SMART Закупка

Только что

Руководители сервисных служб: нужно ли вам инвестировать в технологию, ориентированную на представителей?

«У меня есть все, что мне нужно — прямо передо мной». Строка из «Веселой песни жизни» из фильма «Маппеты» 2011 года, которую я не могу выкинуть из головы благодаря BBC Radio 2, превратившей ее в мелодию, которую постоянно играют по будням в 18:00. Маккензи Брет, написавшая эту песню, определенно не имела в виду представителей службы поддержки клиентов, но если вы руководитель службы поддержки клиентов, я полагаю, это то, о чем вы мечтали или ваши представители говорили вам, что им нужно время. -и-время снова. В конце концов, разве наличие всего, что нужно вашим представителям в данный момент, в единой системе и представленном на одном экране, не является мечтой для обеспечения высококачественного и эффективного обслуживания клиентов?

Оказывается, это не так. Хотя консолидация системы может быть в определенной степени полезной, новое исследование Gartner показывает, что для многих организаций консолидация системы не так важна, как другие аспекты проектирования.

Это лишь один из результатов нашего предстоящего виртуального ретрита для руководителей и серии исследований для руководителей службы поддержки и обслуживания клиентов на тему « Представитель на связи: эффективное расширение возможностей торговых представителей с помощью технологий ». Вам придется присоединиться к нам, если вы хотите распаковать это немного больше. Но до тех пор я хотел бы поделиться несколькими короткими заголовками из нашего продолжающегося исследования, чтобы подогреть ваш аппетит.

Rep-Facing Tech: оно того стоит?
Я уверен, что где-то в сфере обслуживания и поддержки клиентов вы будете инвестировать в технологию самообслуживания для своих клиентов — в конце концов, а кто нет? Но инвестируете ли вы в свои системы взаимодействия с представителями? Последнее — это область, которую мы много обсуждаем с клиентами, но часто возникает ряд экзистенциальных вопросов:

Действительно ли оно того стоит, когда через 3 года мои представители то появляются, то исчезают?
Звучит дорого - сколько это будет стоить?
Конечно, я осознаю необходимость, но какие одну или две возможности мне действительно нужно улучшить в этих системах?
Неизбежно, что эти вопросы привели к параличу, и в результате ваша организация, вероятно, имеет систему взаимодействия с торговыми представителями, которую торговые представители ненавидят использовать (или не используют вообще) и которая выглядит так, как будто она возникла прямо из темноты. возраст (подумайте об имени клиента, контактной информации, что они купили и представляют ли они риск для удержания, но не более того).

Только 34% руководителей службы поддержки считают свой рабочий стол эффективным.

Итак, стоит ли вам действительно инвестировать в технологию, ориентированную на представителей? Это действительно того стоит?

Ответ положительный: инвестиции в избранные технологические возможности, ориентированные на представителей, могут иметь огромное значение. Например, мы знаем, что:

Технологии могут заменить навыки или опыт — учитывая текущий рынок талантов и значительное сокращение числа представителей, технологии обладают огромным потенциалом для улучшения качества обслуживания ваших клиентов, поскольку они могут позволить новому представителю-столяру работать на уровне, который ранее требовал значительного опыта и опыта. Представители с опытом работы всего один год по крайней мере на 40% чаще работают на высоких или средних уровнях сложности при использовании высокотехнологичных сред, чем те, у кого нет технологичных сред.
Среды с большими технологическими возможностями также демонстрируют большую способность репутации выполнять Повышение ценности (что повышает лояльность) и получать доход - обе цели, которые все чаще ставятся перед руководителями службы поддержки клиентов .
Ключевое слово здесь «выборочный».
Выбрасывание миллионов на инвестирование во все технологические возможности, о которых вы и ваши представители можете подумать, не обязательно является эффективным способом достижения вышеуказанных результатов (и, учитывая, что некоторые из результатов ориентированы на доход, вам следует подключиться к своему директору по маркетингу и продажам). коллеги для поддержки инвестиций). Почему? Потому что 62% торговых представителей считают, что их системы предоставляют им ненужную информацию. Не идеально, учитывая, что мы просим их обрабатывать более сложные звонки и добиваться дополнительных бизнес-результатов.

Затем следует подумать о результатах работы сотрудников. Из предыдущих исследований мы уже знаем, что только один из трех представителей службы поддержки вовлечен в работу , и внедрение новых технологий, ориентированных на представителей и дополнений, может усугубить ситуацию. Действительно, сотрудники в средах с большим количеством технологий больше беспокоятся о том, что их заменят технологии, чем их коллеги с низким уровнем технологий, и некоторые среды с более высокими технологиями работают хуже, чем другие, когда думают об опыте сотрудников.

Как однажды сказал бывший генеральный директор начинающего бизнеса: «Технологии сами по себе не являются ни добром, ни злом. Выбор, который мы делаем в этих процессах, может помочь или навредить другим».

Обо всем этом и многом другом мы поговорим 16 ноября, 6 и 13 декабря и 10 января. Учитывая риск стагнации бизнес-результатов, если вы ничего не будете делать, а также возможность больших инвестиций только для того, чтобы обнаружить, что ваши способности не оказывают наибольшего влияния на результаты вашего бизнеса или сотрудников, вы не захотите это упустить.

Ссылка на статью: Руководители сервисных служб: нужно ли вам инвестировать в технологию, ориентированную на представителей?