

## CALL CENTRY НА ОСНОВІ СТІ CRM-СИСТЕМИ

Радченко Р.В.

Науковий керівник – Сабурова С.О.

Харківський національний університет радіоелектроніки

61166, Харків, пр. Науки, 14,

кафедра Інфокомунікаційної інженерії ім. В.В. Поповського,

тел. (057) 702-13-20 e-mail ruslana.radchenko@nure.ua, (095) 640-65-28

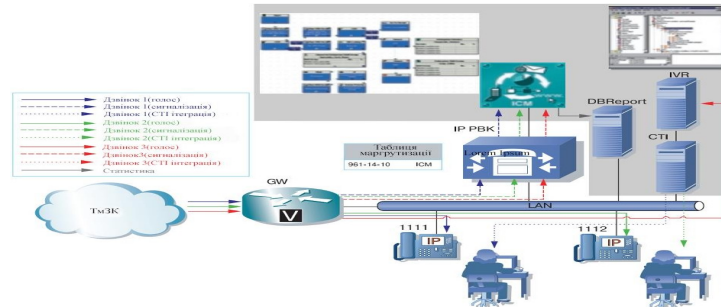
The most important mission and task of all organizations, business structures and enterprises is to obtain maximum income. The possibility of instant and effective access to timely information, its analysis, review and distribution give the employee the opportunity to use it appropriately. CTI CRM systems are seamless integration or merging of computers and telephone systems. CTI is also defined as a technology platform that integrates voice and data services at the functional level to add tangible benefits to business applications. To achieve a high level of customer satisfaction, many call centers today use CTI technology in PSTN.

Найважливішою місією і завданням всіх організацій, бізнес-структур і підприємств, є отримання максимального доходу. Можливість миттєвого та ефективного доступу до своєчасної інформації, її аналіз, огляд і розподіл дають співробітнику можливість доцільно її використовувати.

Зростання абонентської бази позитивно позначається на розвитку бізнесу, а саме: забезпечує підвищення прибутку і зміцнює позиції компанії на ринку. Основний обсяг прибутку CALL CENTRY корпоративних мереж надходять за рахунок клієнтів, що звернулися. Таким чином можна зробити висновок, що клієнт - це ключова ланка в діяльності будь якої організації та бізнес-структури. Для операційних діяльності CALL CENTRY виділяють 4 основні групи показників, за якими проводиться аналіз, це доступність, якість контактів з клієнтами, продуктивність, результативність.

Ефективне управління CALL CENTRY неможливо без відстеження певних KPI (показників ефективності). Це правило застосовується до будь-якої галузі бізнесу. Перший крок в постановці цілей і вимірі результатів діяльності - це визначення загальних ключових показників ефективності (KPI) для компанії (або системи показників). Такі вимірювання повинні бути введені для всіх видів діяльності, безпосередньо пов'язаних з обслуговуванням клієнтів (наприклад, відповіді на дзвінки або правила написання електронних листів). Для підвищення ефективності параметрів KPI у CALL CENTRY компаній успішно проводиться модернізація на базі впровадження СТІ CRM-системи. СТІ CRM-система - це безшовна інтеграція або злиття комп'ютерів та телефонних систем [1]. СТІ також визначається як

технологічна платформа, яка об'єднує послуги голосу та даних на функціональному рівні, щоб додати відчутні переваги для бізнес-додатків. Щоб досягти високого рівня задоволення клієнтів, сьогодні багато телефонних центрів застосовують технологію СТІ CRM-системи у ТМЗК. В



CALL CENTRY, коли

Рисунок 1 – Схема роботи CALL CENTRY з використанням CRM-системи використовується обладнання CRM-системи (Cisco IPCC) для прийому телефонних дзвінків розглянемо три одночасних дзвінка. На схемі (рис.1) елементи, які стосуються Cisco IPCC (виділені фоном): ICM, IVR, CTI, DBReport. IP PBX, в свою чергу, запитує у ICM: «Що робити з дзвінком?». ICM запускає сценарій маршрутизації дзвінка, який відповідно згідно алгоритму, вибирає вільного оператора, і виконує дві дії: повідомляє IP PBX номер IP-телефону оператора і паралельно повідомляє CTI ім'я оператора, на якого буде переключено виклик. IP PBX, отримавши від ICM номер IP-телефону, перемикає на нього виклик (аналогічно тому, як це робиться в першому варіанті). А CTI, отримавши інформацію від ICM про ім'я оператора, запускає на екрані монітора оператора механізм СТІ-інтеграції та забезпечує спливання вікна CRM-системи (рис. 1).

Висновки:

1. На сьогоднішній день методи і платформи для побудови ІТ-інфраструктури CALL CENTRY є досить зрілими (в багатьох випадках). Основні технології та системи CALL CENTRY операторів фіксованого зв'язку, що займають великі частки корпоративного ІТ-ринку, пройшли перевірку роками і динамічно розвиваються. 2. CALL CENTRY в умовах модернізації на базі використання платформи CRM-системи дасть можливість забезпечити якісний менеджмент послуг.

Список використаних джерел:

1 Багатоканальний електровз'язок та телекомунікаційні технології [Електронний ресурс]: підручник у 2-х томах. /О. В. Лемешко, В. А. Лошаков, В. В. Поповський, С. О. Сабурова та ін.// за редакцією В. В. Поповського-Х.: ТОВ «Компанія СМІТ», 2018. // Режим доступу до ресурсу: <http://www.smit-book.com/books.html> – 1012 с.