



中国日报(11-05-09)

2011年5月11日 星期三 订阅CHINADAILY手机报 用户名 密码 登录 注册 English Français

CHINADAILY 中国日报 | 英语点津 | 新德网 | Beijing: 28/12°C

首页 | 国际 | 中国 | 财经 | 评论 | 博览 | 军事 | 体育 | 图片 | 娱乐 | 时尚 | 明星 | 服饰 | 论坛 | 博客 外交讲坛 风云对话

您当前的位置: 微阅读新闻首页 > 科技

呼叫中心让电子商务焕发新活力

时间: 2011-05-09 19:18:00 来源: IT168 作者:

打印文章 发送给好友 分享

【提要】为此, 第一线安莱推出了低投入, 低风险的外包呼叫中心服务, 帮助开展电子商务平台的企业面对的呼叫中心难题。因为第一线安莱的外包数据中心通过网络平台、短信平台、在线工具等, 做到真正的联络中心, 而非传统的呼叫中心。

电子商务产业的异军突起, 正在成为经济发展的新亮点。从国家层面来说, “十二五”期间, 电子商务将被列入战略性新兴产业的重要组成部分。而从消费者角度来说, 电子商务所带来的便捷性和经济实惠, 正吸引着越来越多的人参与其中。

在电子商务不断深入发展的今天, 成功的电子商务企业中, 呼叫中心的作用至关重要。对此, 第一线安莱公司就表示, 由于一些网上商店不能提供完善及专业的客服, 使很多消费者常会遭遇不愉快的网上购物体验, 从而降低了客户在该网店的重复购买率。

因此, 选择适合自己的呼叫中心便成了电子商务企业发展的关键一环。作为领先的信息通信技术服务提供商, 第一线安莱的外包呼叫中心服务就可以帮助企业运营外包呼叫中心, 从而提升业绩。

电子商务与呼叫中心走向融合

不管企业规模的大小, 呼叫中心都可以帮助其提升销售效率和用户体验。尤其在近年来互联网和通信技术的快速发展下, 呼叫中心的多级交互式语音导航、自动呼叫分配(ACD)以及客户关系管理(CRM)系统, 可以很好地构架出为客户服务的平台, 有效弥补电子商务在互动交流方面的“短板”。

事实上, 呼叫中心不只是一个电话交互中心, 网购客户采取的交互方式可以是电话、即时通信、网络电话(含未来的3G语音与视频交互)、短信或邮件等。

此外, 要真正实现电子商务与呼叫中心的融合, 还需要进行电子商务的“全程”整合, 如: 呼叫中心、ERP、进销存、CRM、仓储、物流系统等等。这样一来, 呼叫中心与诸多系统的整合就成了其行之有效的关键所在。

如此种种, 也给企业建设呼叫中心提出了挑战, 不过传统呼叫中心初始建设成本高、项目周期长、而且很复杂。此外, 企业的服务流程也会随着业务发展不断调整, 而传统呼叫中心系统结构同样需要随时调整。这些都使得电子商务企业要构建一个良好的呼叫中心并非易事。

为此, 第一线安莱推出了低投入, 低风险的外包呼叫中心服务, 帮助开展电子商务平台的企业面对的呼叫中心难题。目前, 第一线安莱呼叫中心的主要客户包括麦当劳、吉野家、English Town(英孚教育)、交通银行及TVB PAY VISION(无线收费电视)等。

吉野家成就呼叫中心应用典范

作为一家享有百年历史的著名日本牛肉饭专门店, 吉野家门店规模的不断扩张, 特别在北方的一些主要城市都有覆盖, 它已经满足了集团订单外送的条件。

对于吉野家这样的连锁餐饮企业来说, 若该连锁餐饮企业覆盖城市比较多, 则可以成立集团的外送中心, 以专业的呼叫中心来接待订餐电话, 再利用现代的信息通信技术, 将信息反馈至门店, 从而迅速送餐至客户。这样一来, 其外送中心很显然能为餐饮企业形成一个新的利润增长点。

但是对于餐饮连锁企业来说, 要求其投入巨资成立专门的呼叫中心需要周详考虑, 一方面餐饮业的资金应该用于门店的扩张, 另一方面, 要运营成功一个呼叫中心绝非易事。

结果, 吉野家选择了与第一线安莱合作, 利用第一线安莱专业的外包呼叫中心服务成立外送中心, 开展其订单外送的业务。第一线安莱的外包呼叫中心根据吉野家需求定制, 由经验丰富的呼叫中心管理团队设计并开展运营, 加上按订单收费的灵活付费方式, 实现了低投入、低风险的外包呼叫中心建设, 而吉野家每得到的一笔外呼订单, 便意味着一笔新增收入。据统计, 此举预计可为北京吉野家带来10%业绩的提升。

尽管吉野家是一家传统连锁餐饮企业, 但它所应用的呼叫中心对于那些立足传统行业、并欲拓展电子商务的企业同样适用。因为第一线安莱的外包数据中心通过网络平台、短信平台、在线工具等, 做到真正的联络中心, 而非传统的呼叫中心。