

TRIZMA MORNINGS

08. oktobar 2019.

Digital Customer Care



Koncept Trizma Mornings



Koncept brzih (*byte-size*) razmena informacija



Brza i kratka okupljanja na kojima se prezentuju aktuelne teme iz *Customer Care* industrije



Predstavljanje usluga kroz konkretne primere iz prakse



Okruženje gde se susrećete sa kolegama, saradnicima i ekspertima iz različitih industrija

TRIZMA KROZ BROJEVE

Vodeći BPO u regionu



Prvi smo ponudili Call Centar usluge u Srbiji



Pružamo neograničenu podršku za vaše klijente 24/7/365



17 godina na tržištu



Podrška na više od 15 jezika



SLA od 85% do 99%



Preko 800 zaposlenih kojima pružamo HR podršku

TRIZMA KROZ BROJEVE

Vodeći BPO u regionu



6 lokacija u 4 zemlje



Više od 2.700 zaposlenih



180 klijenata u 20 zemalja



BPO iz *SEE* regiona sa najbržim rastom

Trizma članica

M+GRUPA

PEOPLE INSPIRED BY PEOPLE



Napredna podrška
Advanced Contact Center



Telefonska podrška, IVR, dolazni i odlazni pozivi, tiketing, Help desk, standardno izveštavanje

Premium podrška
Premium Contact Center



Digitalni kanali, vođenje kampanja, RPA, analiza podataka i napredno izveštavanje

Preusmeravanje aktivnosti
Overflow Handling



Distribucija poziva, proširenje kapaciteta u špicovima na zahtev i po potrebi projekta, Digitalni kanali

Ažuriranje korisničke baze
Customer Data Verification



Ažuriranje i osvežavanje kontakt podataka u korisničkim bazama

Naručivanje i prodaja
Sales & Order Management



Prijem, obrada i praćenje porudžbina, tiketing, tele-prodaja, aktivnosti optimizacije distribucije, koordinisanje timova na terenu, Digitalni kanali

Video identifikacija
Video Identity Check



Autentifikacija i autorizacija klijenata putem video kontakt centra

Naplata potraživanja
Debt Collection



Rana i kasna naplata potraživanja, pred pravne aktivnosti i dodatna pretraga putem telefona i Digitalnih kanala

Poslovna analitika
Business Analytics



Kreiranje optimizovanih izveštaja iz više izvora (baza), prediktivna analitika, BI, definisanje trendova u prodaji

Zašto je važno da komunicirate na digitalnim kanalima sa korisnicima vaših proizvoda i usluga?



Paradigma savremenog korisnika

Korisnik je postao glavni promoter vaših proizvoda i usluga



- Korisnik postaje značajan za vas nakon prodaje, kada „širi“ svoje utiske o podršci pri kupovini i svoje utiske nakon kupovine
- Korisnik prilazi vama jer želi da kupi. Podršku koju mu pružite u procesu odlučivanja određuje da li će kupiti vaš proizvod i uslugu

Briga o korisnicima = iskustvo korisnika

A šta pokazuje **statistika**?



JUL
2019

AKTIVNI KORISNICI VODEĆIH SOCIJALNIH PLATFORMI

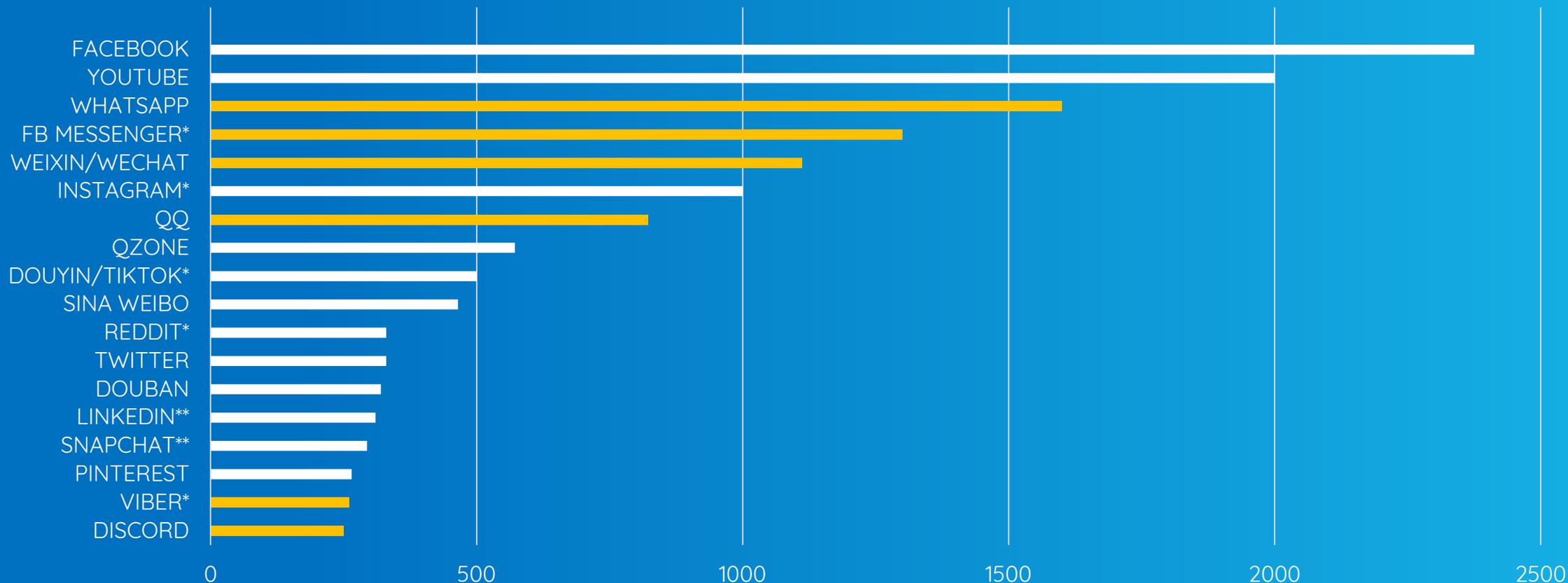
Mesečni broj aktivnih korisnika, broj aktivnih profila ili mesečni broj jedinstvenih posetilaca na svakoj platformi, u milionima



SOCIJALNE MREŽE

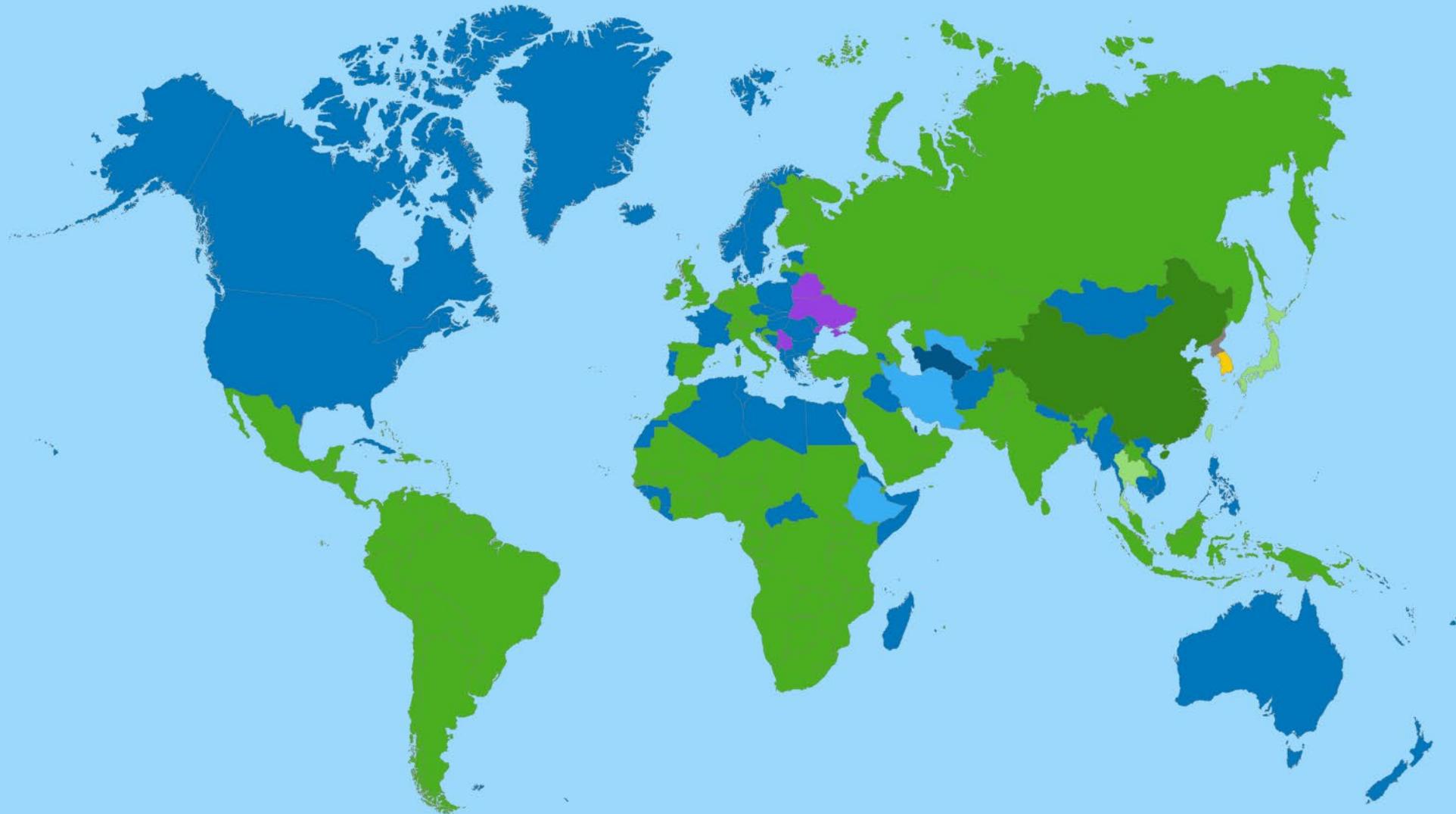


MESENGER / CHAT / VOIP



IZVORI: ANALIZA KEPIOS-a; POSLEDNJE IZJAVE ZARADA PREDUZEĆA, SAOPŠTENJA ZA JAVNOST ILI IZJAVE O MEDIJIMA; IZVEŠTAJI U VEZANIM MEDIJIMA (SVE DO JULA 2019.). * NAPOMENA: PLATFORME IDENTIFICIRANE PO (*) OBJAVLJUJU ažurirane podatke o korisniku u poslednjih 12 meseci, tako da su cifre mogle da budu manje pouzdane. ** NAPOMENE: OVA PLATFORMA NE OBJAVLJAJU MAU PODATKE.

Top aplikacije za razmenu poruka



WhatsApp

Facebook Messenger

Viber

WeChat

Line

Telegram

imo

Kakaotalk

No Data

Povezivanje sa korisnicima putem digitalnih kanala

56% korisnika bi radije kontaktiralo korisničku podršku kompanije putem poruke u odnosu na poziv!

Razmena poruka čini
prodaju više
presonalizovanom



Ukoliko korisnici imaju mogućnost da komuniciraju sa kompanijom putem poruka, oni...

Imaju pozitivnije mišljenje o kompaniji **63%**

Stiču utisak da kompanija brine o njima **59%**

Imaju više povrenja u kompaniju **55%**

Izvor: **Facebook IQ, tokom 2018.** Korišćenje mobilnih platformi za razmenu poruka, na 12.500 ispitanika širom sveta.

**Zašto je važno da ste prisutni
na digitalnim kanalima?**

Milenijalci kao vaši korisnici

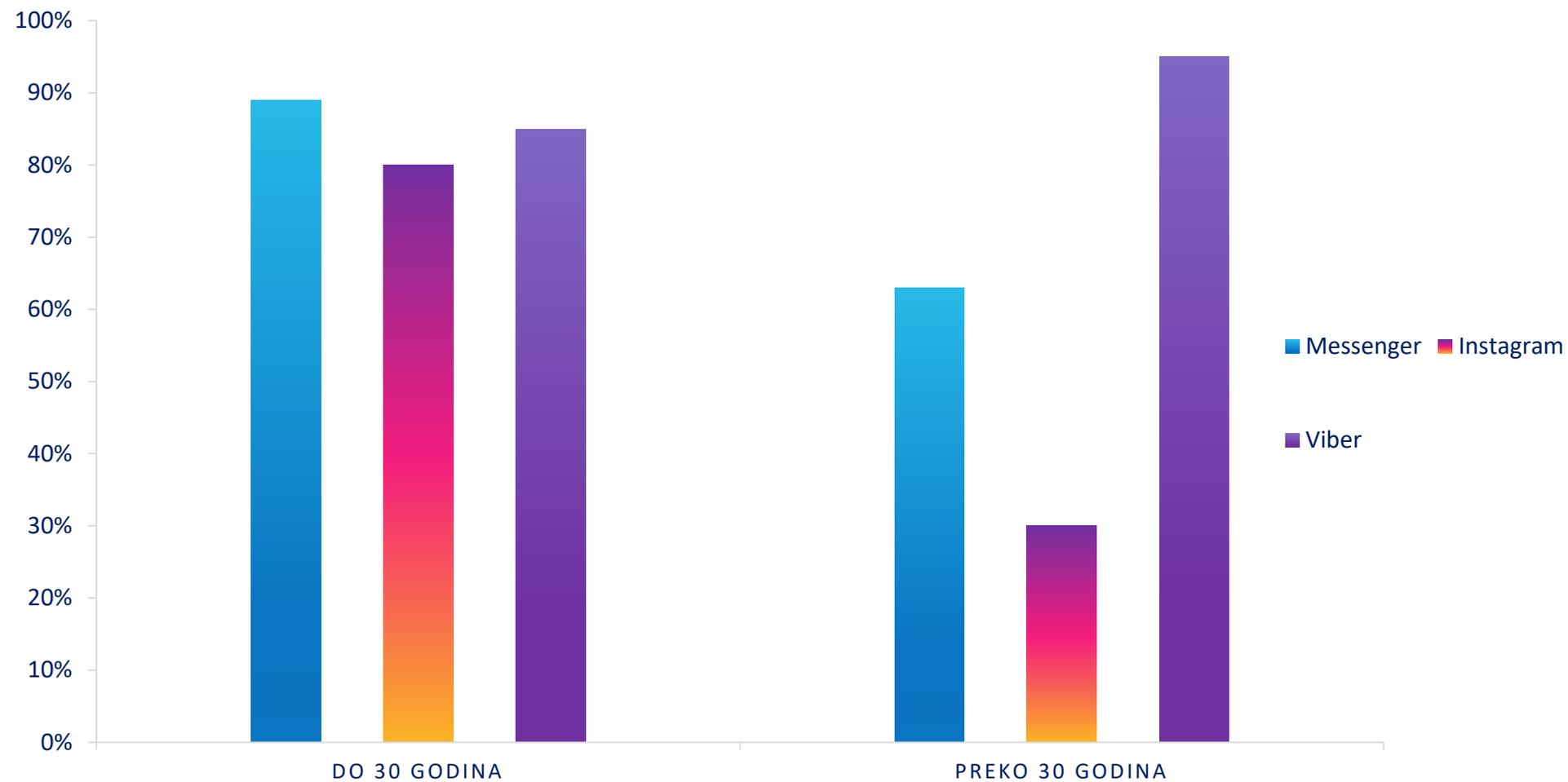


NAVIKE MILENIJALACA U SVAKODNEVNOJ KOMUNIKACIJI

Kako oni to koriste društvene
mreže?



Aplikacije koje milenijalci koriste u svakodnevnoj komunikaciji



NAVIKE MILENIJALACA U SVAKODNEVNOJ KOMUNIKACIJI



Ceo dan su ulogovani na različite platforme



Koriste u komunikaciji sve socijalne platforme i aplikacije za razmenu poruka



Komuniciraju jednostavno i brzo i očekuju brz odgovor



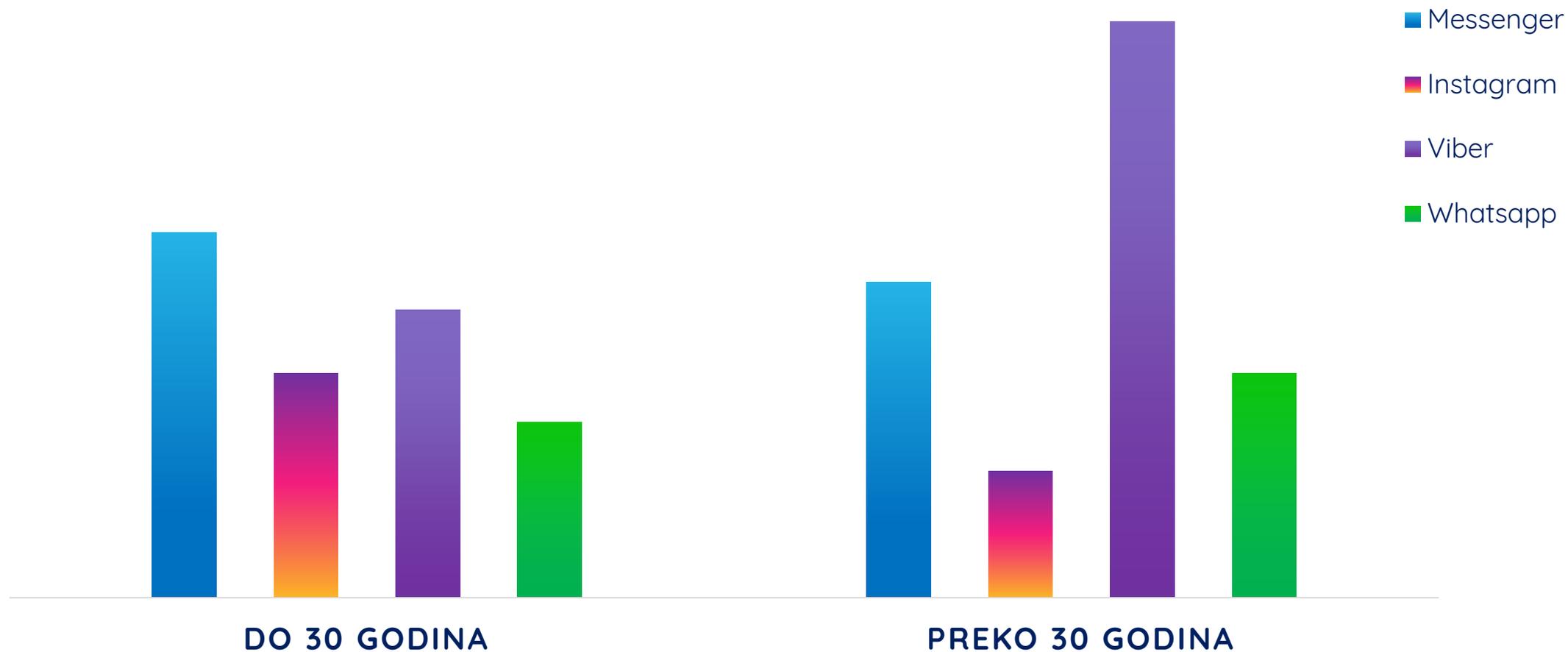
Informišu se na svim platformama. Razmenjuju utiske, čitaju komentare

ŠTA MILENIJALCI OČEKUJU U KOMUNIKACIJI SA BIZNISOM

I zašto su ta očekivanja bitna



Aplikacije koje bi milenijalci koristili da kontaktiraju korisničku podršku



ŠTA MILENIJALCI OČEKUJU U KOMUNIKACIJI SA BIZNISOM

-  Mogućnost izbora i dostupnosti na svim kanalima na kojima su i oni
-  Mogućnost interakcije sa korisničkom podrškom
-  Vidljivost i dostupnost svih komentara o proizvodima i uslugama

ŠTA MILENIJALCI OČEKUJU U KOMUNIKACIJI SA BIZNISOM

Brz odgovor

1h

Ton komunikacije
koji je njima blizak

Mogućnost izbora
preko kog kanala će
da komuniciraju



**BUDITE
DOSTUPNI
SVOJIM
KORISNICIMA**

**Briga o korisnicima koji poznaju digitalne
kanale komunikacije**

Trizma Premium Contact Center



Digital Customer Care

Briga o korisnicima koji poznaju digitalne kanale komunikacije



Tehnologija koja služi zahtevima korisnika

Jedinstvena platforma koja objedinjuje sve kanale

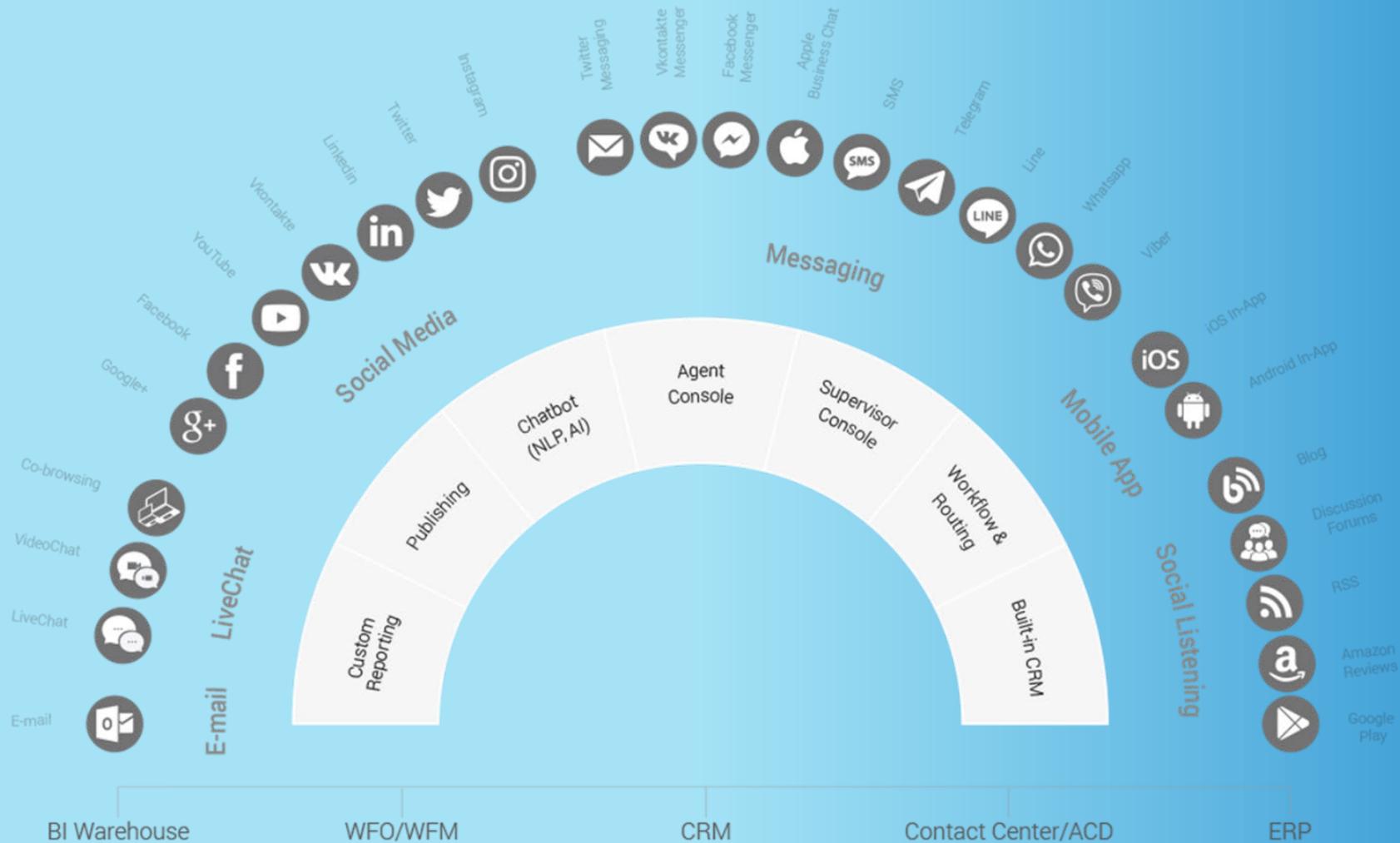


Profesionalci koji tehnologiju prilagođavaju potrebama korisnika

Trizma Contact Centar i Standar potvrde kvaliteta (*Quality Assurance Standard*)

Mogućnosti jedinstvene platforme. Sve na jednom mestu

Komunikacija sa vašim korisnicima na svakom digitalnom kanalu





Čekamo vas na sledečem Trizma Mornings!

