

Call Center ไม่ใช่แค่พนักงานรับโทรศัพท์

ทุกวันนี้ Call Center นอกจากเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ยังพัฒนา ไปสู่การเป็น เครื่องมือทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ให้บริการแก่ลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง 7 วันในธุรกิจบริการ เมื่อจำนวนลูกค้า เพิ่มขึ้น บริการมีความหลากหลาย Call Center ก็ยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น เท่านั้น เพราะ Call Center เป็น ช่องทางหนึ่งที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายที่สุด และสะดวกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่นๆ

บริการ Call Center ไม่ใช่เรื่องใหม่ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือต่างก็มีให้บริการกันทุกราย เพราะ เป็นจุด เดียวที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วัน ขณะที่หากเป็นสำนักงานบริการต้องให้บริการ เปิด-ปิดตาม เวลาที่กำหนด

Call Center ของเอไอเอส จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ และรักษาระดับ การแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ต้องเป็นเครื่องมือของฝ่ายการตลาด

"ทุกครั้งที่มีบริการใหม่ออกไปเราต้องแน่ใจว่าข้อมูลข่าวสารต้องส่งมอบ ถึงลูกค้า วันนี้เราพัฒนาพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ในเชิงให้คำปรึกษา เมื่อมีปัญหาโทรหาเอไอเอส Call Center" วิลสัน พุทธิการ์นต์ Managing Director Advance Contract Center ที่ต้องรับผิดชอบ Call Centerของเอไอเอสบอก การสร้างช่องทางที่ หลากหลายเพื่อเข้าสู่ Call Center ก็ต้องมีมากขึ้นจาก โทรศัพท์มือถือ เลขหมาย 1175หรือ *17 หรือโทรจาก โทรศัพท์พื้นฐานยังมี 2 เลขหมาย คือ 1148 และ 1149 สำหรับลูกค้าองค์กร ซึ่งมีรูปแบบการใช้งานแตกต่างกัน โดยเฉพาะ แม้จะเป็นระบบตอบรับอัตโนมัติรองรับการทำงาน ได้นับแสนสายต่อชั่วโมงเพื่อให้บริการลูกค้า แต่ พฤติกรรมส่วนใหญ่ของลูกค้ายังชอบพูดกับพนักงาน

นอกจากรองรับสายเข้ามาแล้ว ต้อง มีระบบ Teleservices เป็นทีมงานที่ต้องโทรติดต่อลูกค้า เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า Call Center ของที่นี่ จะอิงกับ ระบบ CRM โดย ยึดหลัก 2 ประการ คือ ปริมาณการโทรและ lifestyle ของลูกค้า "บางคนชอบโทรกลางคืน บางคนชอบใช้บริการ เสริม เราต้องให้พนักงานดูจาก Profile การใช้งานและเรียนรู้ข้อมูลเหล่านี้" ทีมงานใน Call Center แบ่งตามกลุ่ม ลูกค้าตามแนวทางเหล่านี้ เช่น กลุ่มดูแลลูกค้าธรรมดา ลูกค้าพรีเมียม และ ลูกค้าองค์กร

"บริการวันนี้มีทั้ง data และเรามีทีมผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ลูกค้าจะต่อมือถือกับโน้ตบุ๊ก เราต้องมีทีม เทคโนโลยีคอยช่วยเหลือ งานอื่นเราไม่ให้ทำ ทำอย่างนี้อย่างเดียว เพราะเราต้องการจับลูกค้าให้มัน" ปริมาณการ โทรแต่ละช่วงจะไม่เท่ากัน ช่วงเช้าและช่วงเย็นจะมีปริมาณการโทรมากที่สุดการจัดพนักงานจึงต้อง ทำอย่าง เหมาะสม "การจัดเตรียมพนักงานไม่ได้แบ่งเป็นกะเช้า หรือกะบ่าย แต่จะชอยย่อยเป็นช่วงละครึ่งชั่วโมง โดยเราจะ มีเครื่องมือมาช่วยเพื่อที่สามารถจัดเตรียมคนได้อย่างเหมาะสม"

ข้อกำหนดที่ใช้สร้างมาตรฐานของการให้บริการ นอกจากต้อง "รวดเร็ว" และ "สั้น" ที่สุด เริ่มตั้งแต่ พนักงาน ต้องรับสายเร็วที่สุดการตอบคำถามหรือปัญหาควรให้จบภายในการโทรครั้งแรกการส่งต่อสายไปยัง back office เพื่อตอบปัญหาเกี่ยวกับเครือข่าย หรือเทคโนโลยีที่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญ เช่น ระบบบิลลิ่ง หรือ network จะต้องไม่เกิน 3% คือข้อกำหนดที่ถูกละไว้ "เราเรียกตรงนี้ว่า Service Level Agreement เพราะลูกค้า ทุกคนต้องการความรวดเร็ว ถ้าทำไม่ได้ตามที่กำหนดเราต้องร่วมมือกันแก้ไขจนกว่าปัญหาจะหมดไป"

ทุกวันนี้ไม่เพียงแต่การตอบปัญหา เท่านั้น แต่พนักงาน Call Center ของเอไอเอสกำลัง พัฒนาไปสู่การ เป็นผู้ให้คำปรึกษาลูกค้า เพื่อรองรับกับบริการเสริม ใหม่ๆ รวมทั้งแพ็คเกจบริการที่มีทางเลือกให้กับลูกค้าได้มาก ขึ้น "เราต้องเป็นเครื่องมือให้กับฝ่ายการตลาดไม่ใช่บอกข้อมูลแบบยืดเยื้อ แต่ต้องให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ว่า เขา เหมาะสำหรับแพ็คเกจบริการไหน โดยดูจากข้อมูลพฤติกรรมในการโทรของเขา

Credit : http://www.acc-contactcenter.com/news_callcenter.htm