

Контакт-центр завтрашнего дня

«Самый простой вопрос, связанный с разочарованием в обслуживании клиентов, звучит так:
"Почему это не так важно для вас, как для меня?"»

— Сет Годин, бестселлерист, маркетолог

JMRtqoNc1ehkQ_5Ct

Благодарим Джошуа Марча, автора книги [«Напишите мне: Будущее обслуживания клиентов в эпоху социальных сообщений и искусственного интеллекта»](#) и основателя компании Conversocial (приобретена Verint), за его вклад в наше понимание будущего контакт-центров. В этой статье мы опираемся на его идеи и концепции, подробно описанные в его книге.

Как будет работать контакт-центр будущего?

В контакт-центрах будущего большинство вопросов обрабатывается автоматически, и операторы занимаются только сложными или эмоциональными проблемами. Это приводит к тому, что контакт-центры начинают функционировать как команды социальной поддержки, а не как управляемые производственные операции.

Многие сегодняшние колл-центры все еще работают как фабрики: каждое действие измеряется в секундах, отслеживаются перерывы в туалет, и тщательно продуманные сценарии определяют, что агенты могут и не могут говорить в ответ на определенные запросы. Но в мире, где большинство простых вопросов и проблем с обслуживанием решаются самостоятельно через взаимодействие с интеллектуальными помощниками и ботами, а человеческие операторы вмешиваются только для помощи с сложными или эмоциональными вопросами, роль агента меняется.

В этом новом мире человеческие агенты больше не стоят на передовой обслуживания клиентов, но в основном помогают с эскалированными проблемами. Поскольку человеческие затраты на предоставление услуг значительно снижаются, а ИИ значительно повышает эффективность агентов, стоимость решения, хотя и остается важным фактором, становится гораздо менее значимой по сравнению с метриками опыта клиентов, такими как CSAT, NPS и конверсия сентиментов.

Качества команд поддержки будущего

В этом новом контексте команды поддержки должны обладать определенными качествами. Они должны быть **эмпатичными, устойчивыми, артикулированными, любопытными, уверенными и представительными**. Эти качества позволяют им устанавливать личные и эмоциональные связи с клиентами, что не всегда легко в цифровом, письменном общении.

Команда социальной поддержки станет моделью для остальной команды обслуживания клиентов. Менеджеры социальной поддержки сегодня станут лидерами колл-центров завтра.

Шесть ключевых качеств отличных агентов поддержки

Существует шесть ключевых качеств, которыми должен обладать каждый агент, и которые вы должны проверять во время собеседования:

- **Эмпатичные** — понимают ли они разочарования, через которые проходят клиенты, и готовы ли помочь? Агенты должны уметь ставить себя на место клиента и проявлять искреннюю эмпатию. Когда клиент действительно расстроен или разочарован, он должен чувствовать, что агент действительно заботится о помощи;
- **Устойчивые** — может ли агент справиться с кризисной ситуацией и оставаться спокойным даже с самым раздраженным и неразумным клиентом? Независимо от контекста, агенты социальной поддержки должны уметь спокойно реагировать, оценивать ситуацию и вежливо отвечать клиенту. Они должны проявлять не только терпение, но и способность «принимать удар», профессионально реагируя на любой сценарий. Во время собеседования задавайте вопросы о том, как агент справлялся с сердитыми клиентами в прошлом;
- **Артикулированные** — могут ли они эффективно передавать сложные сообщения в коротком тексте? Агенты социальной поддержки должны уметь кратко и эффективно отвечать на потенциально сложные запросы в 140 символах. Правильное написание и выбор слов также важны - незначительные ошибки могут испортить имидж бренда и подорвать доверие клиентов. Во время собеседования дайте кандидатам реальные вопросы, полученные через мессенджер и социальную сеть, и попросите их написать вымышленные ответы;
- **Любопытные** — имеют ли они желание постоянно совершенствоваться, учиться и исследовать? Будь то внутренний или внешний набор инструментов, важно, чтобы агенты обслуживания клиентов стремились не только изучать новые инструменты, но и понимать отрасль в целом. Поскольку социальные медиа и платформы обмена

сообщениями постоянно развиваются и меняются, агенты должны быть в курсе последних культурных и социальных норм. Внутреннее обучение может помочь в некоторой степени, но только если агенты готовы учиться;

- **Уверенные** — могут ли они доверять своим творческим инстинктам и рады ли они тому, что не следуют сценарию даже публично? Агенты должны быть собранными и способными действовать быстро, даже если в разговоре публично упоминается генеральный директор вашей компании. В Telegram, VK, Twitter и других социальных сетях весь мир наблюдает, и агенты должны уметь работать под высоким давлением;
- **Представительные** — может ли агент находить правильный тон разговора, независимо от ситуации? Во время собеседования создайте сценарий решения проблемы, в котором агент задает вопросы о ситуации клиента. Обращают ли они обращение дружелюбным и вежливым образом? Соответствует ли их тон голоса тому, как ваш бренд хочет представлять себя?

В заключение важно подчеркнуть, что автоматизация и использование ИИ в контакт-центрах не означает конец для человеческих операторов. На самом деле, это открывает перед ними новые возможности, позволяя сосредоточиться на более сложных и эмоциональных вопросах, где их человеческие навыки и эмпатия наиболее ценны.

Версия #4

Artem Garashko создал 2024-03-20 12:59:40 UTC

Ирина Петрова обновил 2024-10-22 08:16:52 UTC