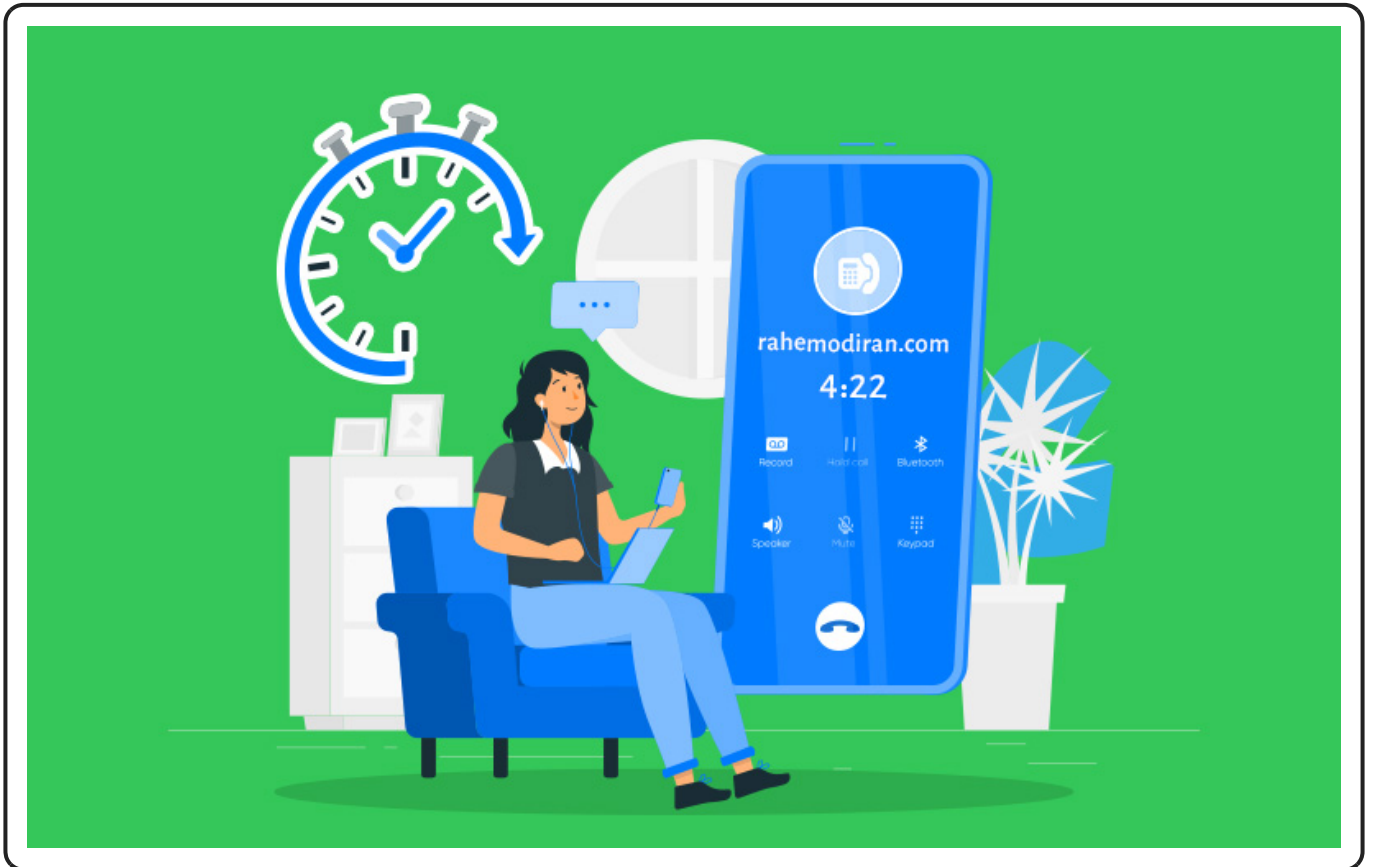




میانگین مدت زمان پاسخگویی به هر تماس چیست و چگونه می‌توان آن را کاهش داد؟

یکی از معیارهای مهم در خدمات مشتریان که می‌تواند میزان بهره‌وری کارشناسان فروش و کیفیت خدمات مشتریان را در مراکز تماس ارزیابی کند، میانگین مدت زمان پاسخگویی است. زمان یک فاکتور تعیین‌کننده در میزان رضایت مشتریان به حساب می‌آید و می‌تواند



عملکرد مرکز تماس شما را مشخص کند. برای اینکه با مفهوم میانگین مدت زمان پاسخگویی بیشتر آشنا شوید، با راه‌مدیران همراه باشید.

منظور از میانگین مدت زمان پاسخگویی چیست؟

AHT مخفف عبارت "Average Handle Time" یا "میانگین زمان پاسخگویی" است و در حوزه فروش و بازاریابی به میانگین زمانی اشاره دارد که یک کارشناس فروش یا بازاریابی برای پردازش یک تماس یا انجام یک تراکنش با یک مشتری صرف می‌کند. AHT یکی از معیارهای مهم کیفیت خدمات و کارایی در این حوزه‌هاست.

این معیار معمولاً شامل چندین عنصر می‌شود، از جمله:

۱. زمان مکالمه (Talk Time): زمان واقعی‌ای که نماینده فروش یا بازاریابی با مشتری در تماس تلفنی یا مکالمه مستقیم قرار دارد.
۲. زمان پس‌پردازش (After-Call Work): زمانی که پس از پایان مکالمه، نماینده برای انجام وظایف مرتبط با آن تماس (مانند ثبت اطلاعات در سیستم، آماده‌سازی گزارشات و ...) صرف می‌کند.
۳. زمان انتظار (Hold Time): زمانی که مشتری در حال انتظار برای مکالمه با نماینده است.

میانگین این سه مرحله به عنوان میانگین مدت زمان پاسخگویی هر



تماس محاسبه می‌شود و مدیران می‌توانند از این معیار برای ارزیابی کیفیت خدمات، بهبود بهره‌وری و بهبود فرآیندها استفاده کنند. افزایش AHT ممکن است نشان‌دهنده مشکلات در فرآیندها یا نیاز به آموزش بیشتر نمایندگان بازاریابی و فروش باشد.

چرا AHT یا میانگین مدت زمان پاسخگویی اهمیت دارد؟

رضایت مشتری: زمانی که یک مشتری با یک سازمان یا شرکت تماس می‌گیرد یا با آنها تعامل دارد، زمان پاسخگویی می‌تواند تأثیر زیادی بر رضایت او داشته باشد. مشتریان معمولاً تمایل دارند که سریعاً و به صورت مؤثر خدمات دریافت کنند.

بهبود تجربه مشتری: کاهش میانگین زمان پاسخگویی می‌تواند به بهبود تجربه مشتری کمک کند. زمان معقولی که یک مشتری در انتظار پاسخ به سوالات یا حل مشکلات خود باشد، نقش مهمی در ارتقاء کیفیت تجربه کاربری او ایفا می‌کند.

کارایی و بهره‌وری: مدیران می‌توانند با نظارت بر AHT بهره‌وری تیم‌ها و کارشناسان فروش را ارزیابی کنند. کاهش مدت زمان پاسخگویی می‌تواند بهبود عملکرد و کارایی تیم‌ها را نشان دهد.

مدیریت منابع: محاسبه و نظارت بر میانگین مدت زمان پاسخگویی



به مدیران امکان می‌دهد تا منابع و نیروهای خود را بهینه مدیریت کنند. اگر AHT بیش از حد زیاد شود، می‌تواند نشان‌دهنده نیاز به افزایش نیروها یا بهبود فرآیندها باشد.

پیش‌بینی ترافیک: مشاهده تغییرات در میانگین مدت زمان پاسخگویی ممکن است به سازمان‌ها کمک کند تا نیاز به تنظیم ترافیک و تخصیص منابع را پیش‌بینی کنند.

در کل، AHT یکی از ابزارهای مهم برای ارزیابی و بهبود عملکرد در حوزه‌های مختلف است و مدیران از آن به عنوان یک شاخص کلیدی برای ارتقاء خدمات و تجربه مشتری بهره می‌برند.

میانگین مدت زمان پاسخگویی خوب چقدر است؟

میانگین مدت زمان پاسخگویی که به عنوان "خوب" در نظر گرفته می‌شود، بسیار به حوزه کاری، نوع خدمات ارائه شده، و انتظارات مشتریان بستگی دارد. همچنین، استانداردها و توقعات در هر صنعت ممکن است متفاوت باشند. با این حال، تعدادی نکته کلی وجود دارد که ممکن است به عنوان معیارهای مفید برای ارزیابی میانگین مدت زمان پاسخگویی در نظر گرفته شوند:

نوع صنعت: در برخی صنایع مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات، انتظار مشتریان برای دریافت پاسخ سریع‌تر است. ممکن است در



این صنایع میانگین زمان پاسخگویی در حدود چند دقیقه یا حتی ثانیه مهم باشد. در حوزه‌های دیگر ممکن است زمان پاسخگویی بیشتر باشد.

نوع خدمات: نوع خدمات ارائه شده نیز تأثیر زیادی بر انتظارات مشتریان دارد. برای مثال، در پشتیبانی فنی یا خدمات اورژانسی، اهمیت زمان پاسخگویی بالاتر است.

کانال ارتباطی: نوع کانال ارتباطی نیز در این موضوع نقش دارد. در تماس‌های تلفنی ممکن است انتظارات از مدت زمان پاسخگویی متفاوت با تماس‌های از طریق ایمیل یا پیام‌های متنی باشد.



چگونه می‌توان میانگین مدت زمان پاسخگویی را کم



کرد؟

برای کاهش میانگین مدت زمان پاسخگویی (AHT) و بهبود عملکرد در این زمینه، می‌توانید از راهکارها و استراتژی‌های زیر استفاده کنید:

آموزش کارمندان: اطمینان حاصل کنید که کارشناسان فروش شما به خوبی با فرآیندها، سیستم‌ها، و اطلاعات مورد نیاز آشنا هستند. آموزش‌های به‌روز برای آنها در نظر بگیرید تا کارشناسان فروش با آخرین تغییرات و بهترین روش‌ها آشنا باشند. راه‌مدیران در این زمینه می‌تواند به شما کمک کند. دوره‌های آنلاین و کارگاه‌های حضوری فروش و بازاریابی راه‌مدیران سالانه صدها کارشناس و مدیر فروش را آموزش می‌دهد تا با آخرین ترفندها و تکنیک‌های این حوزه، مجهز شوند.

استفاده از فناوری: اتوماسیون فرآیندها و استفاده از سیستم‌های مدیریت مشتریان (CRM) می‌تواند کارها را سریع‌تر و بهینه‌تر کند. پیشنهاد می‌کنیم از راهکارهای هوش مصنوعی و بات‌ها برای ارائه پاسخ‌های سریع به سوالات مشتریان استفاده کنید.

تجزیه و تحلیل داده: تحلیل دقیق داده‌های AHT می‌تواند به شناخت دقیق‌تر نقاط ضعف و بهبودپذیری در فرآیندها کمک کند.



همچنین مانیتورینگ و ارزیابی مداوم عملکرد کارشناسان می‌تواند تا حد زیادی ایرادات کار را به شما نشان دهد.

تخصیص منابع بهینه: اطمینان حاصل کنید که تعداد کارشناسان فروش و منابع دیگر برای مدیریت ترافیک ورودی و پاسخ به نیازهای مشتریان کافی است. الگوریتم‌ها و تکنیک‌های پیش‌بینی می‌توانند به شناخت الگوهای ترافیک و تخصیص بهینه منابع کمک کنند.

ارتقاء ارتباطات داخلی: تسهیل ارتباطات میان دپارتمان‌ها و تیم‌ها می‌تواند به کاهش زمان پاسخگویی کمک کند.

مدیریت بهینه زمان تماس‌ها: از استراتژی‌هایی مانند تقسیم بندی برخی از تماس‌ها به نمایندگان مخصوص و با تجربه بیشتر برای کاهش زمان مکالمه استفاده کنید.

استفاده از بازخورد مشتریان: بازخوردهای مشتریان را به عنوان یک منبع ارزشمند برای بهبود فرآیندها و خدمات در نظر بگیرید.

هر کدام از این راهکارها می‌توانند به تنهایی یا در ترکیب با یکدیگر به بهبود میانگین مدت زمان پاسخگویی شما کمک کنند. اگر برای محاسبه معیار AHT نیاز به مشاوره دارید یا می‌خواهید برای بهبود عملکرد مرکز تماس خود از متخصصین این حوزه کمک بگیرید، می‌توانید از طریق منوهای سایت برای اخذ وقت مشاوره از راه



مدیران اقدام نمایند.

چه چیزی باعث می‌شود میانگین مدت زمان پاسخگویی بالا برود؟

۱. تاثیر مدت زمان جستجوی طولانی میانگین مدت زمان پاسخگویی

یکی از عوامل اصلی که می‌تواند باعث افزایش AHT شود، مدت زمان جستجوی طولانی است. اگر کارشناسان برای یافتن اطلاعات یا پاسخ‌های مورد نیاز خود زمان زیادی صرف کنند، AHT افزایش می‌یابد. این امر می‌تواند به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات مناسب، یا عدم دانش کافی کارشناسان باشد.

برای کاهش مدت زمان جستجوی طولانی، می‌توان اقدامات زیر را انجام داد:

- اطمینان از دسترسی کارشناسان به اطلاعات مناسب و به‌روز
- آموزش کارشناسان در مورد نحوه استفاده از منابع اطلاعاتی
- ایجاد فرآیندهای کارآمد برای یافتن اطلاعات

۲. سوالات نامرتب و افزایش میانگین مدت زمان



پاسخگویی

اگر کارشناسان وقت خود را صرف پاسخگویی به سوالاتی کنند که مرتبط با موضوع تماس نیستند، باعث می‌شود فرایند رسیدگی به مشکل اصلی مشتریان طولانی شود. این مورد هم بر تجربه مشتری تاثیر منفی می‌گذارد هم میانگین مدت زمان پاسخگویی را افزایش خواهد داد.

این راهکارها شاید برای رفع این مشکل موثر باشند:

- آموزش کارشناسان در مورد نحوه شناسایی و پاسخگویی به سوالات مرتبط
- ایجاد فرآیندهای کارآمد برای هدایت مشتریان به منابع مناسب

۳. مشکلات توضیحات طولانی و اثرش میانگین مدت زمان پاسخگویی

وقتی کارشناسان فروش مدام درگیر توضیح دادن دستورالعمل‌ها به مشتریان باشند خصوصاً وقتی مشکلات فنی وجود دارد، میانگین مدت زمان پاسخگویی به طرز چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد.

برای کاهش طول توضیحات، به نکات زیر توجه کنید:

- آموزش کارشناسان در مورد نحوه ارائه توضیحات مختصر و مفید



• ایجاد فرآیندهای کارآمد برای جمع‌بندی مکالمات

۴. راه‌های غیرموثر برای ارزیابی AHT

ارزیابی میانگین مدت زمان پاسخگویی صرفاً با در نظر گرفتن متریک‌های زمانی کافی نیست. کیفیت پشتیبانی مشتریان و اطلاعاتی که برای کمک به مشتریان استفاده می‌شوند هم باید برای به دست آوردن میانگین مدت زمان پاسخگویی باید در نظر گرفته شوند.

به طور کلی این نکات بسیار مهم هستند:

- استفاده از روش‌های استاندارد برای محاسبه AHT
- در نظر گرفتن عواملی مانند پیچیدگی تماس و نوع درخواست مشتری

۵. کارشناسان تربیت نشده

نیروهای غیرمسلط بیشتر از هرچیز می‌توانند میانگین مدت زمان پاسخگویی به مشتریان را افزایش دهند. چرا که بایستی برای هر سوال زمان زیادی صرف کنند تا با جستجو در پایگاه داده‌ها به نتیجه برسند. برای پیشگیری از این اتفاق این اقدامات را در نظر بگیرید:

• ارائه آموزش‌های جامع و باکیفیت به کارشناسان



• ایجاد فرآیندهای ارزیابی و نظارت بر عملکرد کارشناسان

چگونه می‌توان میانگین مدت زمان پاسخگویی را کم کرد؟

۱. یک پایگاه دانش مفهومی بسازید

یک پایگاه دانش مفهومی یک منبع اطلاعاتی جامع و به‌روز است که به کارشناسان مرکز تماس کمک می‌کند تا اطلاعات مورد نیاز خود را به سرعت و به راحتی پیدا کنند. این پایگاه دانش باید شامل اطلاعات مربوط به محصولات، خدمات، سیاست‌ها، فرآیندها و سایر موضوعات مرتبط باشد. ایجاد یک پایگاه دانش مفهومی می‌تواند به کاهش مدت زمان جستجوی اطلاعات توسط کارشناسان کمک کند و در نتیجه میانگین مدت زمان پاسخگویی را کاهش دهد.

به عنوان مثال، یک پایگاه دانش مفهومی می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- جزئیات محصولات و خدمات، مانند مشخصات، ویژگی‌ها، قیمت‌ها و نحوه استفاده
- سیاست‌ها و فرآیندهای شرکت، مانند سیاست‌های بازگشت، فرآیندهای سفارش و فرآیندهای عیب‌یابی
- سؤالات متداول و پاسخ‌های آنها



• منابع آموزشی، مانند فیلم‌ها، راهنماها و مقالات

۲. کارشناسان فروش را با یک جریان کاری ذاتی تجهیز کنید تا فرایند کاری میانگین مدت زمان پاسخگویی کم و سرعت بخشد

یک جریان کاری ذاتی یک مجموعه از مراحل مشخص است که باید برای تکمیل یک کار دنبال شود. تجهیز کارشناسان فروش با یک جریان کاری ذاتی می‌تواند به آنها کمک کند تا فرایند کاری را به طور کارآمدتری دنبال کنند و در نتیجه AHT را کاهش دهند. جریان کاری ذاتی باید به گونه‌ای طراحی شود که ساده و کارآمد باشد و نیازهای خاص مرکز تماس را برآورده کند. به عنوان مثال، یک جریان کاری ذاتی برای پاسخگویی به یک سؤال ساده مشتری ممکن است شامل موارد زیر باشد:

۱. سلام و احوالپرسی
۲. گوش دادن به سؤال مشتری
۳. یافتن پاسخ در پایگاه دانش
۴. ارائه پاسخ به مشتری
۵. تأیید رضایت مشتری

وقتی کارشناسان تلفنی بدانند که مرحله بعدی چیست یا چه سوالی از مشتری در این مقطع باید پرسیده شود، اعتماد به نفس پیدا



می‌کنند و می‌توانند با کیفیت بالاتری پاسخگوی مشتریان باشند.

۳. از راهنماهای تصویری برای خدمات مشتریان بهینه استفاده کنید

مشکلات پیچیده مشتریان زمان بیشتری می‌برند تا حل شوند. راهنماهای تصویری می‌توانند ارتباط کارشناسان با مشتریان را آسان‌تر کنند. این ابزارها سردرگمی‌های احتمالی را از بین برده و با بهتر کردن تعامل بین کارشناس تماس تلفنی و مشتری نرخ میانگین مدت زمان پاسخگویی را کاهش می‌دهند. توجه داشته باشید که راهنماهای تصویری باید واضح، مختصر و به‌روز باشند.

۴. عملکرد کارشناسان را مانیتور کنید تا فرایندهای کسب و کار را بهینه نمایید

مانیتور کردن عملکرد کارشناسان می‌تواند به شناسایی فرصت‌های بهبود فرایندهای کسب‌وکار کمک کند. با نظارت بر زمان پاسخگویی، رضایت مشتری و سایر معیارهای کلیدی عملکرد، می‌توان قسمت‌هایی را که می‌توان برای بهبود AHT بهبود بخشید، شناسایی کرد. مدیریت مرکز تماس باید از ابزارهای تحلیلی برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های عملکرد استفاده کند. به عنوان مثال، یک مرکز تماس ممکن است از ابزارهای تحلیلی برای شناسایی موارد زیر استفاده کند:



- کارشناسانی که زمان بیشتری را صرف جستجوی اطلاعات می‌کنند
- تماس‌هایی که مدت زمان طولانی‌تری طول می‌کشند
- تماس‌هایی که رضایت مشتری پایینی دارند

۵. بهبود آموزش کارشناسان

کارشناسان فروش باید آموزش‌های جامع و باکیفیت دریافت کنند تا بتوانند به طور موثر به مشتریان پاسخ دهند. آموزش مداوم کارشناسان می‌تواند به آنها کمک کند تا دانش و مهارت‌های لازم برای پاسخگویی به سوالات و حل مشکلات مشتریان را به دست آورند. البته این آموزش‌ها باید بر اساس نیازهای خاص مرکز تماس و محصولات و خدمات شرکت طراحی شود. ما در راه‌مدیران کنار شما هستیم تا این بخش از فرایند بهبود عملکرد مرکز تماس یا کسب و کار شما را به عهده بگیریم. برای گرفتن وقت مشاوره می‌توانید از طریق صفحه **خدمات مشاوره** سایت **راه‌مدیران** اقدام کنید یا برای شرکت در **دوره‌های تخصصی فروش و بازاریابی تلفنی** اینجا کلیک کنید.

کلام آخر برای کاهش میانگین مدت زمان پاسخگویی

با اینکه کاهش میانگین مدت زمان پاسخگویی به مشتریان امر



مهمی است، اما تضمین کیفیت خدمات مشتری نیز اهمیتی بالا دارد. برخی از کارشناسان فروش ممکن است برای بستن سریع‌تر تیکت‌ها، عجله در انجام مراحل عیب‌یابی یا کوتاه کردن کارها برای صرفه‌جویی در وقت، اشتیاق بیش از حد نشان دهند. این امر اغلب منجر به بروز اشتباه شده و در نهایت هزینه بیشتری را برای آنها به همراه دارد. همچنین به جای تشویق کارشناسان فروش به ارائه سریع‌ترین پشتیبانی ممکن، بهتر است بر ارائه پشتیبانی مؤثرتر تمرکز کنیم و سپس میانگین مدت زمان پاسخگویی به مشتریان به خودی خود بهبود خواهد یافت.

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/type]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width]



لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]