

Tekst: Agata Jarońska

# Efektywny kontakt

Firmy poszukujące nowych, efektywniejszych i tańszych kanałów komunikacji z klientami korzystają z usług profesjonalnych call i contact center. Szacuje się, że na polskim rynku działa obecnie nawet kilkaset firm świadczących usługi call center. To jedna z najprężniej rozwijających się gałęzi usług marketingowych.



**W**edług oceny Datamonitora w Polsce działa obecnie ok. 240 call center świadczących usługi outsourcingowe i ok. 1250 call center wewnętrznych. Są to centra zarówno kilkustanowiskowe, jak i ogromne, liczące nawet 300 stanowisk, zlokalizowane w całym kraju. Ostatnich pięć lat w branży call center to okres prosperity. Oprócz dużych firm powstawały małe, dysponujące 30-60 stanowiskami i ukierunkowane na obsługę konkretnego klienta lub projektu. Zaważalną tendencją było również przenoszenie centrów operacyjnych z dużych miast do mniejszych, ze słabiej rozwiniętym rynkiem pracy, gdzie łatwiej było pozyskać wartościowych pracowników. Przeniesienie call center okazało się również skutecznym sposobem na podniesienie jakości świadczonych usług i realizację celów sprzedażowych klientów.

## Korzystne zlecenia

Branże zainteresowane outsourcingiem call center to przede wszystkim: finanse, bankowość, telekomunikacja, energetyka, turystyka, IT, FMCG, wydawnictwa oraz branża farmaceutyczna. Firmy zlecają na zewnątrz głównie: wsparcie procesu sprzedaży, sprzedaż przez telefon, badanie rynku, infolinię, obsługę programów lojalnościowych, obsługę klienta.

Zalety korzystania z wyspecjalizowanych call i contact center to oczywiście zmniejszenie i optymalizacja kosztów. Ale oprócz tego ważne są korzystanie z doświadczeń wyspecjalizowanej kadry, szybkość i elastyczność działania, oszczędność. Wszystko to pozwala firmom skoncentrować się na podstawowej działalności. Istotną kwestią jest również dostęp do nowoczesnych rozwiązań technologicznych, najczęściej zbyt kosztownych do samodzielnego wdrożenia.

– Profesjonalne firmy outsourcingowe stosują wysokiej klasy systemy obsługi, np. ACD oraz IVR. Umożliwia to zlecającym firmom dostęp do wspomnianych systemów bez konieczności ponoszenia kosztów ich zakupu, które mogą dochodzić nawet do kilku milionów złotych. Warto również wspomnieć o tym, że firmy korzystające z outsourcingu otrzymują gwarancję elastycznego podejścia do ich potrzeb oraz skalowalności biznesu. A to oznacza możliwość jego wzrostu i rozwoju – mówi Małgorzata Kurc, kierownik biura dyrektora generalnego Arvato Services Polska.

Wprowadzenie standardów obowiązujących w obsłudze klienta to również duże koszty i wyzwanie dla poszczególnych firm. Zlecenie call center obsługi klienta pozwala zarówno uniknąć nadmiernych kosztów, jak i zastosować znane procedury.

– Jako jedną z głównych zalet wymienilibym szybkie dostosowanie się do standardów obowiązujących w obsłudze klienta oraz pełne ich wdrażanie. Często firmy zlecające outsourcing call center korzystają z wypracowanych i sprawdzonych metod świadczenia takich usług – twierdzi Daniel Zadrożny, prezes firmy Holicon.

Niezwykle korzystne dla firm jest też wyeliminowanie kosztownego procesu rekrutacji i utrzymania pracowników, którzy obsługiwali by wewnętrzne call center. Wielu przedstawicieli call center podkreśla, że możliwość skorzystania z dobrze wyszkolonego zespołu handlowców to duża wartość.

Sen z oczu menedżerów call center spędza pozyskiwanie i utrzymanie pracowników. Proces ten generuje duże koszty. Niestety, na tym rynku rotacja pracowników jest bardzo duża. Korzystając z outsourcingu, pozbywamy się również kosztów rekrutacji czy rotacji – płacimy tylko za rzeczywisty czas pracy konsultanta, bez urlopów, zwolnień czy innych kosztów – mówi Katarzyna

Korzystając z outsourcingu, płacimy tylko za rzeczywisty czas pracy konsultanta



Fot. Call Center Poland

Swatowska, dyrektor marketingu i PR Intenet Group i Call Center Poland.

Ogromną wartością dodaną outsourcingu jest korzystanie z know-how.

– Firmy mające doświadczenie w wielu obszarach oferują sprawdzone, zweryfikowane przez rynek i dobrze przyjmowane przez klientów rozwiązania marketingowe, operacyjne, organizacyjne i technologiczne – mówi Aneta Michałkiewicz, dyrektor działu obsługi klienta Delta Contact.

Doświadczenie w wielu obszarach ma np. firma Arteria.

– Oferujemy pełen outsourcing procesu sprzedaży i obsługi klienta, którego istotą jest sprzedaż produktów i usług za pośrednictwem kilku zintegrowanych kanałów sprzedaży. Obecnie są to: contact center, sieć sprzedaży detalicznej, czyli sklepów, sprzedaż bezpośrednia prowadzona za pośrednictwem mobilnych przedstawicieli handlowych. Połączenie wszystkich tych działań jest bardzo wygodne dla zleceniodawcy, ponieważ w miejsce kilku firm zatrudnia się jedną, która zarządza całym procesem

sprzedaży – mówi Cezary Lewiński, dyrektor zarządzający pionu call center Arterii SA.

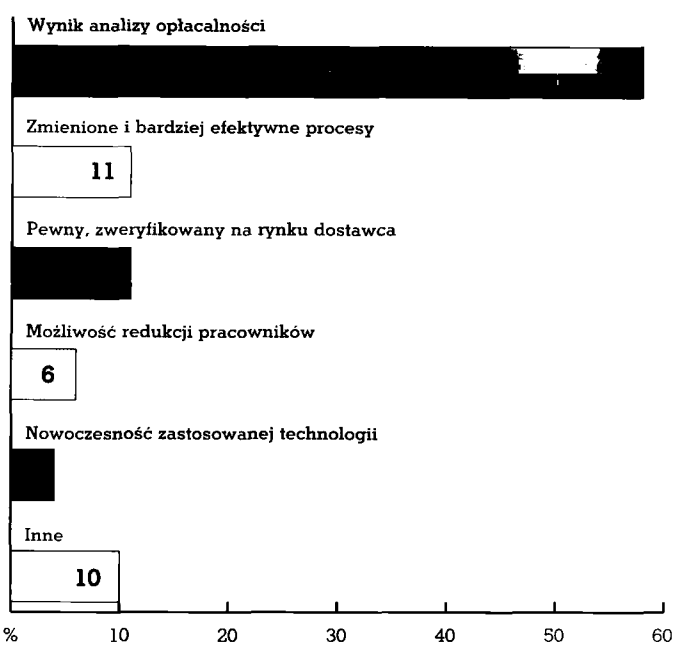
### Zabezpieczenia

Powierzenie części działalności firmom zewnętrznym rodzi pewne wątpliwości. Do najczęściej wyrażanych przez klientów outsourcingów obaw należą utrata kontroli nad jakością, zmniejszenie bezpieczeństwa systemów lub utrata poufności danych klientów (np. w branży finansowej).

– Problemy te można jednak rozwiązać poprzez ustalenie odpowiednich mierników jakościowych oraz współpracę z outsourcingem w zakresie budowania polityki jakości. Poza tym większość profesjonalnych call center ma najwyższe zabezpieczenia systemów oraz zasobów – tłumaczy Małgorzata Kurc.

Firmy, rozważając podjęcie współpracy z outsourcingowym contact center, obawiają się również o jakość usług realizowanych przez konsultantów zewnętrznych.

### Kryteria oceny atrakcyjności rozwiązania outsourcingowego (w proc.)



Źródło: Ipsos na zlecenie Archi Doc (październik 2008 r.).

– Bardzo często zastanawiają się, w jakim stopniu konsultanci będą identyfikować się z firmą, w imieniu której działają, i jakie będą mieć kwalifikacje. Firmy najczęściej wprowadzają stosowne zapisy w umowach, precyzując wymagania i regulując kwestie gwarancji poziomu usług dostawcy. Kwestie te są bardzo ważne dla zapewnienia satysfakcji klientów końcowych. Niezwykle istotnymi elementami są bezpieczeństwo danych osobowych i dostęp do systemów informatycznych. Klientom zależy na kontroli i monitoringu możliwie jak największej części realizowanego projektu – mówi Zbigniew Biały, prezes zarządu Contact Center.

W kontekście zabezpieczeń najbardziej wymagające są banki, ze względu na charakter swojej działalności i regulacje prawne, które ich dotyczą.

– Mogę śmiało powiedzieć, że call center, które zostało zaakceptowane przez bank jako outsourcer kwalifikowany z dostępem do bazy klientów banku, to jednostka spełniająca kryteria bezpieczeństwa, jakie narzucone są bankom i ich oddziałom. Nasza firma włączona jest tym samym w strukturę banku, a co za tym idzie – regularnie poddawana jest audytom bezpieczeństwa przeprowadzanym przez jego pracowników. Jako ciekawostkę mogę dodać, że jednym z wymogów, które musieliśmy spełnić, było wybudowanie centrum zapasowego, tzw. Disaster Recovery Center, które jest w stanie przejąć operacje bizneso-

we natychmiast po zniszczeniu jednostki centralnej. Jest to procedura przewidziana na wypadek katastrof naturalnych, wybuchów, pożarów, zamachów itd. – tłumaczy Michał Korczak, wiceprezes zarządu, CEO Telbridge.

### Perspektywy

Z danych Call Center Poland i Datamonitora (według Datamonitora branża contact center rozwija się w tempie 15 proc. na rok) wynika, że Polska jest na trzecim miejscu w Europie pod względem wzrostu rynku call center, ale też na trzecim od końca pod względem dojrzałości tego rynku. Mimo kryzysu w różnych branżach zainteresowanie usługami call center nadal jest duże.

– Rynek call center będzie się nadal rozwijał, jednak od firm call center będzie wymagana coraz większa wiedza dotycząca zarządzania łańcuchem sprzedaży i logistyki. Firmy będą chętne do powierzania kolejnych kompetencji zewnętrznym partnerom, ale tylko takim, którzy będą mieć niezbędną wiedzę i zaplecze do ich przejęcia – mówi Michał Korczak, CEO Telbridge.

Podobnego zdania jest Małgorzata Kurc z Arvato Services Poland: – W ciągu kolejnych lat na pewno będziemy obserwować dalszy wzrost w branży call center. Coraz więcej branż będzie rozpatrywało outsourcing jako szansę na większą efektywność oraz źródło redukcji kosztów. Zapowiadane spowolnienie gospodarcze najprawdopodobniej nie będzie miało dużego wpływu



Fot. Call Center Poland

Polska jest na trzecim miejscu w Europie pod względem wzrostu rynku call center, nie jest to jednak rynek dojrzały

na tę branżę. Coraz częściej słyszymy bowiem głosy, że firmy outsourcingowe mogą nawet na nim skorzystać. Wynika to z tego, że outsourcing zdecydowanie zmniejsza koszty operacyjne, a oszczędności w dobie kryzysu są kluczową kwestią dla większości firm.

Spowolnienie gospodarcze może dotknąć również te branże, ale wiele wskazuje na to, że więcej problemów będą miały firmy, które najkrócej działają na rynku.

– Call center realizuje usługi opłacane z budżetów marketingowych firm zlecających takie działania. Wiele firm rozpoczyna oszczędności właśnie od działań reklamowo-wizerunkowych, więc może się to odbić na liczbie i wartości zleceń przekazywanych do call center. Sądzą jednak, że ci, którzy rozpoczęli działalność na samym początku, czyli 10 lat temu, mają ugruntowaną pozycję na rynku i będą potrafili poradzić sobie z nową sytuacją – twierdzi Sławomir Rol-

nik, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu Polskich Linii Telefonicznych.

Zdaniem Pawła Kaluźnego, prezesa zarządu TIM Call Center, recesja gospodarcza może spowodować jeszcze większe zainteresowanie tworzeniem alternatywnych kanałów sprzedaży takich jak dedykowane centrum sprzedaży.

Spowolnienie gospodarcze może też powodować wzrost zainteresowania badaniami rynku oraz np. wzrost zainteresowania takimi produktami call center jak audyt telefoniczny przedstawicieli handlowych. Recesja gospodarcza na Zachodzie może też być źródłem nowych projektów offshoringowych w Polsce, głównie z uwagi na niższe koszty – mówi Kaluźny.

Firmy, poszukując nowych, efektywnych i tańszych kanałów kontaktu z klientami, będą coraz częściej korzystać z usług call center. Wiele wskazuje też na to, że będą zlecać nie tylko pojedyncze zadania, lecz także większe części procesów sprzedażowych i obsługowych.