



**Aby call centrum pomáhalo, ne štvalo zákazníky - co dopomohlo
největší**

české firmě k cestě do finále mezinárodní soutěže call center?

Milena Linhartová (ředitelka úseku Péče o zákazníka Skupiny ČEZ)

Konference Marketing Trend 2010

24.Listopadu 2010



ČEZ Zákaznické služby

Vize

ČEZ Zákaznické služby s. r. o., je vyhledávaným poskytovatelem služeb podporujících prodej a distribuci energií ve střední a východní Evropě.

Poslání

Naším posláním je vysoce kvalitní, komplexní a spolehlivé zajišťování služeb podporujících prodej, distribuci elektřiny i jiných utilit. Díky kvalitním a ověřeným technologiím a týmu špičkových odborníků můžeme našim partnerům v rámci Skupiny ČEZ i mimo Skupinu a jejich zákazníkům nabízet vysoce spolehlivé služby.





Vznik jednotného úseku Péče o zákazníka

- 2007 – spojení osobní a telefonické obsluhy do jednoho úseku
- Poskytování stejné péče zákazníkům na obou kanálech
- Využívání best practices obou kanálů
- Integrace a rozvoj technologie směřující ke zvýšení spokojenosti zákazníků





Integrace a rozvoj technologie směřující ke zvýšení spokojenosti zákazníků



- Virtual hold - call back - v případě čekací doby delší než 2 minuty je zákazníkovi proaktivně nabídnuta možnost zpětného kontaktu po uklidnění situace na CC ČEZ
- Zákazník, který již telefonoval v průběhu 24 hod je přepojen na stejného operátora
- Měření spokojenosti systémem po hovoru
- Možnost použití PIN pro přednostní odbavení – jak na CC, tak na ZC
- Objednání schůzky přes internet na ZC
- Self care – samoodečty, spínací časy HDO
- Multichannel routing – jednotná fronta – zrušení back office – vše elektronicky řešeno na front office
- Nové kanály obsluhy – IVR sel care, web

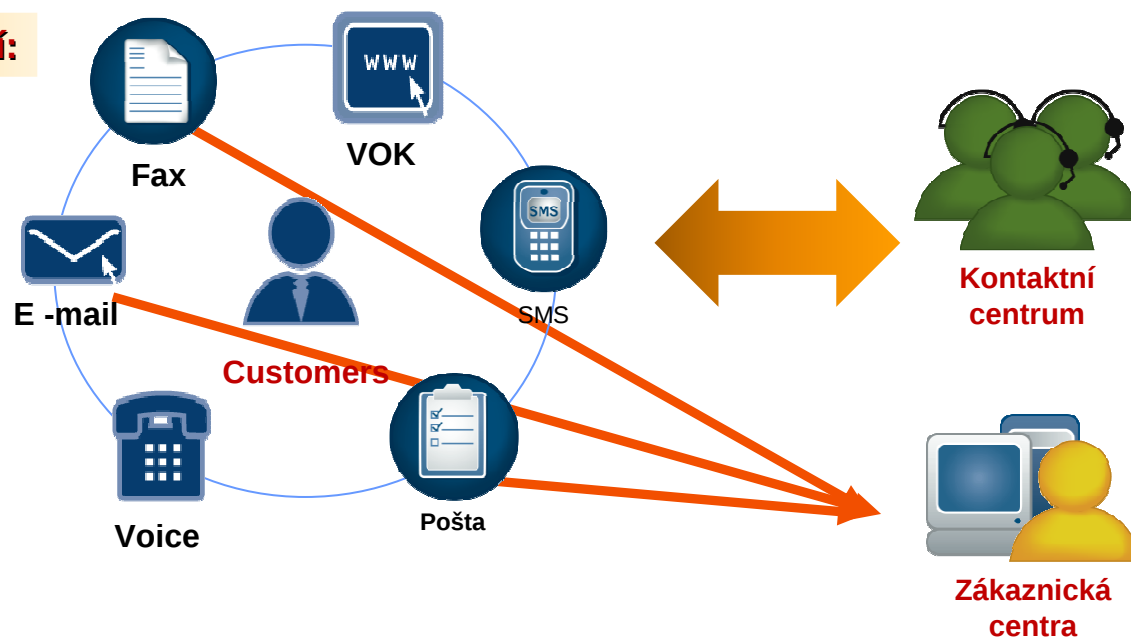
Poruchová linka

- Globální banner v případě kalamitní situace republikového rozměru
- Samostatné bannery pro jednotlivé regiony, identifikace volajícího s přehrání hlášky



Péče o zákazníka – kanály obsluhy

Existující:





Multi Channel Routing neboli „Jednotná fronta“

- **Jednotné prostředí pro příjem interakcí**
- **Odpadá potřeba ručního rozdělování emailů , FAXů , web interakcí, FCB interakcí a pošty**
- **Je možno optimálněji využít čas agentů na lince**
- **Možnost řídit i tyto interakce na základě priorit a samostatných front**
- **Stejné reportingové možnosti jako u voice interakcí**





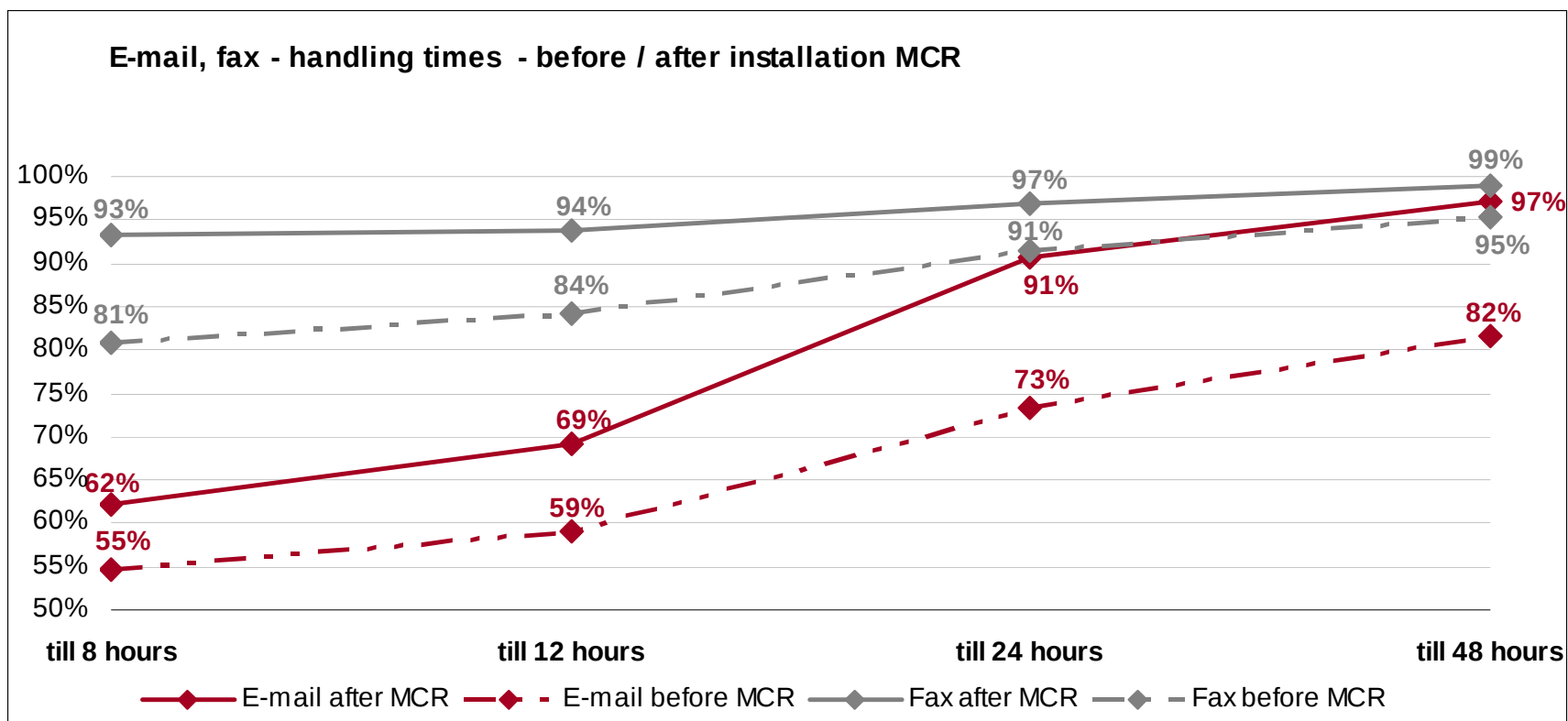
MCR – výsledky, rozšíření 2009

KPI	Before implementation	After implementation	2010
Email handling time	66% within 24 hours	87% within 24 hours	98% within 24 hours
Fax handling time	91% within 24 hours	94% within 24 hours	100% within 24 hours
Post handling time	49% within 24 hours	93% within 24 hours	98% within 24 hours
Agent productivity	75%	83%	83%



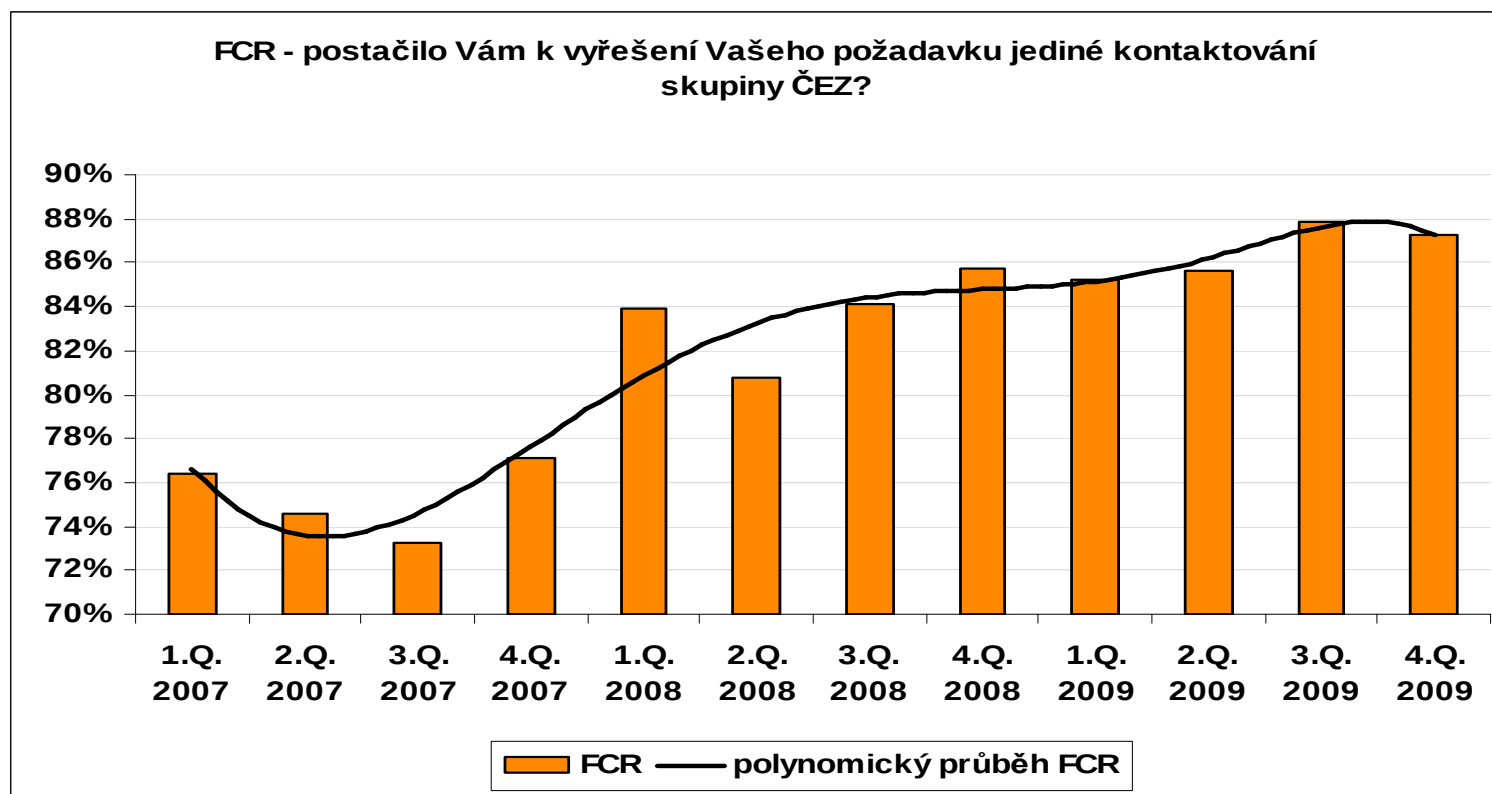
Multi Channel - Výsledky

Email, FAX handling times



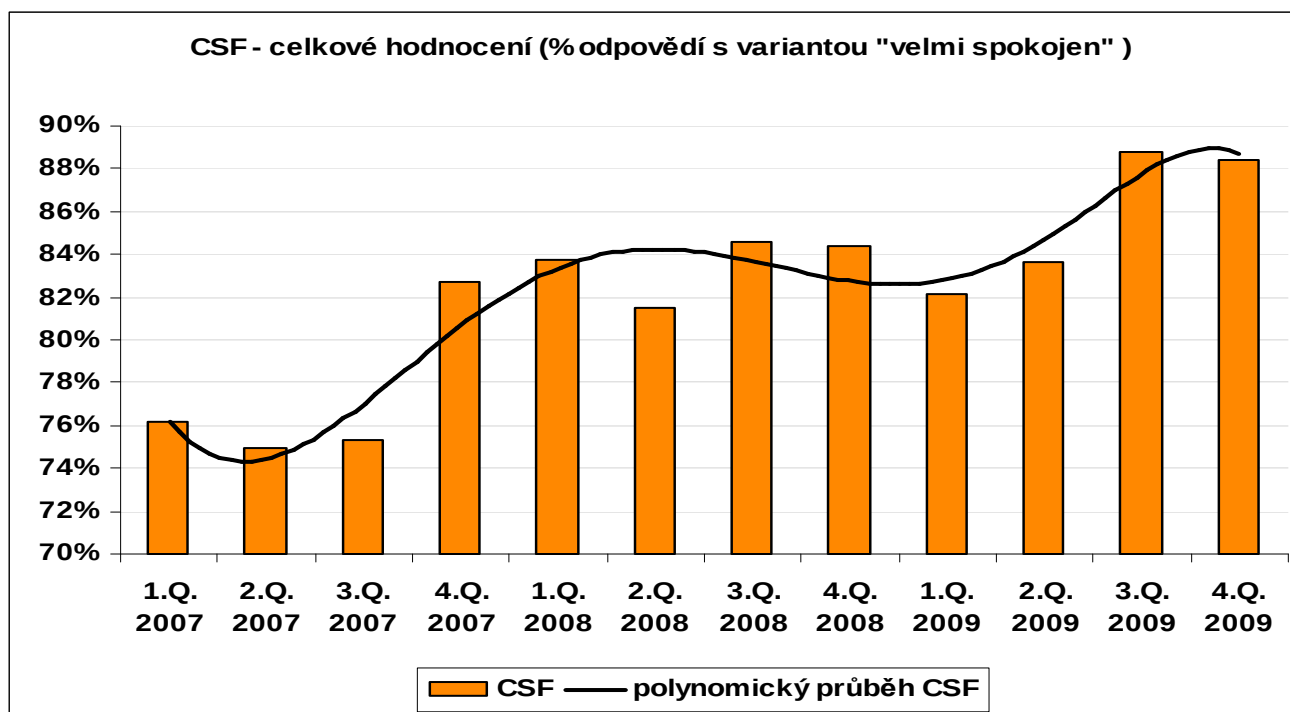


ODBAVENÍ NA POPRVÉ



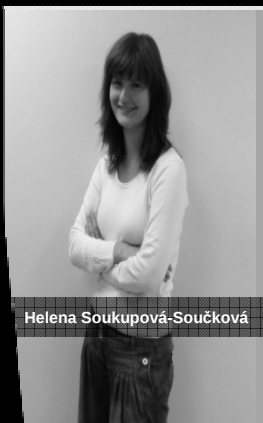


ZÁKAZNICKÁ SPOKOJENOST

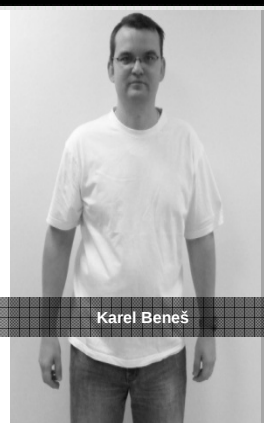


VIRTUAL VISIT

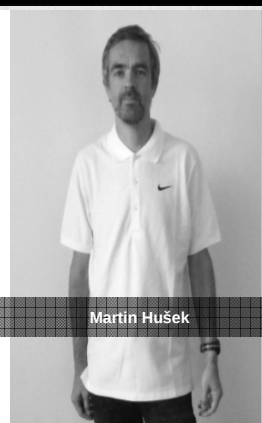
KLÍČ ÚSPĚCHU JE V LIDECH !



Helena Soukupová-Součková



Karel Beneš



Martin Hušek



Libor Seidl



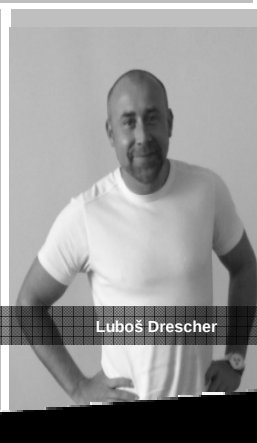
Jiří Zajíček



Milena Linhartová



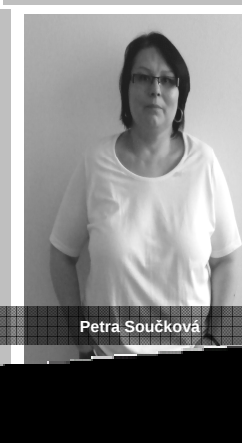
Petr Koval



Luboš Drescher



Roman Kopp



Petra Součková



PRŮZKUM ZAMĚSTNANECKÉ SPOKOJENOSTI

Ti, kteří pro nás pracují rádi, pracují lépe

Cíl

Získat zpětnou vazbu od zaměstnanců

Dát zaměstnancům příležitost vyjádřit jejich názor

Obsah

10 nezávislých oblastí (spokojenost s prací, pracovním prostředím, komunikací, aktivitami, spokojenost s nadřízenými, rozvojem, ohodnocením jejich práce...)

2009 VÝSLEDKY:

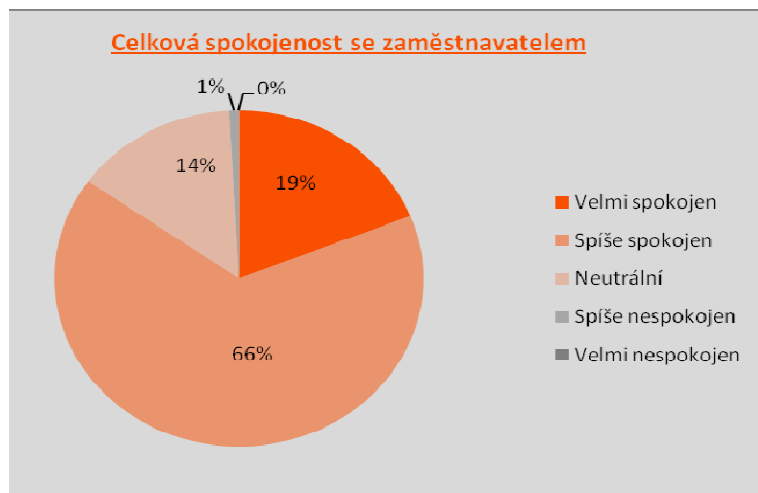
- Zaměstnanci si uvědomují prestiž svého zaměstnání
- Zaměstnanci oceňují odbornost a přístup nadřízených
- V době recese oceňují jistotu a stabilitu
- Průzkum prokázal velmi vysokou motivaci týmu jako celku
- Pracovníci POZ jsou velmi otevření a hledají řešení



CELKOVÁ SPOKOJENOST SE ZAMĚSTNAVATELEM

Rok 2008

- Spokojenost se zaměstnavatelem vyjádřilo **85 %** respondentů



- Nižší úroveň spokojenosti **78 %** byla zaznamenána v Zákaznických centrech

Rok 2009

- Spokojenost se zaměstnavatelem vyjádřilo **97 %** respondentů



- Nižší úroveň spokojenosti **94 %** byla zaznamenána v Zákaznických centrech



SPOKOJENÝ ZAMĚSTNANEC

Nasloucháme a motivujeme

- Průzkumy zaměstnanecké spokojenosti
- Vzdělávání zážitkem
- Společné konference celého úseku
- Pravidelný chat managementu se zamě
- Workshopy
- Výměnné stáže
- Zapojení zaměstnanců do projektů
- Soutěže
- Program kariérního růstu

HLEDEJTE V SOBĚ



29.9. - 2.10. 2008







KVALITA

**NÁSTROJE PRO
VYHLEDÁVÁNÍ
PŘÍLEŽITOSTÍ KE
ZLEPŠENÍ**

PRO CALL CENTRUM
ZÁKAZNICKÁ CENTRA A
SMLUVNÍ PARTNERY

**JASNĚ STANOVENÁ
PRAVIDLA
SLEDOVÁNÍ KVALITY
PRO VŠECHNY TYPY
INTERAKCÍ**

PRAVIDELNOST, ČETNOST,
KALIBRACE,

**VYBUDOVÁNÍ
ODDĚLENÍ KVALITA**

POSKYTOVÁNÍ VÝSLEDKŮ
NEZÁVISLÉHO SLEDOVÁNÍ
KVALITY A PODPORA
MANAŽERŮM PRO
DOSAHOVÁNÍ CÍLŮ

ZVÝŠENÍ KVALITY



KVALITA

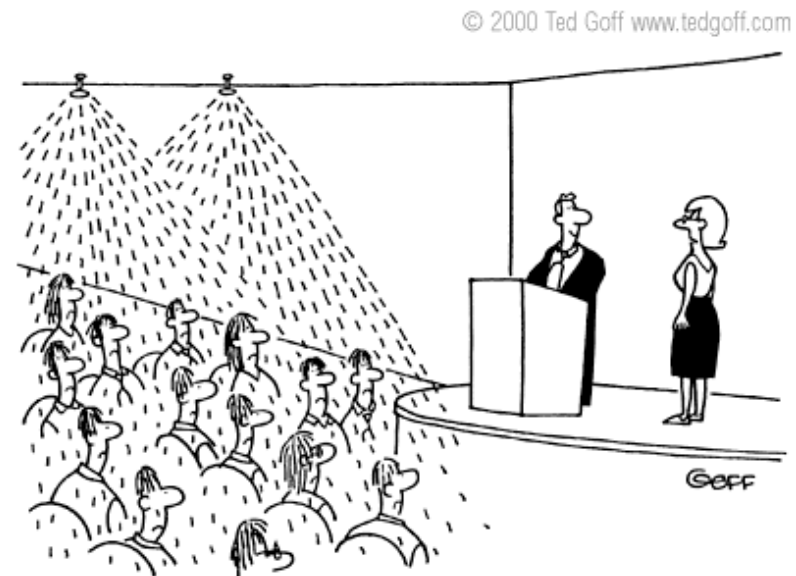
- Intranet- dostupnost dokumentů
- Znalostní testy
- Denní informace - 3 základní části:
 - operativní informace (provozní výjimky)
 - změny a úpravy procesů
 - refresh znalostí
- Infobalíky a školení rozšířené o zpětnou vazbu od obsluhy
- Kontrola chybovosti – reporty chyb, oprávněné reklamace a stížnosti
- Reporting – sledování parametrů kvality – SUK (sdružený ukazatel kvality)





Školení – zpětná vazba

- Ke každému školení kaskádou je vytvořeno diskusní fórum na intranetu pro operativní řešení dotazů a připomínek
- Školení Kaskáda – školí manažeri a SPV
- Pilotní školení před kaskádou – prodloužen termín na úpravu procesů po pilotu
- Aktivní získávání zpětné vazby při násleších na CC/ZC/SP



"You're not allowed to use the sprinkler system to keep your audience awake."



Nejlepším benchmarkem je ocenění na mezinárodním fóru



European Contact Center Award Judge Visit 2009

Sepsání
zakládací
listiny



OTÁZKY?

