

Κέντρα Εξυπηρέτησης για τη Γενιά Z

Ο όρος «εμπειρία του πελάτη» χρησιμοποιείται ευρέως από οργανισμούς και επιχειρήσεις, που μελετούν ή εφαρμόζουν λύσεις οι οποίες περιλαμβάνουν τη λειτουργία Κέντρων Εξυπηρέτησης (Contact Centres).



Του **ΧΡΗΣΤΟΥ
ΚΟΝΤΑΡΙΓΥΗ***

Η εστίαση στην εμπειρία των πελατών, αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για κάθε οργανισμό, καλύπτοντας κάθε πτυχή της παροχής υπηρεσιών, από την ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών μέχρι τη διαχείριση της φήμης, το μάρκετινγκ κλπ.

Η «εμπειρία του πελάτη» εκτείνεται πέρα από τον παραδοσιακό ορισμό της εξυπηρέτησης πελατών, που αφορά τις μεμονωμένες στιγμές όπου οι λειτουργοί εξυπηρέτησης παρέχουν άμεση εξυπηρέτηση. Η εμπειρία του πελάτη, αφορά την ευρύτερη εικόνα του τι συμβαίνει πριν και μετά από αυτή την αλληλεπίδραση, από την αρχική ανακάλυψη ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας από τον πελάτη, την αγορά και τη χρήση αυτών των προϊόντων ή υπηρεσιών, μέχρι τη βοήθεια και υποστήριξη, μετά την αγορά και χρήση. Κάθε οργανισμός οφείλει να αξιολογεί την εμπειρία των πελατών του, εντοπίζοντας τους τομείς στους οποίους ικανοποιούνται ή δεν ικανοποιούνται οι προσδοκίες τους, προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστικός, ιδιαίτερα στη σημερινή ψηφιακή εποχή της Γενιάς Z.

Στη Γενιά Z ανήκουν όσοι γεννήθηκαν μεταξύ 1998 και 2015. Πρόκειται για την πρώτη γενιά χωρίς προϊντερνετική ζωή, η οποία γεννήθηκε μέσα σε έναν κόσμο ψηφιακό. Μεγάλωσε με τα «έξυπνα» τηλέφωνα και δεν γνωρίζει πώς είναι να ζεις χωρίς social media. Εργάζεται από τα smartphones, για την επικοινωνία της αγοράζει «Mbytes» και όχι «χρόνο ομιλίας» ενώ συνομιλεί με emoticons και συντομογραφίες. Είναι μια γενιά ανυπόμονη με υψηλές προσδοκίες. Η Γενιά Z, που μόλις έχει αρχίσει να εντάσσεται στο πελατολόγιο των επιχειρήσεων, δεν μπορεί να

φανταστεί μια εμπειρία εξυπηρέτησης μακριά από το ψηφιακό περιβάλλον.

Η πρόκληση για τις κάθετες αγορές (π.χ. Εκπαίδευση, Δημόσιο, Τράπεζες, Υπηρεσίες Διαδικτύου) και τις εμπειρίες εξυπηρέτησης που προσφέρουν, είναι μεγάλη. Καθώς οι αγορές αυτές βρίσκονται (ή θα έπρεπε ήδη να βρίσκονται) σε φάση ψηφιακού μετασχηματισμού, πρέπει να προσεγγίσουν τη νέα γενιά, να κατανοήσουν τον τρόπο σκέψης της, να διαχειριστούν τον δημιουργικό τρόπο με τον οποίο λειτουργεί, να της εμπνεύσουν ασφάλεια και να της προσφέρουν ευκαιρίες επικοινωνίας με όλα τα μέσα και κανάλια, προσδίδοντας νόημα στην εμπειρία αυτή.

Θα πρέπει, με λίγα λόγια, να υιοθετήσουν ένα μοντέλο ψηφιακής εμπειρίας πελάτη, με στόχο την προσέλκυση της Γενιάς Z. Αυτό, βέβαια, δεν θα επιτευχθεί μόνο με την εφαρμογή ενός απλού IVR (Interactive Voice Response) System ή με τη δυνατότητα προγραμματισμένης επανάκλησης μέσω ιστοσελίδας (web-callback). Το μοντέλο πρέπει να καθιστά δυνατή την επικοινωνία των πελατών, όπου κι αν βρίσκονται, με όποιο τρόπο επιθυμούν. Στη γλώσσα των Contact Centers αυτό ονομάζεται «Omnichannel» και προσφέρει χρήση πολλαπλών καναλιών και εφαρμογών (video, sms, email, web chat, WhatsApp, Skype κλπ.) με στρατηγικό και σύγχρονο τρόπο, παρέχοντας μια γρήγορη και ευέλικτη εμπειρία εξυπηρέτησης.

Όσοι κατασκευαστές λύσεων τύπου Contact Centers και όσοι οργανισμοί επενδύσουν στη νέα τεχνολογία με γνώμονα τις προσδοκίες και τα χαρακτηριστικά της Γενιάς Z, θα διεκδικήσουν και κατά πάσα πιθανότητα θα κερδίσουν πρώτοι την εμπιστοσύνη και το νέο μερίδιο της αγοράς, παρέχοντας νέες, σύγχρονες εμπειρίες εξυπηρέτησης.

Η Γενιά Z είναι εδώ! Επιβάλλεται να μιλήσουμε τη γλώσσα της και να την υποδεχτούμε όπως της αξίζει.

*** Ειδικευμένος εμπειρογνώμονας
και σύμβουλος της NEDECO Electronics Ltd
για λύσεις Contact Centers**