

## Az internetes és a telefonos ügyfélkapcsolatok hatékonyságának a vizsgálata

BENDER ZOLTÁN — KLEIZER PÉTER — RÁCZ CSABA  
BME GTK Információ- és Tudásmenedzsment Tanszék  
Konzulens: dr. Kiss Ferenc

### ABSTRACT

*In the last decade a trend can be observed. The companies, in order to keep and increase their position on the market, turn their attention to the customers. The products on the market are very similar to each other, so serving customers in higher quality can be the only advantage in the competition. The customers and the knowledge about them have become more and more important and the value of customer relationship management (CRM) is increasing. The companies make efforts to increase the efficiency of the customer relationship in two different ways: they get in touch with the customers by telephone (call center) or via Internet. In our research work we have examined and compared the efficiency of these customer relationship methods*

Az utóbbi évtizedben megfigyelhető az a tendencia, miszerint a vállalatok piaci pozícióik megtartása és fejlesztése érdekében a gyártási folyamat- és termékközpontúság mellett egyre nagyobb figyelmet fordítanak az ügyfélközponúságra. Mivel a piacon megjelenő termékek és szolgáltatások nagyon hasonlítanak egymáshoz, ezért kompetitív előnyt csak az ügyfél kiszolgálásának egy, a korábnál és a versenytársakénál magasabb minősége tud nyújtani. Előtérbe kerül az ügyfél, az ügyfélismeret, és felértékelődik az ügyfélkapcsolat. Azok a vállalatok, amelyek hatékony, gyors ügyfélkapcsolatra törekednek alapvetően két út közül választhatnak: Interneten vagy telefonon (call center) keresztül lépnek kapcsolatba az ügyfelekkel. A szerzők kutatásuk során ezt a kétféle ügyfélkapcsolati rendszert és hatékonyságát vizsgálták.

### A CRM szerepe

A CRM (Customer Relationship Management) nem egyszerűen egy program vagy egy programcsomag, a szoftver ugyanis csak eszköze a működő CRM-környezetnek, és a CRM-szemlélet cégszintű elfogadtatása nélkül értelmét veszti. A CRM tehát

egy értékesítési filozófia, középpontjában a legfőbb kereskedelmi céllal, a folyamatos, ismételt értékesítéssel. E cél azonban csak akkor érhető el, ha a kereskedő maximálisan megfelel az ügyfél kívánalmainak. A CRM az üzleti filozófia, a vállalati működési modell, a vállalat egészében megnyilvánuló ügyfélközponúság szemléletmódja és ennek követelményei szerint optimalizált üzleti folyamatoknak és az üzleti folyamatokat támogató informatikai alkalmazásoknak a szerves, egységes egésze.

A CRM mint üzleti stratégia a vállalat jelenlegi és jövőbeni ügyfelei szükségleteinek megismerésére, megértésére és a lehető legmagasabb szinten történő kezelésére irányul. Mint üzleti folyamat magában foglalja az ügyfél adatainak az ügyfélkapcsolat helyén történő összegyűjtését, elemzését, szétosztását és felhasználását. Célja az ügyfél-elégedettség, a bevétel és a profit optimalizálása.

A CRM-et jól alkalmazó vállalat jellemzői a következők [1]:

- Az értékesítésre és az árbevétel növelésére (és esetleg egyéb haszonra) és nem a költségmegtakarításra helyezi a hangsúlyt.
- Ügyfél- és ügyfélkapcsolatközpontú, és nem csak a termék műszaki paramétereinek javításával kíván árbevétel-növekedést elérni.
- Tömegmarketing helyett szelektív ügyfélkezelési és marketingstratégiákat alkalmaz, azaz nem tekinti homogénnek (azonos értékűnek) az ügyfeleket.
- A termékeket és a szolgáltatásokat az ügyfelek típusainak megfelelően testre szabja.
- Az új ügyfelek megszerzése helyett a meglévő ügyfelek megtartására, a nekik nyújtott szolgáltatások színvonalának és arányának növelésére koncentrál.
- Az ügyfelekről szerzett tudást felhasználja a marketing, az értékesítés és az ügyfélszolgálat fejlesztéséhez, ezeket a területeket nem kezeli egymástól szeparáltan.

## A call center jellemzői

A CRM fő feladata a marketing- és az eladástartogatás, valamint az ügyfélszolgálat. Az ügyfélszolgálat az ügyfelekkel való személyes, telefonon (call center) vagy Interneten keresztüli kapcsolattartásra szolgál. A call center több, mint egy intelligens telefonközpont, valójában egy komplex kiszolgáló rendszer összefoglaló neve, amely nagyforgalmú ügyfélszolgálati tevékenység lebonyolítását helyezi a középpontba.

A call center elemei:

- ACD-vel (Automatic Call Distribution - automatikus hívásszóró rendszer) ellátott alközpont,
- nagy mennyiségű komplex interaktív munkaállomás, ahol a hívásokat fogadó ügyintézők végzik munkájukat,
- a hívó fél által a „Tone” üzemmódú telefonkészülék,
- IVR (Interactive Voice Response - automatikus hangmenü/hangválaszadó alrendszer), amely a

bejövő hívásokat automatikusan fogadja és kiszolgálja,

- a call center kapcsolóközpontja és a számítógéphálózat között kapcsolatot létesítő CTI (Computer Telephony Integration – Számítógép-telefon integráció) szerver,
- a call center teljes forgalmát, adminisztrációját kezelő egységek (például a számlázás, az integrált munkaállomások teljesítményét mérő, dokumentáló modul vagy a teljes call center szűk kapacitásait figyelő menedzsment rendszer).

A call center központi számára érkező hívásokat az automatikus hangmenü alrendszer fogadja és szolgálja ki. Ha az ügyfél közvetlen operátori közreműködést igényel, és pillanatnyilag nincs szabad operátor, akkor a folyamat további irányítását az automatikus várakozási sor menedzser veszi át. Ez többféle szempont alapján határozhatja meg a kapcsolandó operátort:

- az automatikus hangmenü alrendszerben kiválasztott téma alapján,
- várakozási idő alapján,
- az esetleges korábban választott témák alapján.

Néhány call centerben, ha a hívó a hangmenü alrendszerben előzetesen kiválasztott egy témát, akkor a várakozási sor menedzser abból az operátori csoportból fog választani szabad operátort, amelyben ehhez a témához értő operátorok találhatók. Lehetőség van arra is, hogy a rendszer tárolja az operátoroknak az egyes témákban szerzett ismereteik szerinti minősítését, majd figyelembe vegye az operátorok kijelölésénél ezt a minősítést (először mindig a lehető legmagasabb képzettségű operátort fogja kapcsolni, majd esetleg a beállított várakozási idő leteltével egy kevésbé képzett operátort). Ha a kapcsolt operátor nem tud segíteni a hívónak, akkor az ügyfél visszakerül a várakozási sor menedzserhez, ami a következő operátor kijelölésénél már figyelembe veszi, hogy az új operátornak magasabb képzettségű kell lennie, mint az előzőnek. Ha a hívóhoz nem sikerül megfelelő időn belül operátort kapcsolni, akkor a várakozási sor menedzser visszahívást ajánlhat az ügyfélnek, amelyhez automatikusan kapcsolja a hangposta alrendszert. Beállítható az is, hogy ha a hívó azonos témában többször

is telefonál, akkor a várakozási sor menedzser ahhoz az operátorhoz próbálja elsődlegesen kapcsolni az ügyfelet, amelyik korábban is segített problémája megoldásában.

A call center kialakítása komoly beruházást jelent egy cég életében, mégis elterjedt az a vélemény, hogy a call center költséget takarít meg, pénzügyileg előnyös a vállalat számára. Az azonban tévhit, hogy a megtakarítás a beruházási oldalon jelentkezik. A call centerek jelentősége sokkal inkább abban van, hogy minőségileg magasabb szintű kiszolgálást nyújt a cég ügyfelei számára, s ezzel a cég forgalmát jelentősen növelheti. A költséghatékonyság tehát ezen a ponton jelentkezik. Köztudott, hogy a versenyszférában sokkal kisebb költségbe kerül egy ügyfél megtartása, mint egy új ügyfél megnyerése. A kiszolgálás minősége azonban éppen az egyik olyan kritikus pont, ahol a választási helyzetben lévő ügyfelet könnyű elveszíteni. A call center éppen ebben nyújt segítséget: a viszonylagosan magas beruházási költség megtérülését a megtartott, sőt folyamatosan bővülő ügyfélkör, a naprakész kiszolgálás és a pontos tájékoztatás együttesen igen hamar biztosítják.

### Mire képes a call center?

A felmérések azt mutatják, hogyha egy cég elveszíti ügyfelét, annak 68%-ban a kiszolgálással való elégedetlenség az oka. Megsértődik, és sokszor nem is reklamál, csak hátat fordít a vállalatnak, amelynek így nincs is módja maradásra bírni. Ha az affér telefonhívás közben történik, akkor a call center (és benne a megfelelő ügyfélkezelő munkatárs) azonnal reagálhat, s ha sikerül az ügyfelek panaszát azonnal orvosolni, akkor többségük (95%-uk) végül megbékél, és hű marad a céghez.

Sok cég az ügyfélkezelési gyakorlatát telefonos (elektronikus) síkra terelte át, s meg is szüntette hagyományosan bürokratikus, ám nevében „ügyfélszolgálat”-nak nevezett irodáit. Az ACD rendszerek megjelenéséig az ügyfelek kiszolgálásának az egyetlen módja az volt, hogy több ügyintéző ült az ügyfélszolgálat telefonjai mellett, s hívás érkezésekor igyekeztek a tudásuknak megfelelően az ügyfél

kérdésére, problémájára választ adni. A call centerek ennél már lényegesen többet tudnak. Egyáltalán nem biztos ugyanis, hogy a hívó félnek az információ megszerzéséhez feltétlenül egy ügyintézővel való párbeszédre van szüksége. Sok esetben például csak tájékozódni akar egy új akció előnyeiről, egy biztosítási forma nyújtotta szolgáltatásokról vagy a bank aktuális kamatfeltételeiről. Ebben az esetben az IVR-rendszer teljes egészében át tudja venni az ügyfél kiszolgálását. Az információk a telefonról vezérelve többször is lekérdezhetők, meghallgathatók, egyes rendszerekben még akár telefaxra is áttehetők, így nem fordulhat elő, hogy az ügyintéző a sok adatot tévesen olvassa fel, vagy régebbi listát használ.

Az IVR-rendszer adatbázisa automatikusan a naprakész információkat továbbítja a hívó felé. Ha az ügyfélnek mégis olyan kérdése támad, amelyre csak az ügyintézők tudnak válaszolni, akkor is könnyebb a helyzet, az IVR ugyanis az adott témakör megjelenésével küldi el a hívást a kapcsolóközpont felé, amelyik így ahhoz az ügyintézőhöz tereli a hívót, aki a legjobban ismeri a kérdéses területet. A legújabb IVR-rendszerek már nem csak telefonkészülekről vezérelhetők, hanem felismerik az egyszerűbb szavakat is, így beszéd útján is lehet vezérelni az információk lekérdezését.

Természetesen a nyilvános hálózat intelligenciáját kihasználva a rendszer további kényelmi funkciókra is képes. Ha a hívó száma a hálózat felől lekérdezhető (s ehhez a technikai lehetőség már a hazai hálózatban is benne van), akkor az ügyintéző számítógépén már akkor megjelennek az ügyfél adatai, amikor még be sem lépett a hívásba. Ebből sok esetben az ügyintéző már látja, hogy az ügyfél miért telefonál. Pillanatok alatt kiderül, hogy van-e a hívónak díjhátraléka, folyamatban lévő problémás ügye stb., és ennek megfelelően lehet kezelni a hívást.

A beruházás minden olyan cég számára előnyös, amely valamilyen módon kiterjedt ügyfélkörrel áll kapcsolatban. A call center filozófia egyaránt alkalmas ügyfélszolgálati forgalom lebonyolítására, információrendszer kiépítésére vagy termékek megrendelésének adminisztrálására. A kör tehát sokkal

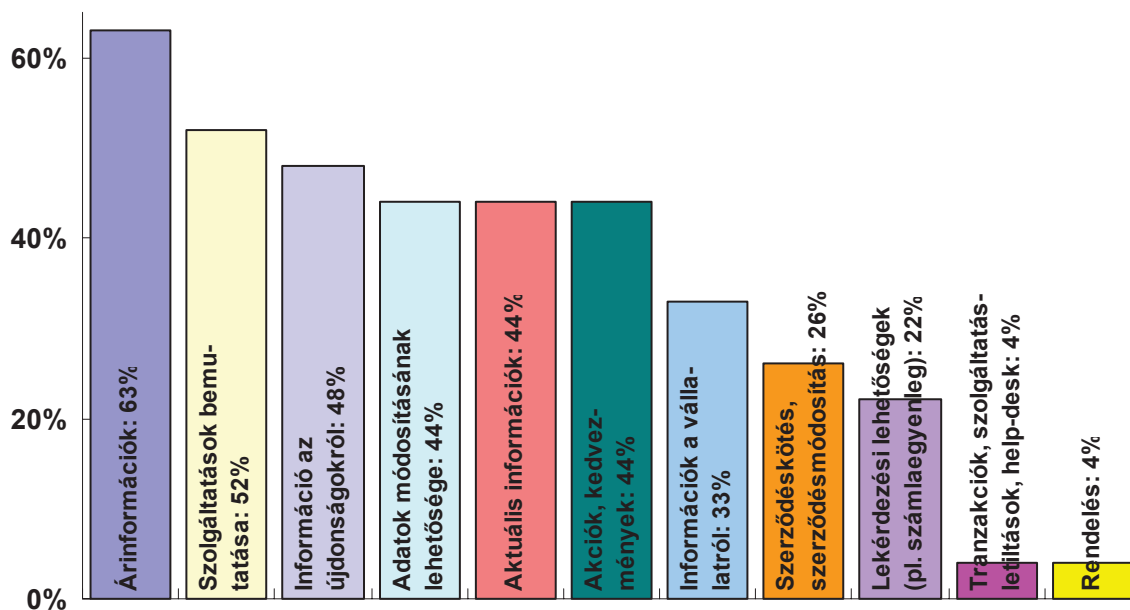
szélesebb, mint azt első pillanatra hinnénk. A call center filozófia azonban nemcsak a hívások fogadására, hanem nagy mennyiségű hívás indítására is alkalmas, így előnyös lehet telemarketing jellegű feladatok ellátása esetén is.

A call center alkalmazása előnyös a cég felső menedzsjentje számára, mert részletes statisztikái teljes áttekintést adnak a marketing munka további fejlesztése tekintetében. Call center alkalmazása esetén például pontosan látható, mire van nagy érdeklődés és mire csekély, mekkora hatása van egy adott helyen megjelent reklámnak, milyen mértékű a reklamációk száma, milyen irányban érdemes fejleszteni a szolgáltatásokat.

A call center azonban a felhasználók, ügyfelek számára is előnyös. A gyorsabb, pontosabb kiszolgálást mindenki örömmel veszi, hiszen nincs rosszabb annál, mint amikor hosszú percekig keresztül teljes bizonytalanságban várakozunk telefonon, s azt sem tudjuk, van-e értelme tovább tartanunk a telefont, vagy már rég nem is foglalkoznak ügyünkkel. Az elégedett ügyfél szívesebben vásárol, sőt másokat is rábeszél a vásárlásra. A hatékony kiszolgálás segít abban, hogy hű maradjon a céghez, hiszen pontosan azt az információt, szolgáltatást vagy árut kapta, amire igénye volt.

### A call centerek hatékonyságvizsgálata

A call centerrel rendelkező vállalatokat tekintve jól megfigyelhető, hogy a legjellemzőbb szolgáltatás az árinformációk nyújtása, ami a vizsgált mintában 63 százalékos használatot mutatott. Általánosságban elmondható, hogy a call centereket a cégek általában az árakra, az újdonságokra, valamint az akciókra és kedvezményekre vonatkozó információk nyújtására használják. Noha az ügyfél-azonosítási adatok módosítására a válaszadók 44 százalékánál nyílik lehetőség, a szerződéskötésre, illetve szerződésmódosításra vonatkozóan ez az arány csupán 26 százalék. A tranzakciók, szolgáltatás-letiltások és a help desk-ek alkalmazása összességében csak a megkérdezett vállalatok 4 százalékában valósult meg, de mindez nem feltétlenül takarja a call center szolgáltatásainak kihasználatlanságát, hiszen míg egy bank esetében a tranzakciók kezdeményezése a call centeren belül teljesen ésszerű szolgáltatás, addig egy távközlési szolgáltatónál ennek hiánya az ügyfélkezelésben feltehetően nem okoz gondot, fennakadást (lásd 4-1. ábra).



4-1. ábra: A call centeren keresztül nyújtott szolgáltatások [1]

A call center rendszereket vizsgálva fontos tényezőként kell kezelni a várakozási időt. Az ügyfelek azonnali kiszolgálást szeretnének, ezért csak kis százalékuk az, amelyik toleráns a várakozással kapcsolatban, a bemondott várakozási időt nehezen fogadják el. Az ügyfelek Zöld szám (a hívás díját a hívott fél fizeti) esetén 2,5-3 percet várakoznak az ügyintézőre. Az újrakapcsolások aránya 65-75%, és az 1 percen belül próbálkozók aránya 75%. A betelefonáló ügyfelek 28%-a egy témakörben érdeklődött, 44%-uk két-három témakörben, míg 28%-uk több, mint három témakörben kért információt. A call center 85%-ánál az elveszett hívások (megszakad a vonal és nem hív újra; leteszi a hosszú várakozás miatt stb.) aránya 10%. Ugyanez a szám a bevételtermelő call center esetében 5% alatti.

A call centerbe telefonálót, a használathoz elengedhetetlen a Tone üzemmódú nyomógombos telefonkészülék, először az IVR fogadja. Ez a „gépi hang” segít eligazodni a call centerben. A rendszerben a gombok lenyomásával lehet navigálni. Ha nem találjuk meg a számunkra szükséges információt, esetleg valamilyen problémánk van, kérhetjük a kezelő segítségét. Ekkor a call center egy ügyintézőhöz kapcsol, aki be van tanítva a felmerülő kérdések megválaszolására, a problémák megoldására. Az emberek többsége szívesebben használja a rendszert, ha személyesen tud egy ügyintézővel beszélni, főleg ha visszatérő ügyfélről van szó. Ha valamilyen probléma megoldásáról van szó, akkor az emberek nagyobb bizalommal fordulnak a telefonos ügyintézőhöz, mint a gépi hanghoz vagy az internetes ügyintézéshez. A kezelő lépésről lépésre segíteni tud, de nem mindegy, hogy milyen életkorú, nemű vagy képzettségű a betelefonáló. Másként kell elmagyarázni a dolgokat egy huszonéves informatikusnak, mint egy hatvanéves nagymamának.

A call center alkalmazásával a vállalatnak módja van a *cross-selling* alkalmazására. A *cross-selling* során a meglévő értékesítési csatornákat felhasználva próbálunk eladni olyan terméket, amiről jó okunk van feltételezni, hogy érdekli a vevőt. Például a telefonáló a befektetési lehetőségekről érdeklődik, és mi emellé ajánlunk neki biztosítást is. Ha a dolgozó rendelkezik számítógéppel esetleg internetes kapcsolattal, akkor ez nagy segítséget jelent az ügyfél

problémáinak a kezelésében. A rendszer a betelefonálót a hívószám alapján azonosítja, majd az adatbázisból rögtön kikeresi az ügyfél összes adatát, és megmutatja az ügyfél vállalati életútját (mióta az ügyfelünk, milyen értékes ügyfél, milyen problémákkal fordult eddig hozzánk, problémás ügyfél-e stb.). Ezek ismeretében az ügyintéző hatékonyabban tudja segíteni a betelefonálót, arról nem is beszélve, hogy a telefonálót elégedettséggel tölti el, hogy a vállalat számára Ő egy fontos ügyfél, tördnek vele.

### Az internetes ügyfélkapcsolatok

Az Internet alapvető előnye a hagyományos médiumokkal szemben az, hogy lehetővé teszi az interaktivitást, azaz megjelenésével vége van az egyirányú kommunikációnak. A felhasználó már nem csak passzív követője az eseményeknek, hanem azok alakításában maga is cselekvő szerepet vállalhat, maga is lehet információkibocsátó. Ez azt jelenti, hogy nem csupán azt közölheti a kiszolgáló (szerver) gépekkel, hogy milyen adatokra kíváncsi, hanem leveleket küldhet, megrendeléseket tehet, hozzászólásokat írhat, sőt, akár saját honlapját is elhelyezheti a világhálón.

Az üzlet szempontjából alapvető fontosságú, hogy a vevő kényelmes on-line módon végezze vásárlásait, a marketing szempontjából pedig visszacsatolásokra nyílik lehetősége. A vevők, általában bér/fizetés vagy engedmények ellenében a gyártóknak elmondhatják a termék használatával kapcsolatos tapasztalataikat. Bár ebből az interaktivitásból kifolyólag az egyes gyártóknak, illetve szolgáltatóknak hátrányuk is származhat (ma ugyanis már nincs akadálya annak, hogy valaki a negatív tapasztalatokat is közzétegye, felhívja a figyelmet a termékhibákra), mégis lehetővé teszi, hogy egy egyedi fogyasztói probléma kitörhessen az elszigeteltségből, és hozzájáruljon a piac tökéletesebb működéséhez.

Az internetes ügyfélszolgálati rendszerek alkalmazása elsősorban a biztosítás, a telekommunikáció és a banki szolgáltatások területén a legszembetűnőbb. Ezek közül a legszélesebb funkcionalitást az internetes banki szolgáltatás az Internet-Bank nyújtja, ezért a továbbiakban ezzel a területtel foglalkozunk.

## Internet-Bank

Az Internet-Bankot használó bankok és a befektetések kezelése révén más pénzügyi ügyfelei aktuális információt kaphatnak pénzügyi helyzetükről, lekérdezve banki és befektetési számláik egyenlegét, kamatozó betéteiket és hiteleiket. A már teljesített megbízások ellenőrizhetők, és a számlatörténet és a számlakivonat lekérésével áttekinthetők. A vállalatok postai műveleteikről részletes kimutatást kérhetnek. Többféle átutalási és átvezetési megbízás adható, a teljesítés alatt lévő vagy várakozó tételek lekérdezhetők és módosíthatók, postai kifizetés indítható. A közüzemi díjtételekkel kapcsolatosan is részletes információ kérhető, valamint közüzemi felhatalmazás adható és módosítható. Betét köthető le, a lekötött betét pedig bármikor módosítható, illetve a lekötés felbontható. Bizonyos meghatározott hiteleket on-line is lehet igényelni, így például befektetési (értékpapír) műveletek végezhetők: befektetési jegyek, állampapírok, valamint kötvények adásvételére nyílik lehetőség.

Az Internet-Bankban, mint szolgáltatásban, forradalmi újításnak tekinthető a hagyományos banki működéssel szemben, hogy az a világ bármely pontjáról elérhető, és igénybevételéhez csak egy Internetkapcsolattal rendelkező személyi számítógépre van szükség. Ennek köszönhetően nemcsak otthonról vagy munkahelyről, de a világ bármelyik pontjáról, akár egy Internetkávézóból is intézhetők a pénzügyek. Hasonlóan a többi fejlettebb elektronikus banki szolgáltatáshoz, itt is a fő előnyök között szerepel a kényelem, mivel megszűnnek az időbeli korlátok, hiszen az Internet-Bank a nap 24 órájában tart nyitva, így akár a kedvenc karosszékből bármikor rendelkezni lehet a pénz felett. Az internetes banki szolgáltatások igénybevételével egyszerűsödik a pénzügyek intézése, és fokozható a sebessége. Az ügyfél számára nincs többé sorban állás a

bankfiókban, parkolóhely keresése a fiók előtt, a bankügyek intézésével valóban csak a szükséges időt kell eltölteni.

Az Internet-Bankok között megtalálható olyan is, ahol a szolgáltatások körének kialakításánál nem egységcsomagot alakítanak ki, hanem több különbözőt ajánlanak. A rugalmas szolgáltatáscsomagok összeállításánál elsősorban biztonsági szempontok játszanak szerepet. A szolgáltatások alapsomagjaiban csak számlainformációk lekérdezésére van lehetőségünk. Az alapsomagot különböző szolgáltatásokkal egészíthetjük ki, így például előre meghatározott célszámlákra történő utalások lehetőséggel. A teljes szolgáltatáscsomag keretében valamennyi szolgáltatás igénybevétele lehetséges. További biztonsági elem, hogy az Internet-Bankba történő bejelentkezésről a mobilbank szolgáltatáshoz kapcsolódóan rövid szöveges üzenet (SMS) formájában mobiltelefonra történő értesítés is kérhető.

A bankok az Internet-Bank szolgáltatást elsősorban a magánszemélyeknek, egyéni vállalkozóknak és a kis- és közepes vállalatoknak kínálják. A nagyobb vállalatok számára manapság még mindig a Business Terminal a legmegfelelőbb, aminek elsősorban az az oka, hogy a nagyvállalatok olyan személyre szabott szolgáltatást várnak el egy ilyen alkalmazástól, amelynek az Internetre történő kifejlesztése a sokféle igényből származó termékek változatossága miatt nem volna gazdaságos. A másik érv, amiért a nagyvállalatoknak a Business Terminal igénybevétele javasolt, a nagyobb biztonság.

Banki szempontból az Internet-Banknak más ügyfél-kiszolgálási módokhoz képest jelentkező legnagyobb előnye a rendkívül alacsony fajlagos tranzakciós költség, ami sajnos csak a bankfiók bezárásával együtt érzékelhető. A felhasználó számára előny, hogy otthonról, munkahelyről menedzselheti pénzügyeit, egyenlíthet ki számlát, ellenőrizheti a számlája állását, vagy pénzt utalhat át anélkül, hogy egy bankfiókot személyesen kellene felkeresnie.

### Az alkalmazás előnyei

- *Helytől független szolgáltatások, kényelem.* A hálózat segítségével a végpont kihelyezhető az ügyfélhez. Az ügyfél által használt számítógép mint végpont lehetővé teszi a szolgáltatások helytől független és kényelmes igénybevételét.
- *Várakozási idő kiküszöbölése* banki alkalmazás esetén. Ma főként bankfiókokban vehetjük igénybe a bank által nyújtott szolgáltatásokat, ahol az ügyfeleket banki dolgozók szolgálják ki. Sokszor előfordul, hogy az ügyfeleknek várakozniuk kell. Mivel az ember-ember kapcsolat hatékonysága gyengébb, ezért erre a problémára is jó megoldásnak tűnik a számítógépes rendszer segítségével történő kiszolgálás.
- *Folyamatos rendelkezésreállítás.* A hálózat gyakorlatilag a nap 24 órájában rendelkezésre áll, nincs a bank nyitvatartási idejéhez kötve. A számlapénz bármikor felhasználhatóvá válik, az ügyfél nincs kiszolgáltatva a bankfiókok nyitvatartási idejének.
- *Gyors kiszolgálás.* Az ügyfelek kiszolgálásának ideje lecsökken, a tranzakciók idejét elsősorban a rendszer és a hálózat átviteli sebessége határozza meg. Nem kell napokat várni, ha például egy átutalást kezdeményezünk, hiszen ez már szinte azonnal megtörténik, aminek hatására a gazdaságban lezajló pénzfolyamatok és a pénz körforgása felgyorsulhat.
- *Alacsony költség.* Az Internet-Bank szolgáltatás kisebb elosztóhálózatot igényel a jelenleginél, így költségmegtakarítást jelent a bank számára. Ez azonban azt jelenti, hogy kevesebb bankfiók képes ellátni a szükséges feladatokat, ami szintén jelentős megtakarítást jelent, ráadásul a költségmegtakarítás egységesen magasabb színvonalú szolgáltatás nyújt.
- *A végpont kihelyezhető az ügyfélhez.* Az ügyfél a végpont kezelését maga végzi, így jelentős papírmunkától szabadul meg, ami szintén megtakarítást eredményez a bank számára. Ezzel együtt jár a biztonság növekedése azáltal, hogy kisebb az emberi tévedés esélye.
- *Földrajzi helytől független piac.* A hálózat olyan bankszolgáltatások igénybe vételét is lehetővé teszi, amelynek nyújtása egyébként az ügyféltől földrajzilag távol esik. Ezáltal az ügyfelek olyan szolgáltatásokat vehetnek igénybe, amelyeket távoli kereskedők és szolgáltatók kínálnak számukra, vagyis olyanokkal kerülhetnek kapcsolatba, akiről eddig talán nem is tudtak. Ez természetesen rendkívül kiélezett versenyhelyzetet eredményez, de akik képesek megfelelően reagálni ezekre az új kihívásokra, és időben megtenni a kellő lépéseket, azok nagy előnyökre tehetnek szert régi és a hatalmas változás teremtette új versenytársaikkal szemben. Ez azt jelenti, hogy más országok és kontinensek piacára lehet betörni. Ez nemcsak a versenyben élénjáróknak, de a felhasználóknak is előny, hiszen a minőség feltétlenül javul, és a hagyományos kereskedelemhez és szolgáltatáshoz viszonyítva csökkennek a szolgáltatás költségei.
- *Naprakész információk nyújtása.* Az Internet használatával a bank nagy költségmegtakarítás mellett naprakész információkat szolgáltathat ügyfeleinek. Ez a kiélezett versenyhelyzetben jelentős előnyhöz juttathatja a bankot, még akkor is, ha a weblap-szerkesztés olyan, elektronikus bankmunkára alkalmas szervezőket és szervezetet igényel, amely a reklámtól a szerződéseken át az ügylet lezárásáig képes a teljes rendszer áttekintésére.
- *A hálózati kereskedelem pénzügyi igényeinek kielégítése.* Egyre inkább nő azoknak az Internetet üzleti célokra felhasználóknak a száma, akik nem csak levelezésre, marketingtevékenységre és már-már hagyományosnak mondható információnyújtásra használják a világhálót, de kereskedni és szolgáltatásokat nyújtani szeretnének. Ennek lebonyolításához hálózaton jelen lévő bankokra van szükség, akik segítségével a szükséges pénzügyi tranzakciók végrehajthatók.
- *Már meglévő és új szolgáltatások bevezetése* A banki szolgáltatások két csoportra oszthatók. Az egyik csoportot a már meglévő szolgáltatások alkotják, amelyek egy részét új környezetbe kell helyezni, a másik csoport az Internet révén létre-

jött új piaci igényeket kielégítő banki „Internet” szolgáltatás. Fontos, hogy az új igényeket kielégítő szolgáltatások piacát nem a bankoknak kell megteremteniük, hiszen azt a szolgáltatók és kereskedők már részben megteremtették. A piaccal való elfogadtatás nehéz és cseppet sem kis költséggel járó folyamat eredménye lehet.

- *Új felhasználói generációk.* A fiatalabb generációk, akik már beleszülettek az információs társadalomba, sokkal rugalmasabban viszonyulnak ezekhez a kihívásokhoz. Sokan már napjainkban is használják a hálózati kereskedelemhez szükséges, nem mindig megbízható, egyébként a kártyakonzorciumok (Europay, MasterCard, Visa) intelmeivel illetett fizetési módot, aminek keretében a hálózaton fizetőkártyáikra, illetve bankszámlájukra továbbítják a vonatkozó információkat, és a könnyebb beszerzések érdekében ezzel kockáztatják biztonságukat.

### Az alkalmazás hátrányai

- *Magas telefonköltség* A tranzakciónak az előkészítéstől a lekérdezések végéig tartó teljes idejében az ügyfél PC-jének és a bank számítógépének kapcsolatban kell maradnia. Bár a szolgáltatók ezt észelve megpróbálnak bizonyos kedvezményeket nyújtani, de ez rendszerük oly mértékű túlterhelésével jár, amelyeket időnként nem tudnak kezelni. Vannak olyan megoldások is, amelyeknél a bank-ügyfél kapcsolatnak csak az adatok továbbításának az idejére kell fennállnia.
- *Lehallgathatóság* A nyilvános hálózaton történő kapcsolattartás esetén az adatok az ügyfél által nem ismert utat járnak be, minek hatására megnő a titkosítási igény.
- *Álinformációk.* Az ügyfél saját számítógépére olyan információkat kap, amelyek között lehetnek álinformációk is. Az álinformáció lehet nem létező adat, vagy vírus. Ezek elkerülésére hitelesítő eljárásokat kell bevezetni.

A telefonos és internetes ügyfélkapcsolatok a vállalat szemszögéből

Előny	
Internet	Call center
Olcsó kiépítés és üzemeltetés	Bízunk benne az ügyfelek
Olcsó kommunikációs csatorna	Lehetőség van cross-sellingre
Célorientált	Sok ember elérheti
Hátrány	
Internet	Call center
Lassan növekvő ügyfélbizalom	Drága a kiépítése és az üzemeltetése
Potenciális veszélyforrás	
Szűk a potenciális piac	

A telefonos és internetes ügyfélkapcsolatok a vevő szemszögéből

Előny	
Internet	Call center
Személyre szabott termék/ajánlatok	Személyes kapcsolattartás
Nincs várakozási idő	Sok szolgáltatás elérhető
Célorientált	Szinte mindenhol elérhető
Nonstop	Nonstop
Anonim	Anonim
Kapcsolódó szolgáltatások (pl.: kalkulátor)	Hatékony problémamegoldás
	Zöld szám esetén ingyenes; kis eszközigeny



Hátrány	
Internet	Call center
Nagy eszközigény	Bizonytalan várakozási idő
Kevésbé hatékony problémamegoldás	Lassú információnyújtás a VIR-ben
Kevésbé biztonságos	
Korlátozott szolgáltatási kör	
Kis sáv szélesség esetén lassú	

### Trendek

Megfigyelhető az a trend, miszerint az európai call center felhasználók egyre többet költenek a CT-technológiára (Computer Telephony). A növekedés oka kettős: egyrészt a call center üzletág jelentős felfutás elé néz, másrészt a már telepített rendszerek további bővítése, finomítása is várható. Az elmúlt években a növekedést fékezte, hogy a piacon nem volt szabványosított CTI-megoldás, a potenciális vevők tehát kivártak. A CTI-szabványok kialakulása azonban változásokat hozott a piacon, a felhasználók reményt látnak a rendszerek integrálására, ami számukra a beruházás biztonságát is jelenti. A kapcsoláscentrikus megoldások helyett a szervercentrikus megoldások kerültek előtérbe, így a call centerek kiléptek a hagyományos alközponti világból, és elmozdultak az interaktív felhasználó-orientált multimédia irányába. Ennek következtében az ACD értékesítése a felmérés szerint a CT piac jelenlegi 45%-os részesedéséből 30% körülire esik vissza.

Az Internet terjedésével egyre több cég kapcsolja össze a telefonos és az internetes ügyfélkapcsolati rendszerét. Ezeket a komplex kiszolgáló egységeket *contact centereknek* nevezzük, amelyekben az ügyfeleket teljes körű kiszolgálás várja, függetlenül attól, hogy telefonon vagy Interneten keresztül csatlakozik-e. Ha az ügyfél valamilyen információért felkereste a szolgáltató weblapját, akkor csak egy gombnyomására kerül, és a számítógép már tárcsázza is a call centert, ahol a cég dolgozója személyesen segíti őt a probléma megoldásában.

Egyre elterjedtebbek az SMS-szolgáltatások, így a mobiltelefonok terjedésével mind többen szeretnék ügyeiket SMS vagy WAP segítségével bonyolítani. Erre már ma is sok példa van, így például a bank SMS-t küld, ha pénzmozgás van a számlán, ha

nagyobb összegre van szükségünk SMS-ben megemelhetjük a biztonsági okokból alacsonyan tartott limitet, kivehetjük a pénzt, majd visszaállítjuk a limitet, pénzt utaltathatunk át SMS-ben, vagy WAP segítségével megkereshetjük a legközelebbi bankautomatát stb.).

Tisztában kell azonban lenni a tényvel, hogy a lakossági infrastruktúra jelentős mértékben meghatározza az egyes ügyfélkapcsolati rendszerek felhasználóinak a körét. 2003 elején a magyar lakosság 69%-a rendelkezett vezetékessel telefonnal, 70%-a mobiltelefonnal, míg az Internetpenetráció mindössze 20%-os volt. A hazai lakossági mutatók közül a telefónia adatai már majdnem elérték a fejlett országok szintjét. Ez még akkor is igaz, ha az elmúlt fél-egy évben a vezetékessel állomások számának csökkenését regisztrálták. Tény azonban, hogy az otthon használt számítógépek számának alacsony volta egyik jelentős korlátja az Internetkultúra bővítésének.

### Következtetések

Ha a hatékonyságot a felhasználók száma alapján méri, akkor nyilvánvalóan a call centeres technikát kell választanunk. Ez azonban nem a helyes gondolkodásmód. A költségeket és az internetes ügyfélkapcsolati rendszereket vizsgálva belátható, hogy az egyszeri fejlesztés költségein túl az internetes megoldásban viszonylag kis számú karbantartói/ügyintézői csoportot kell fenntartani, míg a call centereknél, ahol a kialakítás költségein kívül az üzemeltetésre is jelentős összegeket kell fordítani lényegesen magasabb költségek merülnek fel.

Napjainkban a call centeres ügyfélkapcsolati rendszerekhez nagyságrendekkel többen fordulnak segítségért, információért, mint az interneteshez, de bízunk abban, és a jelek (felmérések, elemzések, statisztikák) ezt igazolják, hogy ez az arány az Internethasználat tömeges elterjedésével és az ügyfelek bizalmának megteremtésével várhatóan javulni fog.

### Hivatkozások

- [1] *Üzleti informatikai megoldások* – Munkaközi anyag, Prím Média Rt., Budapest, 2002.
- [2] Erdei Magdolna: *Ófelsége az ügyfél* – Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2001.
- [3] Klézli Ferenc: *A nemzetközi és a hazai Call Center piac*
- [4] Lengyel Sándor: *Ügyfélkapcsolatok kezelése*
- [5] <http://www.prim.hu>
- [6] <http://www.menedzsmentforum.hu>
- [7] <http://www.technologyevaluation.com>
- [8] <http://www.crm2day.com>