



## مرکز تماس چیست؟ ۱۰ نکته مهم که باید بدانید

در مطالب قبلی به سراغ مفاهیمی همچون بازاریابی تلفنی و اصول مهم این رشته رفته‌ایم. با در نظر گرفتن نیاز مهم سازمان‌ها و شرکت‌ها به راه اندازی یک مرکز تماس مناسب، در این مقاله با هم می‌خوانیم که مرکز تماس چیست و چگونه کار می‌کند. با راه‌مدیران همراه باشید.

## مرکز تماس چیست؟

ابتدا اجازه دهید به این سوال پاسخ دهیم که «مرکز تماس چیست؟». مرکز تماس، بخش یا دفتری است که در آن تماس‌های تلفنی ورودی و خروجی مشتریان جدید و فعلی توسط تیمی از



مشاوران و کارشناسان تماس، رسیدگی می‌شود.

شرکت‌های سنتی بسیاری به دلایل زیر یک مرکز تماس دارند:

- ارائه پشتیبانی به مشتریان

- رسیدگی به سوالات آنها

- انجام بازاریابی تلفنی

- انجام تحقیقات بازار

با این حال، هر یک از این عملکردها در چند سال گذشته توسعه زیادی یافته‌اند که منجر به ظهور مرکز تماس‌های امروزی شده است.

## تفاوت بین مرکز تماس سنتی و مرکز تماس مدرن چیست؟

تفاوت مرکز تماس سنتی با مرکز تماس مدرن در این است که به طور سنتی فقط با تماس‌های صوتی سروکار دارید. به محض اینکه مرکز تماس شما درخواست‌هایی را از کانال تماس دیگری - خواه ایمیل، چت زنده، پیام‌رسانی و غیره - انجام دهد، به مرکز تماس مدرن تبدیل می‌شود.

با این حال، در حالی که از نظر فنی این مورد صادق است و تقریباً همه سازمان‌ها اکنون به سوالات مشتریان از طریق ایمیل و تلفن



رسیدگی می‌کنند، صنعت هنوز از برچسب مرکز تماس سنتی چشم‌پوشی نکرده است. بنابراین اصطلاح "مرکز تماس" اغلب به جای هر دو استفاده می‌شوند.

این فقط یک انتخاب نام برای مرکز تماس نیست، برخی از سازمان‌ها از اصطلاحات دیگری نیز استفاده می‌کنند. اینها می‌تواند شامل مرکز تجربه مشتری، مراقبت از مشتری و غیره باشد.

## مراکز تماس مجازی کدامند؟

در حالی که تصور می‌شود مشاوران در محیط‌های شلوغ و پر سر و صدا کار می‌کنند، مراکز تماس نه تنها از نظر اندازه بلکه از نظر راه‌اندازی و فیزیکی نیز در طول زمان انعطاف‌پذیرتر شده‌اند. این روند منجر به ظهور مراکز تماس مجازی شده است که از مشاوران فردی که در خانه کار می‌کنند تا گروه‌های کوچکتری از مشاوران در دفاتر شعب ساکت و خلوت کار می‌کنند.

امروزه همه کارکنان در خانه یا سرپرستان شعبه در اداره، از فناوری ابری استفاده می‌کنند. یعنی به نوعی به عنوان یک مرکز تماس بزرگ عمل می‌کنند؛ اما از چندین مکان مختلف. کار در خانه یا دورکاری به ویژه بعد از شیوع کرونا در سراسر دنیا محبوب‌تر شده است. با مزایایی مانند شامل جذب جمعیت جدیدی از مشاوران از راه دور، که باعث ایجاد تعادل بهتر بین کار و زندگی و افزایش بهره‌وری



می‌شود.

علاوه بر این، داده‌هایی که توسط مراکز تماس ذخیره می‌شوند روز به روز با ارزش خواهند شد. سازمان‌ها از این اطلاعات برای شخصی‌سازی خدمات و ردیابی سفر هر مشتری (User journey) استفاده می‌کنند تا بتوانند بهترین تجربه ممکن را ارائه دهند.

## مراکز تماس چگونه عملکرد را اندازه‌گیری می‌کنند؟

معیارهای خاصی وجود دارد که می‌توان از آنها برای اندازه‌گیری کیفیت عملکرد مرکز تماس و سطح خدمات مشتری استفاده کرد. به طور کلی معیارهای مرکز تماس اغلب به سه دسته تقسیم می‌شوند:

تاریخی - این موارد، نشانه‌ای از عملکرد مرکز تماس در گذشته است که به تیم کمک می‌کند تا بهتر برای آینده پیش‌بینی و برنامه‌ریزی نماید. به عنوان مثال، تعداد تماس‌های انجام شده، دقت پیش‌بینی و میانگین زمان رسیدگی به آنها.

در لحظه - سنجشی در مورد تقاضای فعلی مرکز تماس، که این امکان را می‌دهد تا سیستم، با مدیریت بهتر در لحظه با انواع تقاضاها کنار بیاید. به عنوان مثال سطح خدمات، زمان انتظار و در دسترس بودن مشاوران در لحظه به ازای تعداد مشتری در انتظار.



مشتری مداری - سنجش اثربخشی تعاملات بین مشتری و مشاور در مرکز تماس، به ویژه از نظر کیفی؛ به عنوان مثال، رضایت مشتری، امتیازات کیفی و وضوح تماس.

## مراکز تماس از چه فناوری‌هایی استفاده می‌کنند؟

به طور سنتی، مراکز تماس از چند فناوری استفاده می‌کنند که برای عملکرد آنها ضروری است. این موارد شامل یک سیستم **ACD**، یک تلفن گویا و هدست است. با این حال، از آنجایی که خدمات مشتری به یک تمایز رقابتی بین سازمان‌های مختلف تبدیل شده، فناوری‌های نوآورانه‌تری نیز ظهور کرده‌اند.





بسیاری از این فن‌آوری‌ها بر اساس عملکرد مشاوران برتر برای بهبود خدمات مشتری طراحی شده‌اند. این موارد شامل پایگاه دانش، صفحه دسکتاپ هوشمند و صفحه نمایش است. همچنین فن‌آوری‌هایی وجود دارد که برای کاهش حجم تماس‌ها و در نتیجه بهبود کارایی طراحی شده‌اند؛ از جمله سیستم‌های مدیریت نیروی کار (WFM)، ربات‌های گفتگو و اتوماسیون فرآیند که در نرم افزارهای CRM ارائه می‌شوند.

اما این همه چیز نیست. با بزرگ‌تر شدن نقش مرکز تماس در تجربه کلی مشتری، فناوری‌هایی مانند تجزیه و تحلیل گفتار، راه‌حل‌های بازخورد مشتری و پیام‌رسانی فعال راه خود را به این صنعت فعال باز کرده‌اند.

## **نکاتی که باید بدانید تا یک مرکز تماس عالی داشته باشید**

تا اینجا بعضی از اصول اولیه را مورد بحث قرار داده‌ایم اما در این قسمت به طور خاص ده مورد وجود دارد که دانستن آنها برای هر بازاریاب تلفنی‌ای واقعاً مفید است. البته اگر به دنبال شغلی در صنعت مرکز تماس هستید.



## پرسنل حدود ۷۰ درصد از هزینه‌های عملیاتی را تشکیل می‌دهند

پرسنل مرکز تماس دارای کلیدی یک سازمان است. این پرسنل تأثیر مستقیم و واقعی بر مشتری دارند، حتی بیشتر از فناوری یا فرآیندها. سرمایه‌گذاری روی پرسنل مناسب با آموزش صحیح، نتایج درستی را به همراه خواهد داشت، اما متأسفانه بسیاری از سازمان‌ها اینطور به قضیه نگاه نمی‌کنند.

نبود فرصتی برای پیشرفت به این دلیل است که مرکز تماس ساختارهای بسیار مسطحی دارد و نقش‌ها به صورت طبقاتی تقسیم نشده‌اند. با این حال، تعدادی نقش دیگر در مرکز تماس وجود دارد که البته اغلب به مهارت خاصی هم نیاز دارند، در لیست زیر چند موقعیت وجود دارد که ممکن است درباره آنها چیزی شنیده باشید:

- مدیر عملیات
- مدیر برنامه ریزی منابع
- مربی خدمات مشتری
- تحلیلگر کیفیت
- منابع انسانی



## مردم چالش برانگیز هستند

در جایی که گروه‌های زیادی از افراد با هم کار می‌کنند، مدیریت پیچیده‌تر می‌شود و شما با مشکلاتی روبرو خواهید شد. این چالش‌ها مدیریت مرکز را به ویژه زمانی دشوار می‌کند که مدیران باید منابع خود را در برابر حجم تماس‌های پیش‌بینی‌نشده برنامه‌ریزی کنند. اگر مرکز به هر دلیلی کمبود منابع داشته باشد، صف‌های انتظار تشکیل می‌شود، مشتریان ناراضی شده و کارشناسان تماس تحت فشار بیشتری قرار می‌گیرند.

بنابراین اگر برای مرکز تماسی کار می‌کنید که فکر می‌کنید منابع آن کم است، مهم است که بدانید چگونه با مشتریان خشمگین به درستی برخورد نموده تا زودتر قضیه تمام شود و وقت زیادی را تلف نکنید.

## شلوغ‌ترین روز هفته را در نظر بگیرید

هر کسب و کاری یک روز شلوغ دارد. ممکن است آخر هفته باشد و یا در اوایل هفته. این زمان بستگی به نوع محصول و کسب و کار مربوطه دارد. همچنین، اگر مرکز تماس در تعطیلات آخر هفته بسته باشد، حجم تماس‌های شنبه‌ها می‌تواند حتی بیشتر هم شود. این واقعیت نیز که کارشناسان مراکز تماس اغلب غیبت را در روز شنبه بیش از هر روز دیگری گزارش می‌کنند، می‌تواند صبح شنبه در مرکز





تماس را چالش‌برانگیزتر کند.

## مشتریان بیشتر بین ساعت ۱۰ صبح تا ۱۲ ظهر تماس می‌گیرند!

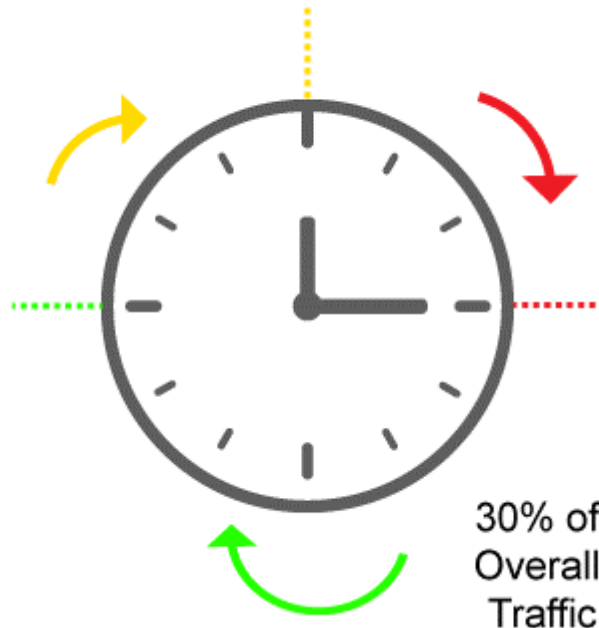
چرا؟ چون کسانی که تماس می‌گیرند وارد ساعت کاری خود شده‌اند و به کارهای روزمره خود سر و سامان داده‌اند؛ حالا تماس‌های شخصی خود را برقرار می‌کنند (مدیران معمولاً در این مدت به جلسات می‌روند). علاوه بر الگوهای روزانه، مراکز تماس باید از الگوهای عمومی در حجم تماس با نرخ ساعتی نیز اطلاع داشته باشند.

جالب است بدانید که به عنوان یک اصل کمتر شناخته شده، ۴۰٪ از تماس‌های ساعتی در ۱۵ دقیقه اول ساعت انجام می‌شود. در نیم ساعت بعدی، احتمالاً فقط ۳۰٪ از تماس‌های ساعتی خود را دریافت خواهید کرد، در حالی که ۳۰٪ نهایی در ربع پایانی یک ساعت به مرکز تماس می‌رسد. بنابراین، الگوی ساعتی در حجم تماس احتمالاً مانند زیر خواهد بود.



### The Hourly Rate a Call Centre Contact Volumes

30% of  
Overall  
Traffic



40% of  
Overall  
Traffic

30% of  
Overall  
Traffic

به ساعات تماس خود در مرکز تماس نگاهی بیندازید. احتمالاً شما هم این الگو را خواهید یافت.

## متاسفانه فناوری همیشه از کارشناس تماس در انجام کار پشتیبانی نمی‌کند

ممکن است فناوری‌های زیادی در یک مرکز تماس وجود داشته باشد؛ اما به دلایل مختلف به مشاور کمک نکند تا کار خود را به طور موثر انجام دهد. هر جزء فناوری ممکن است جدا از بقیه ساخته شود؛ بنابراین، مانند یک مخلوط کیک، وقتی همه مواد با هم ترکیب شوند ممکن است نتیجه یک کیک کامل نباشد. این مورد در بسیاری از مراکز تماسی که در کشورمان ایران بررسی کرده‌ایم



وجود دارد؛ تعدد نرم افزارهای فناورانه در مرکز تماس، باعث فلج شدن کارشناس مربوط در هنگام برقراری تماس می‌شود و حتی ممکن است نداند با کدام نرم افزار چه کاری را باید انجام دهد.

هرچه برقراری تماس یا پاسخ به تماس مشتری برای کارشناس آسان‌تر باشد، تجربه بهتری هم برای کارشناس و هم برای مشتری در هنگام نیاز به یافتن پاسخ خواهد داشت.

انتخاب نرم افزار جامع در خصوص مرکز تماس یکی از بزرگترین چالش‌های سازمانی است که توصیه می‌شود بدون مشاوره با یک فرد با تجربه هیچگاه خرید زودهنگام و پر ریسک انجام ندهید.

## **کارشناسان مرکز تماس، دهان و گوش شرکت هستند**

کارشناسان با مشتریان بیشتری در یک روز نسبت به سایر افراد در سازمان در یک سال صحبت می‌کنند. به همین خاطر می‌توانند به شما بگویند که مشتریان چه می‌خواهند، چه چیزی برای آنها مهم است و رقبا چه امتیازاتی بهشان می‌دهند.

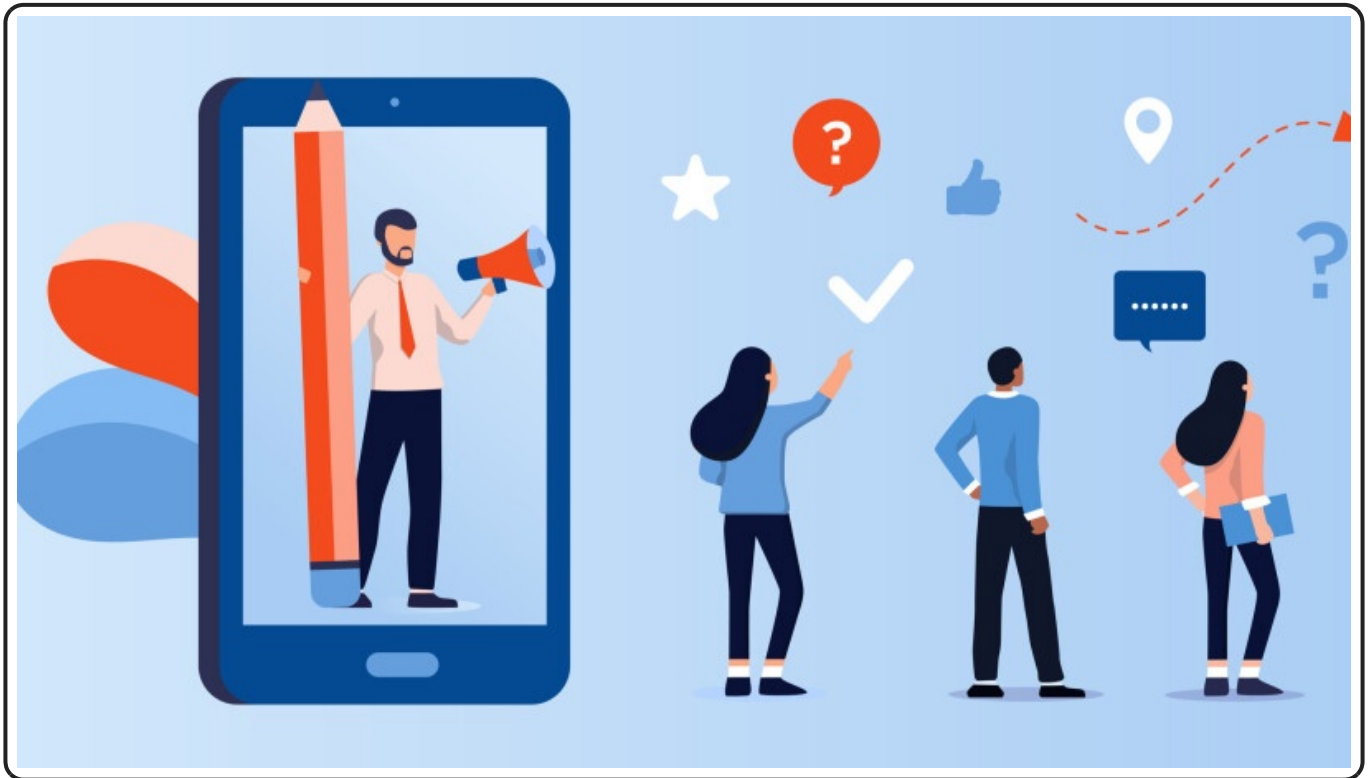
پس کارشناسان ابزار تحقیقاتی ارزشمندی هستند و می‌توانند ایده‌های زیادی در مورد اینکه چگونه کارها را بهتر انجام دهیم یا اینکه چه چیزی کارساز است یا نه، ارائه کنند.



بهترین مراکز تماس از کارشناسان خود به‌عنوان وسیله‌ای برای ارائه بازخورد به تمام بخش‌های سازمان استفاده می‌کنند؛ زیرا بخش‌های دیگر - مانند بازاریابی و تیم طراحی - این پتانسیل را دارند که ایده‌هایشان را از گوش دادن به نظرات کارشناسان و در نهایت مشتریان استخراج کنند.

## رهبران روند تجارت یک سازمان را هدایت می‌کنند

نقش رهبر تیم حیاتی است؛ مشروط بر اینکه شامل چیزی باشد که از یک رهبر انتظار می‌رود و آن هدایت تیم کارشناسانی است که مسئولیت آن را بر عهده دارند. رهبران تیم باید در کنار تیم خود حضور داشته باشند تا در طول روز به آنها پشتیبانی و مشاوره ارائه کنند. آنها همچنین باید مسئول مربیگری و توسعه تیم خود باشند زیرا در نهایت این کارشناسان هستند که خدمات را به مشتریان ارائه می‌دهند.



پس نقش رهبران در مرکز تماس چیست؟ در واقع رهبران تیم باید برای موارد زیر آماده باشند:

- اینکه گفتگوهای سختی در پیش رو داشته باشند
- با همه اعضای تیم یکسان رفتار کنند
- یک فرایند بازخورد تیمی ایجاد کند
- با هر یک از کارشناسان تیم شخصاً آشنا باشد

در ساختارهای مسطح (Flat) مراکز تماس، اغلب درگیر ایده سلسله مراتب می‌شویم. اما به یاد داشته باشید، نقش کلیدی یک رهبر افزایش حال خوب تیم است. پس در کنار موارد فنی و حرفه‌ای،



برای بهبود سلامت روان کارمندان نیز برنامه داشته باشید.

## بزرگترین منتقدان مراکز تماس، اغلب در داخل شرکت هستند

مراکز تماس هدف آسانی برای انتقاد هستند؛ زیرا اکثر مردم تجربه بدی از آن داشته‌اند! انتقاد از مرکز تماس و برجسته کردن مشکلات آن، دیگران را قادر می‌سازد تا توجه را از عملکرد خود منحرف کنند. تعداد کمی از افراد، پیچیدگی‌های مراکز تماس و مسائلی که باید مدیریت کنند را درک می‌کنند، به همین خاطر خواه ناخواه کال سنتر به یک هدف آسیب پذیر تبدیل می‌شود.

مهم‌تر از آن، مراکز تماس ممکن است حامی ارشد نداشته باشند و یا دور از دفتر مرکزی واقع شوند - این موضوع باعث می‌شود که بیش از هر حالت دیگری آسیب‌پذیر باشند. اما خبر خوب برای مرکز تماس چیست؟ نظرسنجی‌ها در سال ۲۰۲۱ نشان داد که این تصورات منفی از مرکز تماس در حال کاهش است. به طوری که ۲۱.۳٪ از متخصصان این حوزه معتقدند که مرکز تماس یک "محل سربار هزینه‌ای" است. این میزان از ۲۹.۴ درصد در سال ۲۰۱۹، حدود ۸ درصد کاهش یافته است.



## کلام آخر

مرکز تماس چیست؟ مراکز تماس مکان‌هایی هستند که در آن تماس‌های ورودی و خروجی توسط تیمی از مشاوران انجام می‌شود. در سال‌های اخیر، گرایش‌های مرکز تماس شامل موارد زیر بوده است: ظهور مراکز تماس مجازی، ارزش رو به رشد در داده‌های مشتری و بهبود فناوری‌هایی که در قلب عملیات قرار دارند. با وجود این حجم از اطلاعات ارزشمند که در چنین فضایی به دست می‌آید، منطقی است که هر چه سریع‌تر یک کال سنتر مجهز در سازمان خود راه‌اندازی کنید. اگر نمی‌دانید که این کار چگونه صورت می‌گیرد، کافیست با **مشاوره راه مدیران تماس بگیرید** تا شما را در این مسیر همراه کنیم.