

Selectietraject van een call-centerpakket

In het meinumnummer van Call Center Magazine behandelde Paul Kok vier call-centerconcepten die het makkelijker maken om een eerste selectie uit het grote aantal call-centerpakketten te maken. De volgende vraag die dan bij een onderneming rijst is welke criteria een rol spelen bij de selectie van een business applicatie. In dit artikel wordt dieper ingegaan op het selectietraject dat daarna doorlopen moet worden om uiteindelijk de juiste keuze te maken. Als uitgangspunt wordt het call center genomen, dat ingezet wordt als contactplatform tussen de klant en de onderneming. Selectie van pakketten die ingezet worden bij technische helpdesks en gebruikt worden als trouble ticket systemen (voor de registratie en voortgangsbewaking van incidents en problemen) vallen buiten de scope van dit artikel.

door Marion V. van den Brink

ENIGE HOOFDOELEN

Scriptingtool

Functionaliteit: Op dit moment wordt een dergelijke applicatie vooral ingezet om de gespreksdialog mee te ondersteunen. Telemarketingorganisaties die voor een groot aantal verschillende klanten diverse campagnes hebben, gebruiken het hier vaak voor. Ook organisaties die een aantal concrete gegevens nodig hebben van een klant alvorens ze gericht een antwoord kunnen

geven, zijn gebaat bij een goede dialoogondersteuning. Met name banken en verzekeringsmaatschappijen hebben bij het verstrekken van een lening of een uitkering van een schadelijke een aantal gegevens nodig om uiteindelijk de juiste berekening of beoordeling te kunnen maken. Regelmatig zal het script aangepast moeten worden.

Organisatie: Als scripting een hoofddoel is dan is het belangrijk dat het bouwen van de verschillende scripts gebeuren, het liefst door mensen die nauw betrokken zijn bij het call center. Veel organisaties willen niet permanent afhankelijk zijn van de diensten van de pakketleverancier en leiden hun eigen mensen op in het pro-

grammeren van de scripts. Randvoorwaarde is wel dat daarna deze mensen ook full-time beschikbaar zijn om ingezet te worden voor het call center, zodat er snel aanpassingen gedaan kunnen worden indien veranderende omstandigheden dit eisen. Meestal bestaat het applicatieteam uit een IT'er en een gebruiker. De IT'er programmeert en de gebruiker vertaalt de wensen van de werkvloer in concrete programmeeraanvragen. De IT'er doet de technische tests, de gebruiker de functionele tests.

Schil of gebruikersinterface

Functionaliteit: Tijdens het telefonische contact met de klant moet de agent vaak gegevens hebben uit diverse databases die al in de onderneming aanwezig zijn. Vaak kan men deze raadplegen via een Alt-Tab functie. Nadeel hiervan is dat de agent bekend moet zijn met de manier van benaderen van de diverse databases en vaak te maken krijgt met allerlei, vaak gebruiksonvriendelijke interfaces. Het call-centerpakket wordt bij deze situaties vaak als een 'schil' om de diverse databases gebouwd. De gebruiker werkt dan nog vanuit één applicatie en kan alle benodigde gegevens uit de diverse onderliggende systemen op een scherm naar boven halen.

Organisatie: Als dit het hoofddoel is dan is het belangrijk dat er makkelijk koppelingen tot stand kun-

Selectiecriteria voor een call-centerpakket

	Pakket 1	Pakket 2	Pakket 3
Techniek			
CTI	++	+-	--
Koppelingen database	++	+	+
Koppeling Internet	-	-	+
Flexibiliteit opbouw database	++	+	+
Contacthistorie	+	+-	+
Agenderingsfunctie	+	+	++
Workflow	+	+-	++
Rapportages	-	+	++
Predictive dialing	-	-	+
Call blending	-	-	+
Bouwen scripts	++	+	+-
Nederlandstalig	+	+	-
Gebruiker / management			
Look & Feel	++	+	+
Weergave rapportage	+	--	+-
Monitoring	+	+	+
Aanpassen scripts	++	+	+-
Fulfillment (fax / tekstverwerker)	+-	-	+
(automatische) Agendering	+	+	++
Gebruikersvriendelijkheid	++	+	+-
Leverbaar binnen x maanden	+-	+	++
Leverancier			
Organisatie	+-	++	+
Capaciteit in Nederland	++	++	--
Visie	+	+	+-
Meedenken	+	+	+
Service en support	+	++	+-
Nakomen van afspraken	+-	+	+-
Samenwerking met system integrator	+	--	++
Installed base in Nederland	++	+	--
Bezoek referentiesites	+	+-	+-

nen komen tussen het pakket en de onderliggende databases. Vaak is dit een eerste stap naar de bouw van een algemene database waarin alle gegevens van de klant bij elkaar opgenomen zijn. Behalve goede koppelmogelijkheden moet er tevens op gelet worden dat deze manier van benaderen van de database niet ten koste gaat van de performance in het call center. Een

schermwisseling mag niet langer duren dan een onderdeel van een seconde omdat zowel de dialoog met de klant als de invoer van gegevens in het systeem soepel en tegelijkertijd moeten kunnen verlopen. Zodra de performance van het systeem hierbij achter blijft zal een operator eerst de gegevens op papier opschrijven en na het afsluiten van de call de gegevens gaan invoeren in de

database. Gevolg van deze manier van werken is dat de totale afhandeltijd van de call zal verdubbelen en het service level dramatisch zal zakken. Daarnaast kan de call-centerapplicatie door middel van Computer Telephone Integration gekoppeld worden aan de telefooncentrale waardoor een call te samen met de klantgegevens doorgegeven kan worden aan een operator. Deze

manier van werken vermindert de lengte van de call (de klant hoeft niet weer zijn/haar klantgegevens door te geven aan de operator) en verhoogt de klantvriendelijkheid (men kan de klant meteen aanspreken met zijn/haar naam).

Marketing- en managementsinformatiesysteem.

Functionaliteit: Het komt regelmatig voor dat een bestaande database geen ruimte biedt om extra gegevens over de klant op te slaan. Daarnaast zijn er vaak gegevens opgeslagen in systemen waarmee moeilijke analyses gemaakt kunnen worden. Op dat moment kan een call-centerpakket dienen voor het opslaan van nieuwe gegevens in een aparte database. Dit kunnen specifieke gegevens over de klant zijn, over de inhoud van het gesprek of over vervolgcacties (agendafunctie). Daarnaast geeft het de mogelijkheid om een klanthistorie op te bouwen aan de hand van de gevoerde gesprekken. Op het moment dat de klant belt krijgt men meteen een volledig overzicht van de laatste klantcontacten, aankopen enzovoort. Een tweede mogelijkheid is om met behulp van het pakket te registreren wat voor een soort calls er op de afdeling terecht komen en hoe lang deze telefoongesprekken duren. Een rapportage uit de ACD geeft meestal wel inzicht in het aantal calls, het aantal wachtenden en de lengte van de calls, maar geeft geen inzicht in de inhoud van de telefoongesprekken.

Organisatie: Een van de mogelijkheden om hier inzicht in te krijgen is door de klanten eerst via voice response het onderwerp van



Marion V. van den Brink is consultant Callcenters & CTI bij Origin.

gesprek te laten kiezen. Veel organisaties kiezen liever voor een live-opvang door human operators. Op dat moment geeft de operator aan in het systeem wat de diverse onderwerpen van gesprek zijn geweest. Het inzicht in de aard van de call kan heel belangrijk zijn om te bepalen wat de kennis en opleiding van de verschillende operators op de afdeling moeten zijn. Voor met name telemarketingorganisaties is het handig om na elke campagne inzicht te hebben in het resultaat van de actie, het aantal verkopen die er gepleegd zijn, de verstuurde informatie-aanvragen enzovoort. Als dit een van de hoofddoelen is, dan is het van belang om te bekijken in hoeverre het call-centerpakket deze mogelijkheden standaard in zich heeft. Vaak kan het pakket uitgebreid worden met een extra module die deze functionaliteit wel heeft. Daarnaast is het van belang om te bekijken op welke manier de gegevens gepresenteerd worden. Een standaard ACD-rapportage is immers ook alleen na enige bestudering te begrijpen en wordt daarom vaak weer in een spreadsheet 'geklopt' om een leesbare en begrijpelijke rapportage te krijgen. Rapportages die moeilijk leesbaar zijn worden in de praktijk niet gebruikt, zodat het hebben van alleen *makkelijk* leesbare rapportages een extra investering waard is.

BIJKOMENDE FUNCTIONALITEIT

Workflow en agenderingsfunctie

Een call-centerpakket wordt vaak ook gebruikt om transacties in werking te zetten. Koppelingen met tekstverwerkers en faxen kunnen het werk in de back-office verge-

makkelijken. Daarnaast kan het terugbelafspraken vastleggen en deze zo nodig actief laten 'oppoppen' op het scherm. Deze functionaliteit stelt ook vaak een 'to do' list samen, die men 's morgens na het inloggen meteen op het scherm krijgt.

SELECTIECRITERIA

Wat zijn nu de selectiecriteria waar men rekening mee moet houden? Globaal zijn er een tiental te onderscheiden, afhankelijk van de hoofddoelen die men voor ogen heeft.

1. Mogelijkheid van CTI;
2. Koppelingen met achterliggende databases en systemen;
3. Look & feel, ook wel Graphical User Interface genoemd;
4. Windows-georiënteerd;
5. Uitbreidbaarheid van 1 tot 100 of meer werkplekken;
6. Managementrapportages;
7. Gebruiksvriendelijkheid bij bouwen van nieuwe scripts;
8. Gebruiksvriendelijkheid voor de operator;
9. Workflow en agenderingsfunctie;
10. Pakket moet al op meerdere plaatsen geïnstalleerd zijn (zogenaamde installed base) bij voorkeur in Nederland;
11. De kennis, support en het inlevingsvermogen van de leverancier, al dan niet in samenwerking met een system integrator;
12. Prijs, licentiekosten.

Als checklist kan de tabel op pagina 21 enige houvast bieden.

In deze tabel kunt u zien dat bij pakket 3 de ervaring van de leverancier in Nederland (nog) niet zo groot is. Hij heeft echter een goede

samenwerking met een (Nederlandse) system integrator. Op dat moment moet er bekeken worden of dat voldoende is. Anders kan het een wezenlijk struikelblok vormen, ook al is het een goed pakket. Vaak spelen andere, wat meer irrationele zaken ook een rol in het keuzeproces van het pakket of de leverancier.

- Hoe klikt het met de vertegenwoordigers van het pakket (zowel leverancier als de system integrator);
- Hoe zat de presentatie in elkaar, standaard of afgestemd op de vraag, goed voorbereid;
- Aanbeveling van een collega uit een andere branche;
- Relatie met een van de leden van het hogere management (of Raad van Bestuur).

In de praktijk werkt het niet zo dat het een kwestie is van optellen en aftrekken van plussen en minnen. Afhankelijk van de functionaliteit die het call-centerpakket moet hebben, zal het ene punt zwaarder wegen dan het andere. De prijs staat expres niet op het lijstje omdat men meestal een pakket in een bepaalde prijsrange zoekt, en het erg moeilijk is om exact te bepalen wat nu de kale prijs is van een pakket. Bij het ene pakket zit de managementrapportage er al in, bij het andere is dit een aparte module die men erbij kan aanschaffen.

DE MENSEN

Welke mensen kan men het best betrekken bij de selectie van een call-centerpakket? Bij deze vraag wordt te weinig stilgestaan. Vaak wordt het uitgezocht door enige IT-specialisten. Het komt ook voor dat het

management zich hierin gaat verdiepen. De gebruiker wordt er vaak te weinig of te laat bij betrokken. Een goede samenstelling van een team is:

- 30% IT-mensen (inclusief CTI- en database specialisten);
- 45% gebruikers;
- 30% management;
- 5% (externe) adviseur of call-centerspecialist.

Selectieprocedure

1. Samenstellen selectieteam;
2. Omschrijven functionaliteit van het call center en de rol van het call-centerpakket hierin;
3. Opstellen van lijst met hooguit zes pakketten;
4. Presentaties van twee uur van iedere leverancier, maximaal twee per dag;
5. Evaluatie van de bijeenkomsten, opstellen shortlist;
6. Tweede presentatie van twee of drie leveranciers met meer concrete ideeën over het te bouwen call center;
7. Prijsindicatie opvragen (globale RFP);
8. Bezoeken referentiesites;
9. Evaluatie en keuze pakket.

Meestal volgt hierna een pilot waarin met een klein aantal mensen een eerste proef gedraaid wordt met een aantal functionaliteiten in het call center. Als dit allemaal naar wens verloopt volgt pas de definitieve opdracht naar de leverancier. De doorlooptijd van het selectietraject is, afhankelijk van de agenda's van de betrokken personen, in twee maanden te doorlopen. De voorbereiding van de pilot neemt meestal drie maanden in beslag. ■