



Technology Environment – High lights

Tratto dal Global Contact Centre Benchmarking Report 2006 - Dimension Data

Introduzione

La nuova generazione di tecnologie IP telephony ha raggiunto un elevato livello di penetrazione a livello mondiale, tanto matura da essere implementata senza alcuna esitazione in Contact Center di nuova costruzione. Le conseguenze che tale fenomeno ha generato nei Contact Center è un sensibile abbattimento dell'incidenza dei costi delle tecnologie, che a sua volta offre opportunità agli stessi di costruire servizi a costi contenuti migliorando la qualità del servizio reso.

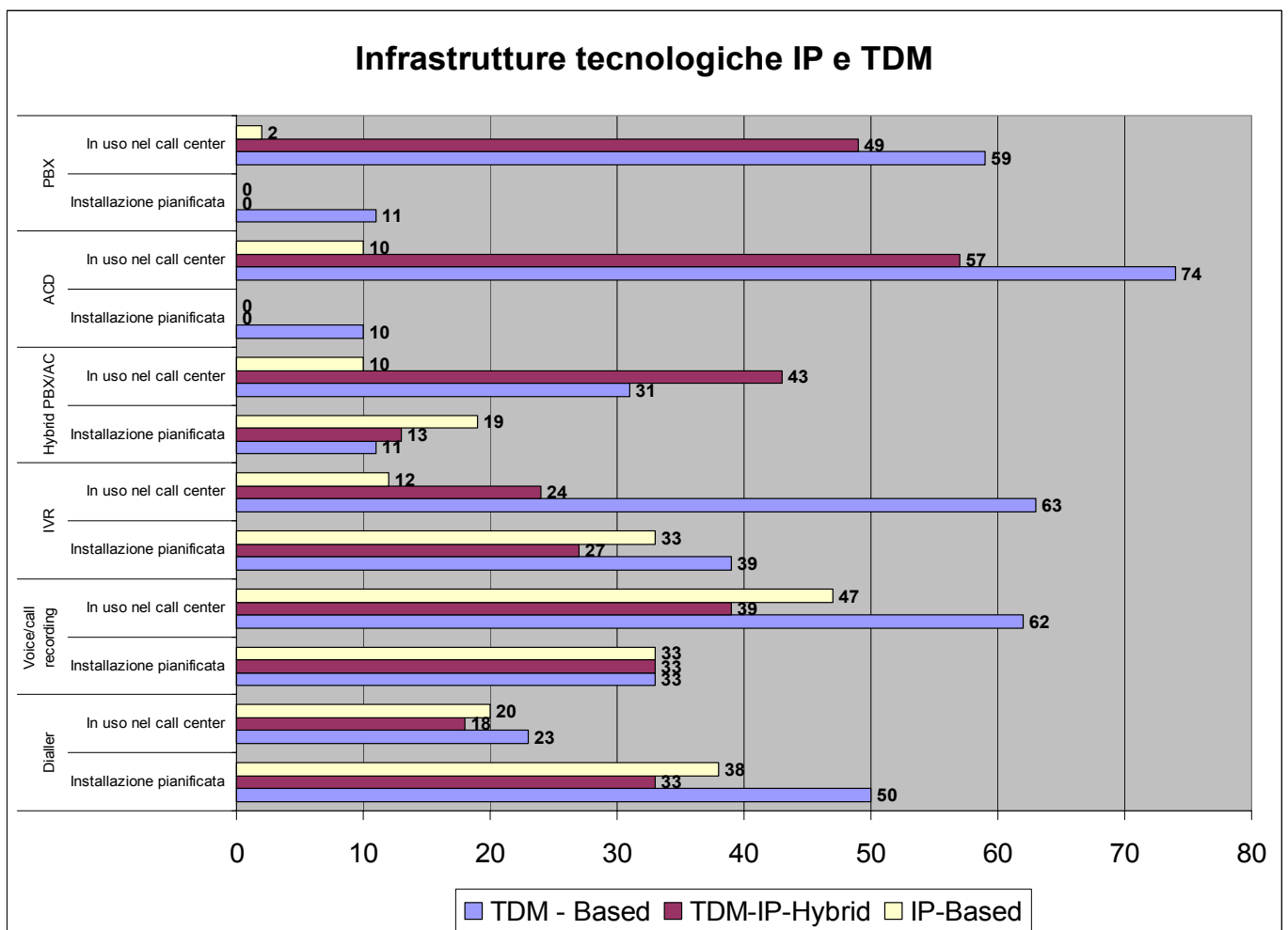
Il clima nel mercato offre alcuni spunti per porsi dei quesiti in merito:

- Le organizzazioni conoscono a fondo le potenzialità di queste nuove tecnologie?
- Comprendono il valore della convergenza della comunicazione?
- Sanno quale impatto esse possono avere in tutte le funzioni?



Infrastrutture tecnologiche IP e TDM (Time Division Multiplexing)

Volendo trarre dal grafico che segue un trend generale, emerge una chiara tendenza delle aziende a operare una migrazione verso tecnologie IP based o ETS. Quasi la metà delle società che hanno risposto ha dichiarato di avere ACD e PBX ibridi o IP based, mentre tutti coloro che hanno indicato di avere in programma l'installazione di un ACD, la soluzione per tutti è IP based. Spontaneamente possiamo dire che i Contact Center di dimensioni contenute possono velocemente abbattere i costi di soluzioni voce IP, perché semplici da gestire, mentre nelle grandi strutture ha senso pensare ad implementazioni fatte gradatamente, data la complessità nel coinvolgimento di tutta l'organizzazione.



Note:

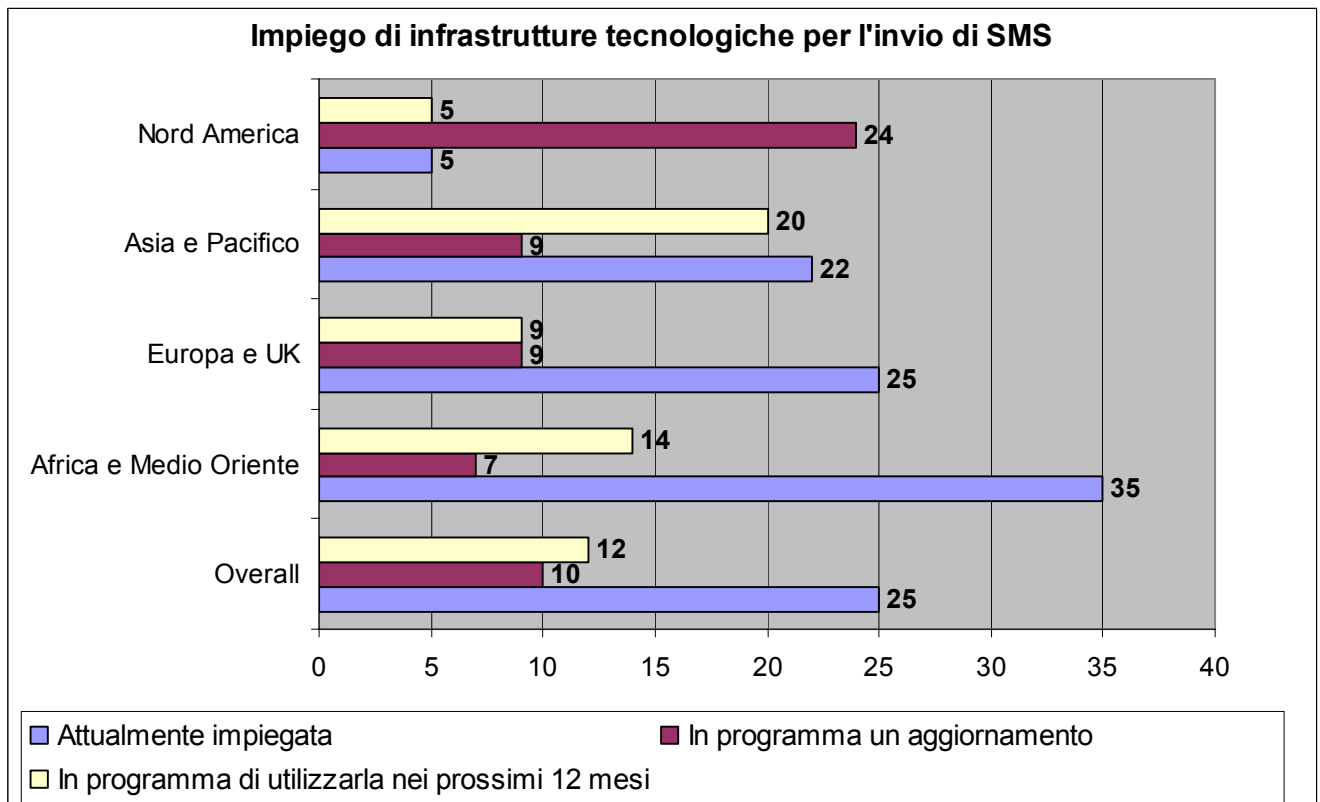
Domanda originale: Do you use, plan to use, or plan to upgrade, the following infrastructure in your Contact Center? Valore percentuale su 238 casi presi in esame.



Text messaging e infrastrutture SMS

Il 25% di coloro che hanno risposto utilizza sistemi di text messaging/SMS nei propri contact center, mentre oltre il 20% ha in programma l'installazione di un sistema nuovo o di un upgrade. A livello geografico invece c'è un equilibrio sostanziale in tutti i paesi, fatta eccezione per il Nord America dove esistono due standard differenti e quindi una più bassa diffusione di SMS.

Questo strumento a nostro modo di vedere giocherà un ruolo importante per i contact center. Inviare messaggi di notifica e informazioni correlate alle domande dell'utente può certamente ridurre il numero delle chiamate entranti, e allo stesso tempo anticipare le risposte. I contact center hanno lavorato poco su come strutturare un "dialogo" con il cliente attraverso il text messaging e l'SMS, la prossima sfida è quindi inventarsi soluzioni e applicazioni che possiamo convergere con altri strumenti, come ad esempio l'e-mail, che hanno caratteristiche compatibili e sono consolidati in azienda.



Note:

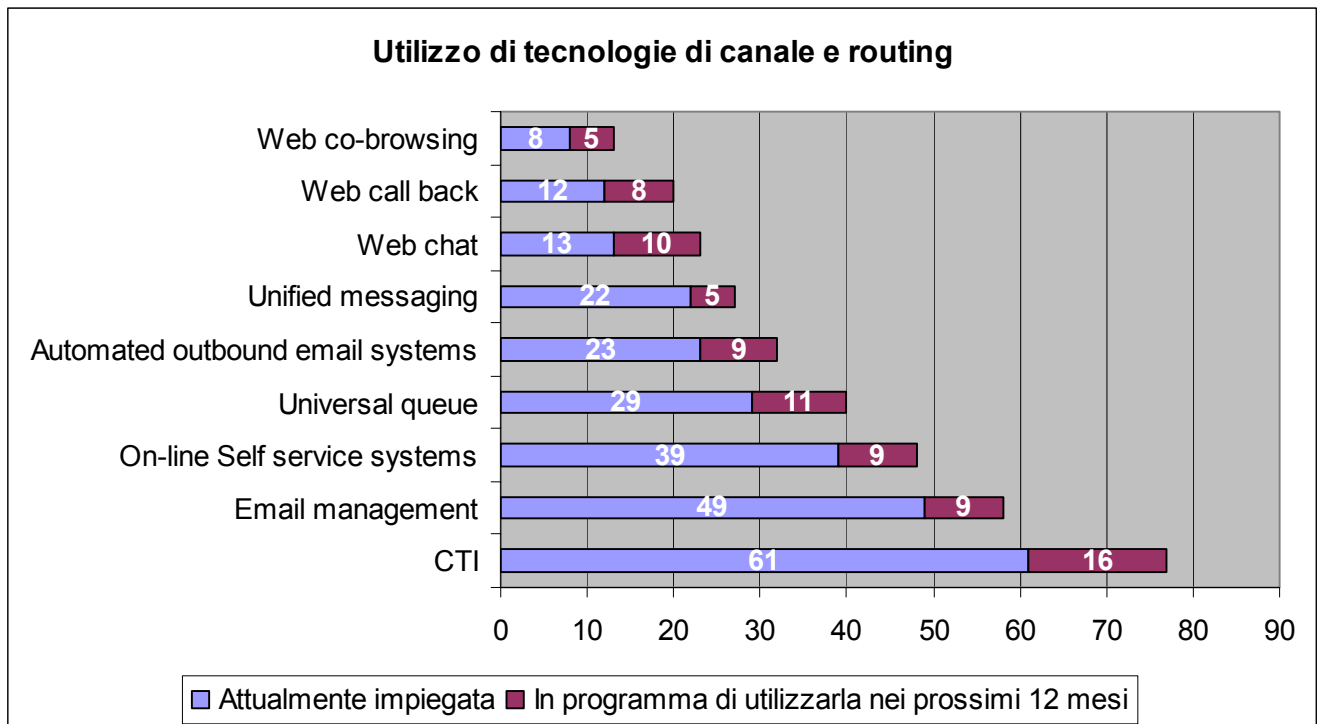
Domanda originale: Do you use, plan to use, or plan to upgrade text messaging/ SMS infrastructure in your Contact Center? Valore percentuale su 240 casi presi in esame.



Tecnologie di canale e routing

Quanto emerge da questa analisi sembra che le tecnologie di routing e canale negli ultimi due anni non sono state oggetto di forte attenzione da parte delle organizzazioni. Ciò può essere dovuto al forte incremento delle chiamate in entrata che ha fatto sì che l'attenzione si spostasse verso canali alternativi come l'e-mail e il web. Di fatti gli standard di interazione con altri canali, offerti fin'ora dai Contact Center, non sono stati poi così elevati e questo viziosamente ha fatto sì che incrementassero le chiamate entranti per la risoluzione di queries altrimenti risolvibili via e-mail o web.

Con l'integrazione dei diversi canali in un'unica coda, il contact center può gestire una query allo stesso modo in cui la gestirebbe se accogliesse una telefonata, le interazioni inoltre giacendo in un'unica coda possono essere registrate e escalate. Un sistema aggiunto di Management Information aiuterebbe inoltre alla gestione dei casi nei tempi allineati agli SLA e quindi a una conseguente riduzione delle chiamate entranti.



Note:

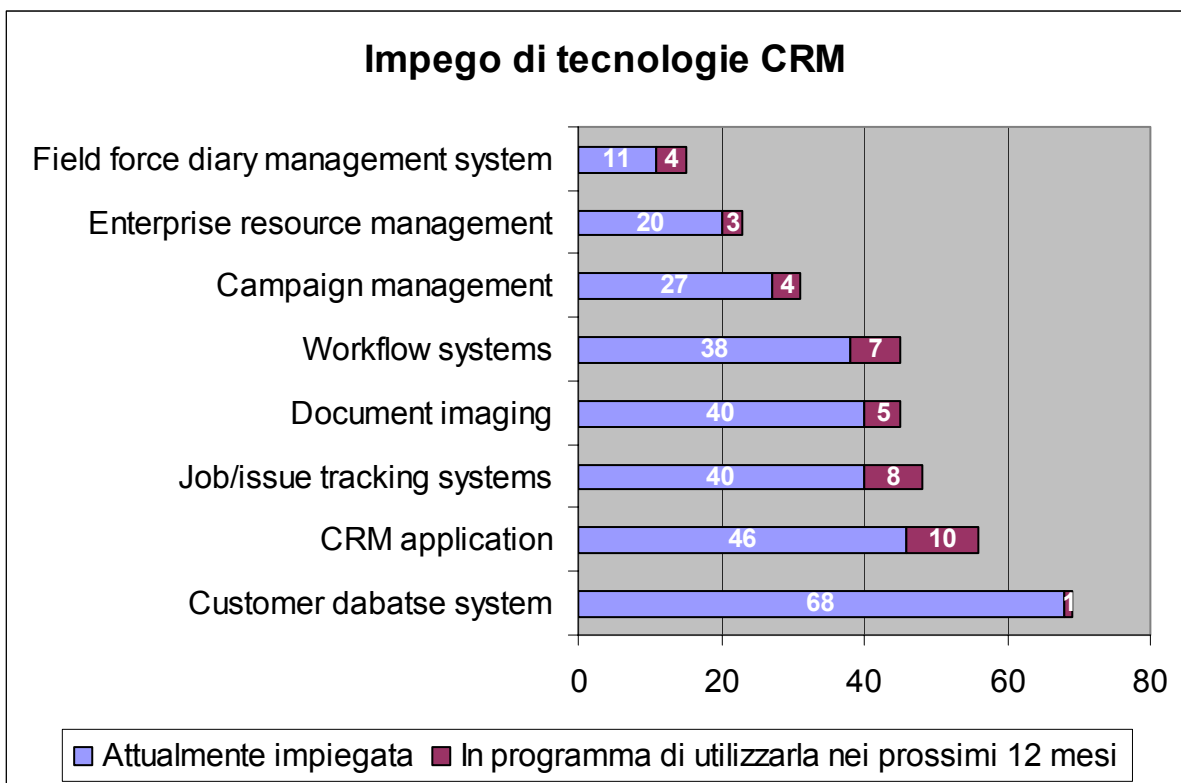
Domanda originale: Do you use, plan to use, or plan to upgrade the following channel and routing technologies in your contact center? Valore percentuale su 263 casi presi in esame.



Tecnologie CRM

Oltre i 2/3 degli intervistati, il 68%, possiede un customer database system, e ciò sta a significare che c'è per la maggioranza di essi un orientamento forte all'identificazione del cliente, mentre il 46% utilizza applicazioni di CRM. Quello che nella fattispecie registriamo è il fatto che gli strumenti di CRM adottati, una volta implementati, in molti casi non sono stati aggiornati rispetto al frequente cambiamento dei processi organizzativi. In aggiunta, la mancata integrazione con altre applicazioni per contact center ha procurato di riflesso una più complessa attività dell'operatore che si trova ad interagire con più interfacce.

Il modo per poter trarre valore da applicativi di CRM è quindi lasciare che essi orientino i processi, che siano agili e intuitivi in un'ottica di customer service. I risultati ottenuti saranno di un incremento della first call resolution, riduzione della durata della chiamata e minori necessità di fare training al personale.



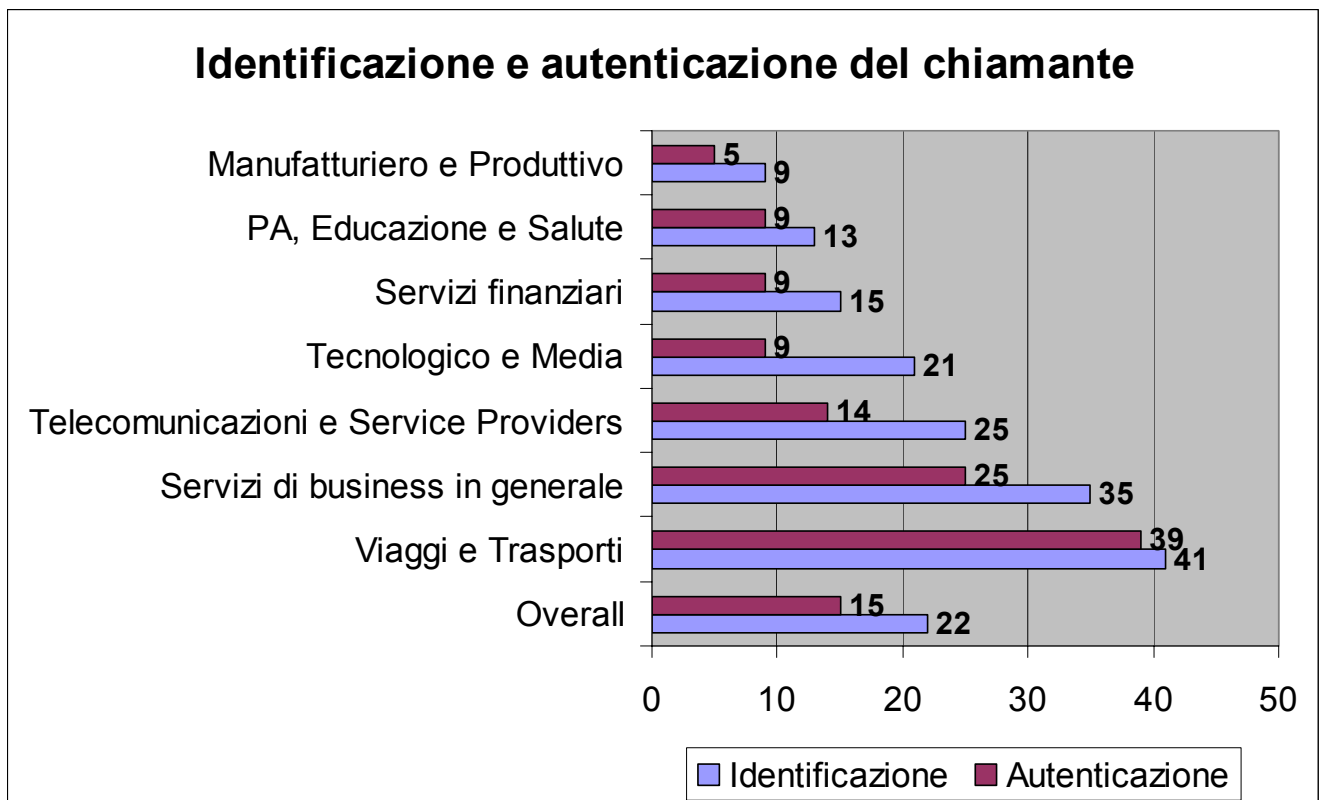
Note:

Domanda originale: Do you use, plan to use, or plan to upgrade the following CRM technologies in your contact center? Valore percentuale su 261 casi presi in esame.



Identificazione e autenticazione del chiamante

L'analisi del mercato in questo ambito ci porta a dire che nei contact center dove sono in uso soluzioni speech per l'identificazione del cliente, nella stragrande maggioranza di essi l'utente viene anche autenticato nei sistemi attraverso soluzioni di riconoscimento vocale. Il settore dei viaggi e trasporti è senza dubbio leader nell'impegno di soluzioni speech per l'autenticazione del chiamante.



Note:

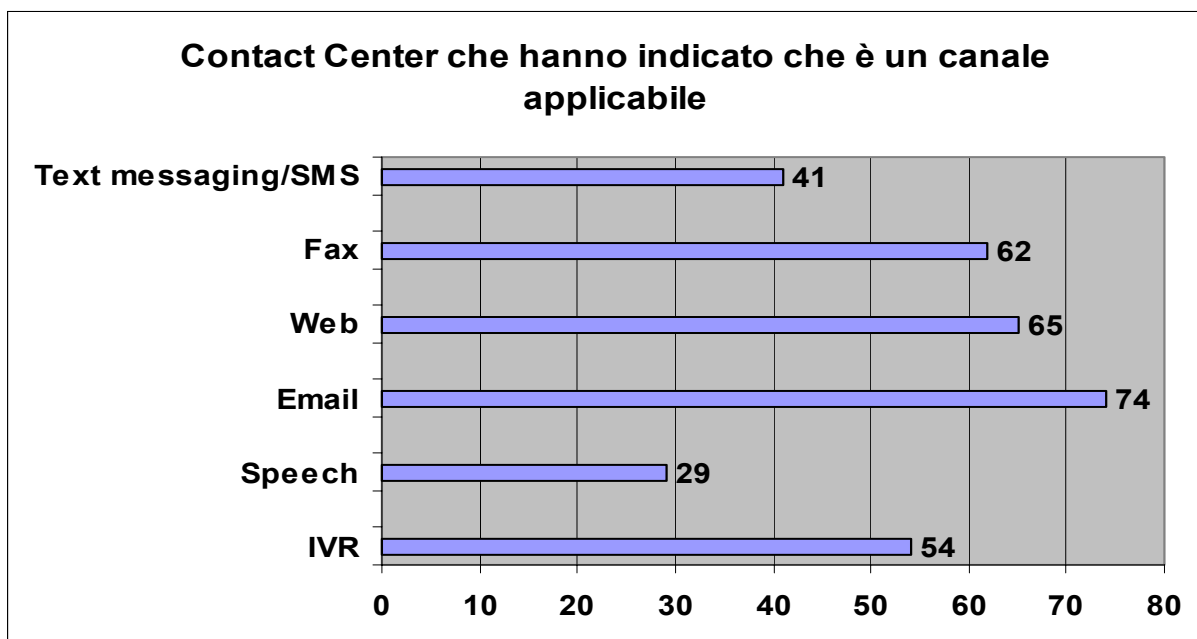
Domanda originale: Does your speech application provide caller identification and authentication?
Valore percentuale su 245 casi presi in esame.



Multi-channel integration

Dai grafici che seguono emerge chiaramente che l'IVR possiede un elevato livello di integrazione nel contact center, nel 90% dei casi totalmente o parzialmente integrato. C'è da rilevare però che non si spiega come mai esiste un forte orientamento all'applicabilità dell'IVR rispetto alla bassissima percentuale di interazioni che vengono gestite mediante tale strumento (5%). I ¾ dei contact center intervistati (74%) ritiene importante l'impiego dell'email, mentre il 43% di essi possiede un'integrazione completa dello strumento, in controtendenza con l'elevato volume di interazioni gestite a livello globale pari all'11%.

Come già detto precedentemente il text messaging/SMS, giocherà un ruolo strategico molto importante nel futuro prossimo dei contact center, infatti del 41% degli intervistati che hanno espresso un orientamento favorevole all'impiego di strumenti di text messaging/SMS, il 72% di essi possiede strumenti totalmente o parzialmente integrati. Tanto più gli ambiti di applicazione di tale strumento si allargano, tanto più aumenta la necessità da parte delle organizzazioni di registrare e gestire al meglio tali interazioni.



Note:

Domanda originale: If you are using or planning to use multi-channel capability, what level of integration is there or would there be between channels? Valore percentuale su 244 casi presi in esame.

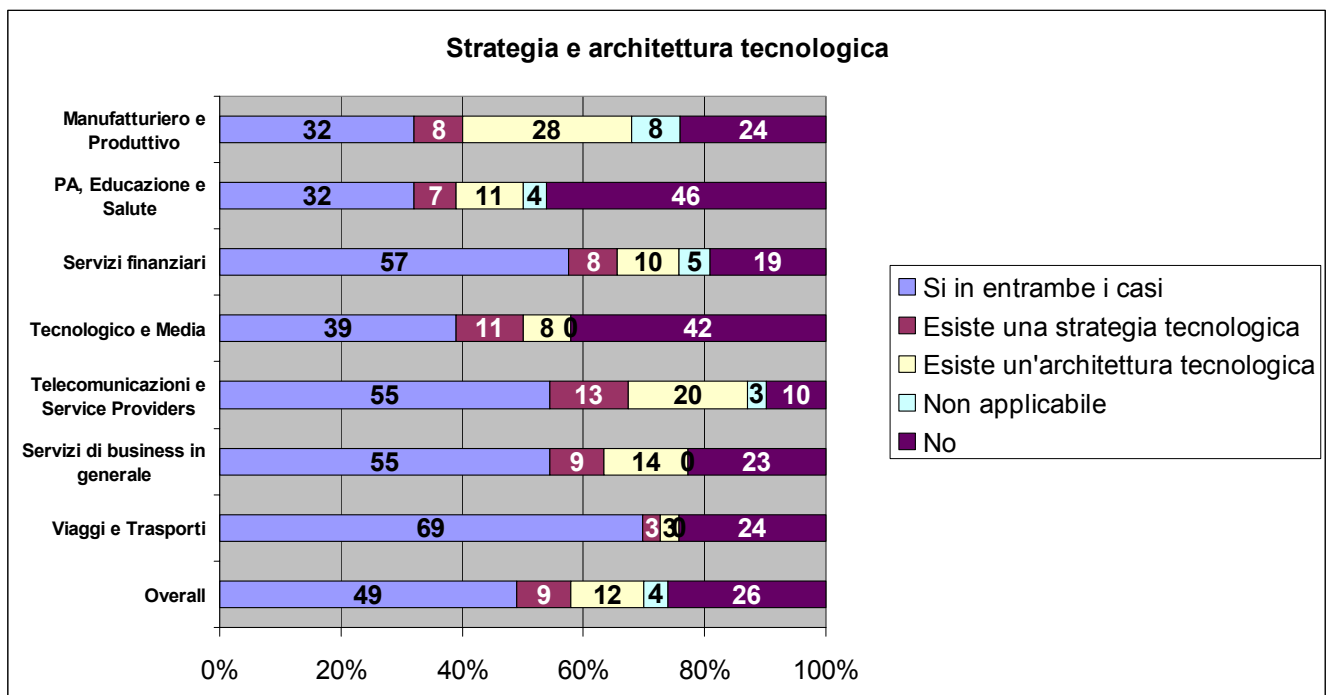


Strategia e Architettura tecnologica

Solo nel 49% dei casi in esame esiste una strategia tecnologica e un'architettura ben definita, ma se visto dal punto di vista opposto, fatta eccezione per il settore dei servizi finanziari e delle telco e service providers, quasi in un caso su 5 il contact center non possiede assolutamente né l'una e né l'altra. Particolarmente elevata questa circostanza nella PA e nel settore tecnologico e media (46 e 42%).

Per gestire opportunamente una strategia tecnologica occorre tenere bene a mente alcune considerazioni essenziali che provengono dal mercato:

- Anzitutto l'implementazione delle tecnologie deve essere concepita sulla velocità di implementazione e aggiornamento in tempi rapidi.
- In aggiunta occorre riflettere, come nel caso di tecnologie IP, su come migrare su soluzioni software based e renderle scalabili su diverse piattaforme.
- Bisogna porre attenzione all'incidenza che l'integrazione di nuovi tool può portare sui costi, alle volte più alti rispetto alle tecnologie già esistenti in azienda.



Note:

Domanda originale: Is there a defined technology strategy specifically for the contact center?
Valore percentuale su 251 casi presi in esame.



Conclusioni

Nonostante le opportunità generate dall'IP telephony non sono poi, ancora oggi, comprese al meglio dal mercato, sempre più contact center stanno operando scelte che vanno verso questa nuova generazione di tecnologie. Le opportunità dell'IP non sono solo da associare alla possibilità di virtualizzare e remotizzare le postazioni operatore, ma anche all'efficienza e all'efficacia operativa che possono generare nel contact center. Una grossa sfida che si prospetta nel futuro prossimo è senza dubbio la capacità delle aziende di migliorare le performance erogate attraverso strumenti appositamente costruiti per l'ottimizzazione del workforce interno. Tali strumenti dovranno servire a liberare il tempo oggi impiegato per le misurazioni delle performance, per concentrarsi maggiormente sul management e sulla formazione delle risorse interne.

A cura di :

- Sabino Sgaramella (CMMC) sabino.sgaramella@markab.it
 - Francesco Testi (Dimension Data) francesco.testi@eu.didata.com
-