспроводной связи. Организация беспроводной сети различается на два основных типа:

DECT телефон с базой

- ✓ Более бюджетный вариант решения
- ✓ Мобильность сотрудника
- ✓ Регистрация телефона к нескольким базовым станциям
- ✓ Зона покрытия до 50 - 100 метров в диаметре
- ✓ Расширение зоны покрытия за счет установки репитера
- ✓ До 2х – 3х одновременных разговоров в пределах одной базовой станции / репитера.

Мультисотовая DECT сеть

- ✓ Менее бюджетное решение за счет использования дополнительных мультисотовых станций
- ✓ Возможность организации бесшовного покрытия – переходя между базовыми станциями абонент не потеряет связь
- ✓ Практически неограниченные возможности масштабирования территориально
- ✓ До 10 одновременных разговоров в пределах одной базовой станции / репитера.

Аудио конференции

Телеконференция — совещание, участники которого территориально удалены друг от друга и которое осуществляется с использованием телекоммуникационных средств.

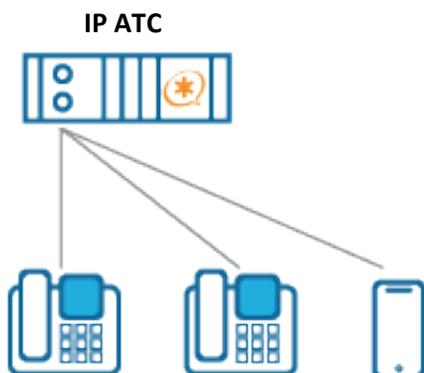
Телеконференции подразделяются на два типа:

Аппаратная телеконференция — собранная средствами абонентского устройства. В зависимости от модели аппарата, телефонная конференция может иметь ограничения, обычно до 5 участников.

Программная телеконференция — организованная средствами телефонной платформы. В отличие от аппаратной телеконференции не имеет ограничений по типу абонентов конференций (внутренние абоненты / FMC / мобильные номера), так и по числу участников.

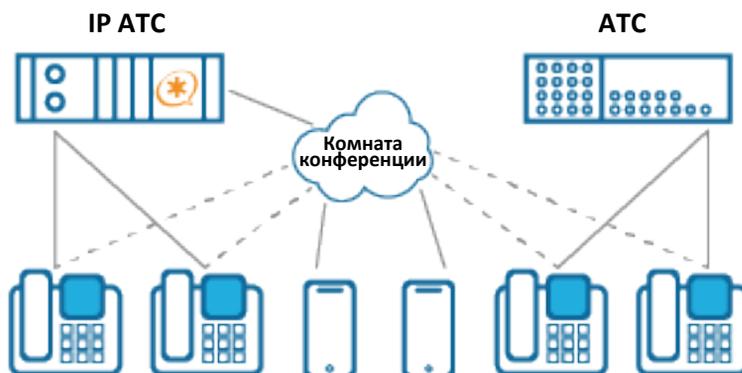
Сбор конференции аппаратным способом

IP АТС выполняет роль транзитного узла



Сбор конференции программным способом

IP АТС обеспечивает сбор конференции и коммутацию



Как использовать

01

Быстрый сбор нескольких участников для обсуждения срочного вопроса

02

Подключение специалиста для уточнения деталей в момент общения с клиентом

03

Плановая конференция с большим количеством участников, например, в целях обучения региональных сотрудников, в качестве планерки или для мозгового штурма

26 Видеоконференции и ВИДЕО ЗВОНКИ

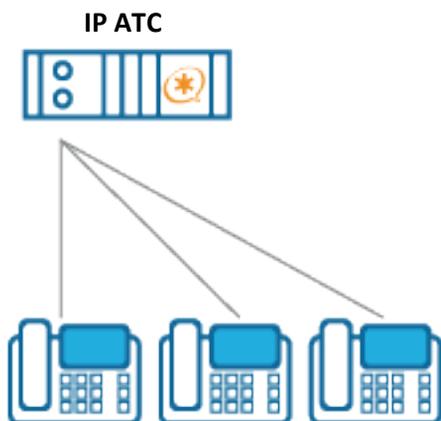
Видео конференция — связь между сотрудниками с одновременной передачей видео и голоса в режиме реального времени.

Видео конференция может быть организована двумя способами:

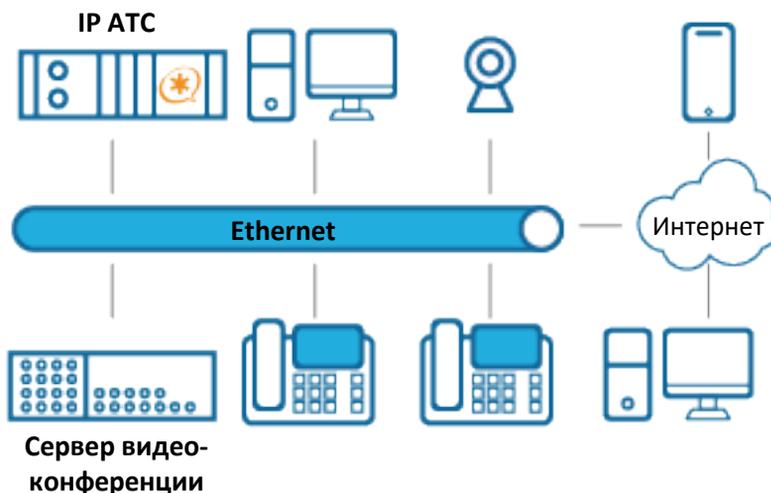
Средствами IP телефона с поддержкой видео связи — видео конференция средствами IP телефона обычно имеет ограничение до 3-х участников.

Средствами видео сервера — при использовании которого, количество участников, а также подключаемых устройств и форматов связи, значительно больше. Телефонная платформа может быть интегрирована с видеосервером.

Средствами IP телефона



Средствами видео-сервера



Как использовать

01

Совещания между
руководством

02

Деловые переговоры
с клиентами

03

Плановые собрания
групп, сотрудников
разных отделов.

КОНТРОЛЬ, АНАЛИТИКА, КАЧЕСТВО СЕРВИСА

В данном разделе рассмотрены инструменты и методы, позволяющие не только анализировать работу специалистов учреждения, но и работать над повышением ее эффективности. Выявлять слабые места и повышать качество оказываемого сервиса. Что в конечном итоге будет способствовать развитию организации и увеличению клиентской базы и уровню продаж.



Исторические отчеты

Отчетность в области телефонной связи является одним из ключевых элементов в работе организации. Благодаря собранной информации по компании в целом, отделу, или отдельно взятому сотруднику, можно принимать решения нацеленные на оптимизацию процессов деятельности для достижения поставленных целей.

Некоторые метрики для оценки деятельности компании и отдела продаж:



Нагрузка на внешние каналы связи – позволяет понять, достаточно ли телефонных линий, что бы обработать звонки в пиковые нагрузки.



Соотношение поступивших и принятых вызовов – указывает на возможные проблемы в количестве операторов, их загруженности, логике распределения и т.д.



Средняя длительность ожидания клиента – один из ключевых факторов для поддержания лояльности клиента.



Service Level – доля от абсолютного количества отвеченных звонков в заданный период времени. Один из важнейших показателей для компаний, которым существенно важна скорость ответа.



Длительность разговора (минимальная / средняя / максимальная) – позволяет прогнозировать экономику отдела продаж. Если коммуникации с абонентами длинные, то потребность в операторах для выполнения работы может возрасть.



Время на постобработку вызова – некоторые операторы могут злоупотреблять этим временем, чтобы сэкономить несколько минут на внеплановый перерыв или общение с коллегами.



Уровень обслуживания клиентов – насколько качественно бала проведена консультация или решена задача и т.д.



Оценка эффективности каналов рекламы – показатель рассчитываемый на основе количества звонков через разные каналы продвижения.

Контроль в режиме реального времени

Полезным инструментом руководителя отдела продаж или ЦОВ является мониторинг. Руководитель может наблюдать за работой сотрудников в режиме реального времени, что дает возможность оперативно принимать решения, основываясь на получаемых данных.



Что важно видеть руководителю:

01

Общую картину – сколько сотрудников на месте, свободно для приема вызова, разговаривают, кто отошел и пр.

02

Нагрузку – для принятия решения о составе групп операторов.

03

Статусы операторов – оператор может забыть переключиться между статусами, ввиду чего на него не будут поступать звонки.

04

Время в статусе – если оператор длительное время не принимает звонки или долго разговаривает, это повод обратить на ситуацию более пристальное внимание.

30 | Обучение и контроль

Успех сделки неразрывно связан с качеством работы сотрудников, которые в ней задействованы. Что уж говорить о первой линии, т.е. специалистах, которые принимают или совершают звонок – лицах учреждения.

От того, как будет общаться менеджер или оператор, зависит многое, в том числе последующие договоренности и контракты.

Как обеспечивать высокое качество и контролировать специалистов:



Пассивное участие наставника – прослушивание телефонного разговора в режиме реального времени. Когда специалист принимает звонок, наставник подключается к диалогу и слушает разговор. По результатам фиксирует важные моменты и обсуждает их с сотрудником.



Активное участие наставника – так же данный метод называют «суфлирование». Наставник подключается к диалогу, но в этом случае он может подсказывать сотруднику. При этом, что важно, наставника может слышать только оператор. Клиент не знает о стороннем участнике.

Будет полезным когда:

01

Сотрудник не знает ответ на вопрос

02

Новый сотрудник в организации

03

Необходимо уточнение каких-либо вопросов

Клиенты останутся довольным вашим сервисом:

01

Быстрая адаптация и обучение новых сотрудников

02

Улучшение качества предоставляемого сервиса

03

Заботьтесь о репутации вашей компании

Уведомления о пропущенных звонках руководителя

Пропущенный звонок – серьезная проблема организации, если посмотреть на нее с точки зрения упущенных возможностей и расходов, например, на рекламу. Средства вложены, а сделка не состоялась. А ведь всего лишь один, но важный звонок.

Давайте рассмотрим еще один способ, как уменьшать количество подобных ситуаций путем дополнительного контроля.

Информация о звонке на e-mail



Если по какой-то причине звонок клиента остается без ответа, то на электронную почту руководителя поступает уведомление с информацией о времени звонка, телефонном номере клиента, операторе который не ответил на звонок.

Какие выгоды:

01

Выявить, кто из сотрудников больше других пропускает вызовы

02

Оперативно перезвонить клиенту, и постараться выстроить диалог

03

Мотивировать сотрудников – зная, что информация о пропущенных звонках приходит на личную почту руководителя, операторы получают дополнительный стимул отвечать более оперативно

Запись разговоров

Когда руководитель или супервайзер не знает, что происходит в организации, подконтрольном ему отделе, то довольно сложно влиять на ситуацию. На примере отдела продаж.

В компании записано качественное голосовое приветствие, распределение вызовов происходит самым оптимальным способом, сотрудники быстро отвечают на звонки и даже консультируют или ведут переговоры. Но и здесь бывают проблемы. Пресловутый человеческий фактор.

Как общаются ваши сотрудники, выдерживают ли регламенты корпоративных стандартов и т.д.?

Для решения этого вопроса поможет функционал **записи телефонных разговоров**, доступные для прослушивания в CRM или в IP АТС.

Основная польза:



Анализ важных разговоров



Оценка качества работы сотрудника



Контроль деятельности сотрудника

Дополнительные возможности:

01

Восстановления деталей диалога и договоренностей

02

Прослушивания собственных разговоров сотрудника с целью обучения

03

Прослушивания записей с примерами лучших телефонных разговоров с целью обучения новичков

Коллтрекинг – отслеживание звонков

Чем больше информации о рекламных кампаниях и клиентах получает маркетолог, тем эффективней работает бизнес. Отслеживания звонков помогает определить, какой из рекламных каналов отказался более эффективен, и помогает правильно распределить бюджет на его продвижение.

Какие задачи решает:

01

позволяет произвести оценку эффективности каждого канала и отдельных площадок

02

провести расчет коэффициента окупаемости – ROI

03

выявить недочеты в работе отдела маркетинга и продаж, внести коррективы

Вариант 1: Статический коллтрекинг – позволяет оценивать эффективность рекламы привязанной к одному источнику.



Используется для рекламных каналов:



Справочники



Радио



Наружная реклама



CPA-сети

Коллтрекинг – отслеживание звонков

Чем больше информации о рекламных кампаниях и клиентах получает маркетолог, тем эффективней работает бизнес. Отслеживания звонков помогает определить, какой из рекламных каналов отказался более эффективен, и помогает правильно распределить бюджет на его продвижение.

Какие задачи решает:

01

позволяет произвести оценку эффективности каждого канала и отдельных площадок

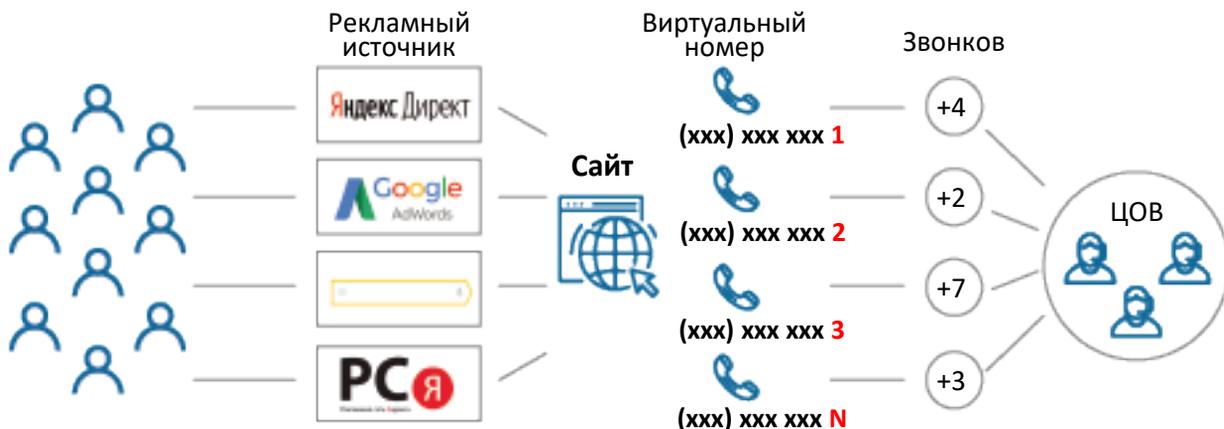
02

провести расчет коэффициента окупаемости – ROI

03

выявить недочеты в работе отдела маркетинга и продаж, внести коррективы

Вариант 2: Динамический коллтрекинг – представляет собой пул подменных номеров. Показывает, с какого рекламного канала пришел клиент и с каким форматом рекламы взаимодействовал.



Используется для рекламных каналов:



Контекстная реклама



Таргетированная реклама



Медийная реклама



SMM



Качественный клиентский сервис – важнейшее конкурентное преимущество.

Сотрудники отдела по работе с клиентами находятся на первой линии коммуникаций и решают вопросы и проблемы клиентов. Именно поэтому качественно оказываемый сервис – очень важная часть во взаимодействии между организацией и ее клиентами.

Система оценок качества работы специалистов позволяет получить обратную связь от пациентов медицинского учреждения и работать над улучшением сервиса.

Одним из наиболее распространённых вариантов является возможность оценить работу специалиста после завершения разговора, путем ввода цифры, например, от 1 до 5. А проводя анализ оценок выставленных клиентами, можно сделать вывод о работе, как отдельно взятого сотрудника, так и отдела по работе с клиентами в целом, разобрать конкретные ошибки, сделать выводы и принять соответствующие меры.

Преимущества, получаемые медицинскими учреждениями:

01

Руководитель отдела получает информацию для анализа, включая возможность прослушать все телефонные разговоры по заданным критериям.

02

На основании собранных данных, может быть проведено дополнительное обучение специалистов.

03

Кроме того, когда сотрудник знает, что диалоги не только записываются, но и оцениваются клиентом, о чем своевременно получает информацию руководитель – это способствует более высокому уровню качества оказываемого сервиса.

Спасибо за внимание



С удовольствием ответим на ваши письма

info@fibex.su



Вы всегда можете посетить наш офис в Москве

**107023, г. Москва,
Семеновский пер., дом 6, офис 6508**



Ждем ваших звонков

+7 (495) 748-55-88



Адрес нашего сайта

fibex.su

