# 呼叫中心

[呼叫中心 1](#_Toc339286276)

[.1呼叫中心业务模式 2](#_Toc339286277)

[.1.1业务模块 2](#_Toc339286278)

[.1.2客户呼叫服务 3](#_Toc339286279)

[.1.2.1自动呼叫分配（ACD）系统 4](#_Toc339286280)

[.1.2.2交互式语音应答（IVR）系统 4](#_Toc339286281)

[.1.2.3计算机电话综合应用（CTI）技术 5](#_Toc339286282)

[.1.2.4来话呼叫管理系统 5](#_Toc339286283)

[.1.2.5去话呼叫管理（OCM）系统 5](#_Toc339286284)

[.1.2.6呼叫管理系统（CMS） 5](#_Toc339286285)

[.1.2.7客户关系管理（CRM） 5](#_Toc339286286)

[.1.3运输呼叫服务 6](#_Toc339286287)

[.1.3.1路况信息管理系统 6](#_Toc339286288)

[.1.3.2GPS定位系统 6](#_Toc339286289)

[.1.3.3运输应急备选系统 6](#_Toc339286290)

[.1.3.4多式联运驳接系统 6](#_Toc339286291)

[.1.4增值服务 7](#_Toc339286292)

[.1.4.1运输追踪系统 7](#_Toc339286293)

[.1.4.2运输额外服务系统 7](#_Toc339286294)

[.1.4.3功能外包系统 7](#_Toc339286295)

[.2自建呼叫中心 7](#_Toc339286296)

[.2.1可行性分析 7](#_Toc339286297)

[.2.2呼叫中心网点分布 9](#_Toc339286298)

[.2.2.1运输配送瓶颈 9](#_Toc339286299)

[.2.3呼叫中心系统建设 10](#_Toc339286300)

[.2.3.2建设流程管理 10](#_Toc339286301)

[.2.4呼叫中心服务影响 11](#_Toc339286302)

[.2.4.1提升品牌形象，建立一站式服务平台 11](#_Toc339286303)

[.2.4.2提升工作效率，提高服务质量 11](#_Toc339286304)

[.2.4.3 降低企业成本，节约开支 11](#_Toc339286305)

[.2.4.4选择合适的资源 11](#_Toc339286306)

[.2.4.5提高客户服务质量 11](#_Toc339286307)

[.2.4.6留住客户 12](#_Toc339286308)

[.2.4.7通过精确服务，不断满足客户多元化的需求 12](#_Toc339286309)

[.2.4.8、关注重点客户，提升客户价值 13](#_Toc339286310)

[.2.4.9带来新的商业机遇 13](#_Toc339286311)

[.3呼叫中心管理制度 13](#_Toc339286312)

在前文中我们提到，本设计可以针对安吉物流在运输过程进行线路优化和增值服务，这就需要一双“眼睛”来对于运输过程中各个环节进行监控，同时将货物信息和供应商信息及时传递给上海总公司。GPS技术和RDC的建立，可以在一定程度上解决监控问题，但RDC区域无法覆盖安吉物流的整个业务区域，而且GPS技术和RDC在局部区域无法及时响应，无法短时对货物在运输过程中的安全性提供保证。

本章设计的重点针对安吉物流运输监控这一业务，为安吉物流从理论和建模的角度评估呼叫中心的建立与分布，以实现信息的即时交互，货物的安全运输。

## .1呼叫中心业务模式

### .1.1业务模块

安吉物流应针对不同的服务对象，建立两个相互关联的呼叫中心，一个针对客户，另一个针对在途车辆，并提供一系列的增值服务，完善整个服务业务。

整个安吉物流呼叫中心业务分为客户呼叫服务，运输呼叫服务，额外呼叫服务三大板块。以下详细三大板块的组成。

### .1.2客户呼叫服务

本板块通过电话、传真等为客户提供快速准确的信息咨询、业务受理和投诉等服务，并可以支持网络和手机等工具进行呼叫服务。通过程控交换机的智能分配、计算机电话集成、自动应答系统等高效手段和有经验的人员坐席，极大提高客户服务满意度。

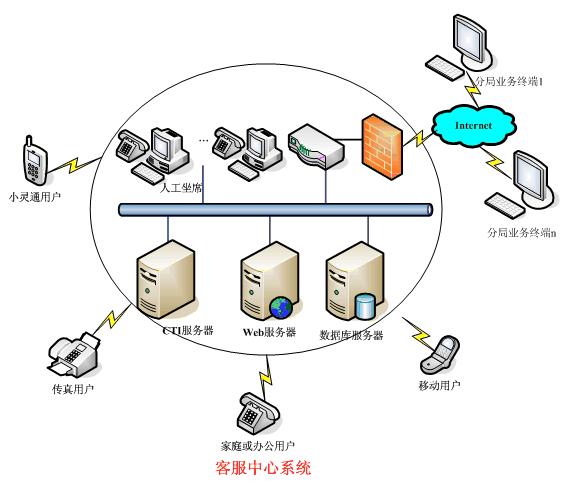


图6-1 客户呼叫中心结构图

1、短信服务

　　可以对新购车及维修用户及时跟踪回访、问卷调查、节假日问候，生日问候，提高客户服务满意度，体现4S店的人文关怀和人性化管理，最终赢得客户，实现企业利润的最大化。

#### .1.2.1自动呼叫分配（ACD）系统

#### .1.2.2交互式语音应答（IVR）系统

ⅣR语音导航

实现汽车4S店无限套无限层级语音导航服务功能；车商通可以将多项业务按类型嵌入其中，提供了业务咨询与宣传平台；同时可提供自助式服务，需要人工服务时可直接导航到不同业务部门，节省了中转询问的时间。

#### .1.2.3计算机电话综合应用（CTI）技术

#### .1.2.4来话呼叫管理系统

#### .1.2.5去话呼叫管理（OCM）系统

#### .1.2.6呼叫管理系统（CMS）

#### .1.2.7客户关系管理（CRM）

客户可以将投诉和意见通过网上的留言板或者自动语音投诉的录音传递到当地的呼叫中心和总公司，管理员针对投诉或留言，给予解答和回复，并通过电子邮件或短信的方式反馈给客户，或在留言栏里显示。

客户回访系统

可以完全按厂家对4S店的考核要求完成规定的回访内容，车商通系统自动提供对回访时间提醒的功能，对同一时间节点或较短时间内的多次回访会进行相关的提示以避免短时间内多次致电客户，影响客户的满意度；客户与服务代表通话后，系统自动提示对该服务质量给出评价，如：满意、一般、不满意等，评价结果记录入数据库，可进行服务质量考核、统计分析等。

### .1.3运输呼叫服务

本板块为安吉物流的整个运输过程中所需的各项信息服务。安吉运输物流体系包含多式联运，主要是铁路、水路和公路运输方式之间的单次转换，因此此板块为呼叫中心提供以协调利益机制，统筹负责多式联运的实施、监控的功能。

#### .1.3.1路况信息管理系统

#### .1.3.2GPS定位系统

#### .1.3.3运输应急备选系统

#### .1.3.4多式联运驳接系统

功能：联运事业的办理载体，能处理涉及联运全程运输的商务性事务和衔接性服务工作；是联运全程运输衔接的组织实体，接续运输的技术、业务组织按一体化运输方式整合；是联运经营业务开展的经济实体，参与者利益机制得到协调，互惠互利。在经营方式上，突破过去自成体系、分开经营的传统方式，实行一个窗口面对货主，合署办公，货主在该站点一处即可完成铁路、水路间集装箱的收发、运输、中转、代理等业务及其相关的如装卸存储、报关报验等其它业务。

业务范围：运输工具的组织调配；铁路与公路之间的集装箱、零散货物存储和装卸货；水路与公路之间的集装箱、零散货物的存储和装卸货；运输单据的交接办理；报关报检；一口报价，一次收费；运输信息的跟踪、及时更新和管理。另外还可以办理集装箱租赁业务，充分利用资源实现增值收益。

### .1.4增值服务

#### .1.4.1运输追踪系统

#### .1.4.2运输额外服务系统

#### .1.4.3功能外包系统

## .2自建呼叫中心

### .2.1可行性分析

随着信息化和数字化的发展，物流行业的管理方式由传统的手工型向信息系统转变，企业需要能保证货物的安全性和准时性，以及快速的客户响应。

**优势：**

　1） 系统构建选择空间大：[呼叫中心](http://baike.baidu.com/view/121668.htm)厂商及系统集成商数量庞大，企业可根据自己的需求选择。

　　2） 符合传统项目建设模式：对于企事业单位及政府相关职能部门，采购自建是比较习惯的系统建设模式，尤其是政府及事业单位更适应自建模式。

　　3） [系统管理](http://baike.baidu.com/view/635537.htm)维护自主性高：对于有丰富运营呼叫中心经验的企事业单位及政府相关职能部门来讲，自建模式能更好的发挥其在呼叫中心运营过程中所构建的庞大运维团队作用。

**劣势：**

　1） 建设成本很高，周期很长：对于系统功能升级，需要原厂商配合集成商二次开发。在建设前期需要对自身需求准确分析，并对产品选型，供货商，集成[商都](http://baike.baidu.com/view/19763.htm)要反复论证考察。建设过程中，需要把大量的人力、物力从主营业务中抽调出来，参与系统建设，经常会发生系统成功上线运行，却发现由于缺乏呼叫中心运营经验，系统功能与实际需求有很大差异。

　　2） 维护困难：呼叫中心是非常专业的通信系统，且跨越多个专业技术领域，普通IT人员管理和维护起来有很大的困难。大多数企业并不具备这样的专业技术人员，系统出现问题后，只能不断地求助于原厂商和[集成商](http://baike.baidu.com/view/2082785.htm)。

　　3） 功能无法根据需求变化而实时变化：自建呼叫中心由于系统的构建的灵活性差，在座席数量及座席分布很难做到根据企业需求的变化而变化。

集成性:

它将企业内分属各职能部门为客户提供的服务，集中在一个统一的对外联系

“窗口”，采用统一的标准服务界面，为用户提供系统化、智能化、个性化、人

性化的服务;与企业的E即、供应链、电子商务等业务系统方便集成。

便捷性:

实现“一号通”，便于用户的记忆;通过自动语音应答设备能够做到为客户

提供7天X24小时全天候服务;提供灵活的交流渠道，允许顾客在与业务代表

联络时可随意选择包括传统的语音、lP电话、电子邮件、传真、文字交谈、视

频等在内的任何通信方式等。

智能化:

智能化呼叫路由使资源得以充分利用，采用智能呼叫处理ACD由多种条件决

定路由的选择;自动服务分流，由自动语音或自动传真可使客户呼叫分流，或由

不同业务代表提供不同服务的客户呼叫分流。

主动性:

能事先了解顾客的账号信息、购买历史等相关信息，以便为其提供更有针对

性的服务;主动向新的用户群体进行产品宣传，扩大市场的占用率，树立公司品

牌形象;完善的客户信息管理、客户分析、业务分析[3】等功能，为公司的发展

决策提供事实依据。

### .2.2呼叫中心网点分布

#### .2.2.1运输配送瓶颈

物流承运商遍布全国，各承运商难以统一调度和管理。

物流客服很难有同一的服务口径

客户的订货需求不能及时获得和反馈

物流行业客户分散，资料难以收集、掌握、统计。

少数精干的业务员掌握着公司大多数客户的动态资料，一旦被挖走，客户也随之被带走。

### .2.3呼叫中心系统建设

#### .2.3.2建设流程管理

1.确认呼叫中心项目实施目标和范围；

　　2.呼叫中心战略计划的制定；

　　3.呼叫中心项目战术计划与行动方案的制定；

　　4.企业呼叫中心战略计划与行动方案之间关系的描述，以及有关企业战略与行动方案所涉及的企业业务流程重组计划；

　　5.制定可供选择的运营模式和理念；

　　6.评估这些运营模式和理念；

　　7.选择最终的运营模式和理念；

　　8.实施草案的制定(包括时间表和预算)；

　　9.实施方案的制定与确认；

　　10.运营试行方案的制定；

　　11.开发、发布、评估和奖励有关合同的履行；

　　12.对于呼叫中心系统平台的测试、系统交割。[

在途手机呼叫中心

### .2.4呼叫中心服务影响

#### .2.4.1提升品牌形象，建立一站式服务平台

通过呼叫中心将企业内分属各职能部门为客户提供的服务，集中在一个统一的对外联系“窗口”，最终实现一个电话解决客户所有问题的目标。

#### .2.4.2提升工作效率，提高服务质量

呼叫中心能有效地减少通话时间，降低电话费用，提高员工/业务代表的业务量，在第一时间内就将来电转接到正确的分机上，通过呼叫中心发现问题并加以解决。同时，自动语音应答系统可以提供7\*24小时自动查询业务，将企业员工从繁杂的重复工作中解放出来，去管理复杂、直接和客户打交道的业务，提高工作效率和服务质量。

#### .2.4.3 降低企业成本，节约开支

通过全国联网的呼叫中心以及先进的网络技术，企业可以组成全国性的内部电话网络，企业内部电话无需或者只需很少的费用，从而节约了大量的长途电话费用，为企业降低了运行成本。

#### .2.4.4选择合适的资源

　　根据员工的技能、员工的工作地点、根据来话者的需要、来话者的重要性、根据不同的工作时间/日期来选择最好的同时也是最可接通的业务代表。

#### .2.4.5提高客户服务质量

自动语音设备可不间断地提供礼貌而热情的服务，即使在晚上，您也可以利用自动语音设备提取您所需的信息。而且由于电话处理速度的提高，大大减少了用户在线等候的时间。在呼叫到来的同时，呼叫中心即可根据主叫号码或被叫号码提取出相关的信息传送到座席的终端上。这样，座席工作人员在接到电话的同时就得到了很多与这个客户相关的信息，简化了电话处理的程序。这在呼叫中心用于客户支持服务中心时效果尤为明显，在用户进入客户支持服务中心时，只需输入客户号码或者甚至连客户号码也不需输入，呼叫中心就可根据它的主叫号码到数据库中提取与之相关的信息。这些信息既包括用户的基本信息，诸如公司名称、电话、地址等，也可以按照以往的电话记录，以及已经解决的问题与尚未解决的问题。这样双方很快就可进入问题的核心。呼叫中心还可根据这些信息智能地处理呼叫，把它转移至相关专业人员的座席上。这样客户就可以马上得到专业人员的帮助，从而使问题尽快解决。

#### .2.4.6留住客户

一般地客户发展阶梯是：潜在客户→新客户→满意的客户→留住的客户→老客户，失去一个老客户，所受到的损失需要有8-9个新客户来弥补，而20%的重要客户可能为您带来80%的收益，所以留住客户比替换他们更为经济有效。呼叫中心集中公司的所有客户信息资料，并提供客户分析、业务分析等工具，帮助您判断最有价值客户，并奖励您的老客户，找出客户的需要并满足他们的需要，从而提高客户服务水平，达到留住客户的目的。

#### .2.4.7通过精确服务，不断满足客户多元化的需求

不断地寻找、吸引新客户是营销的重要内容。呼叫中心可帮助企业建立专业的电话营销中心。座席人员通过[点对点](http://baike.baidu.com/view/1145124.htm)的沟通采集到大量的用户个人信息、需求信息及产品使用信息，从而形成用户数据库，并可通过积累的信息分析用户的需求特点，通过语音、电邮等用户方便接受的形式有针对性的为用户提供产品及服务，满足其个性化需求，理解每一个呼叫的真正价值，提高效率，增加收益，提升客户价值，利用技术上的投资，可更好地了解您的客户，密切您与客户的联系，使您的产品和服务更有价值。尤其是从每一次呼叫中也许可以捕捉到新的商业机遇。

#### .2.4.8、关注重点客户，提升客户价值

20%的客户创造80%的效益。呼叫中心可以对客户分级，进行有效的管理。关注重点客户的需求，对重点客户的反馈优先反应，找出重点客户的需要并满足他们的需要。呼叫中心提供客户信息，并根据业务分析等，帮助您判断最有价值客户，从而提高重点客户服务水平，达到留住客户的目的。

#### .2.4.9带来新的商业机遇

理解每一个呼叫的真正价值，提高效率，增加收益，提升客户价值，利用技术上的投资，可更好地了解您的客户，密切您与客户的联系，使您的产品和服务更有价值。尤其是从每一次呼叫中也许可以捕捉到新的商业机遇。

## .3呼叫中心管理制度