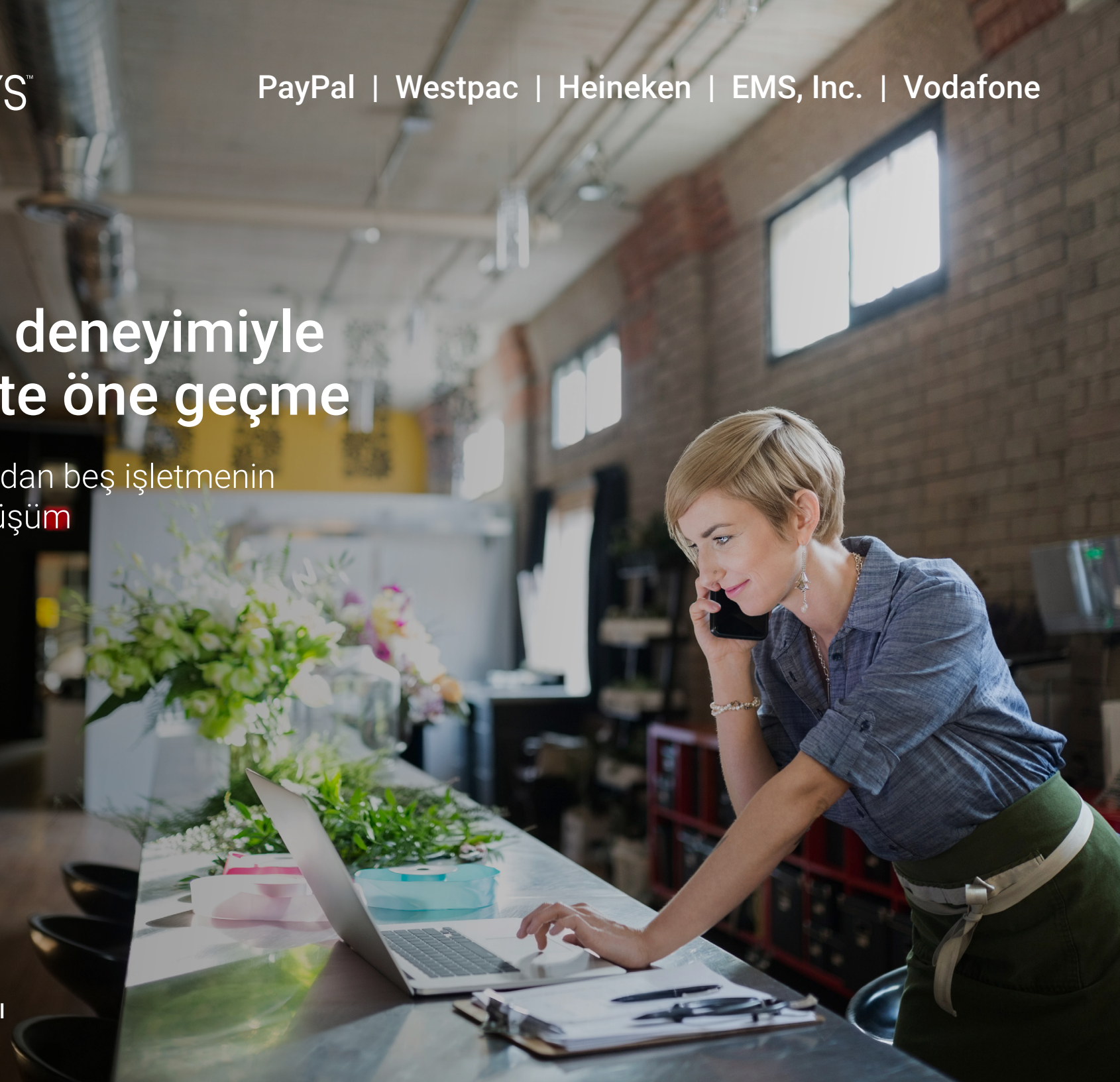


Müşteri deneyimiyle rekabette öne geçme

Gerçek dünyadan beş işletmenin
geçirdiği dönüşüm



Müşteri deneyimi yeni rekabet avantajıdır

Günümüzde müşterilerin talepleri giderek artmaktadır. Müşteriler, onları tanımanızı, ihtiyaçlarını ve isteklerini tahmin etmenizi ve onlara istedikleri zaman ve istedikleri yöntemle mantıklı yanıtlar vermenizi isterler. Zamanları kısıtlıdır. Mağazalarda, şubelerde, sayıları giderek artan dijital ve sesli iletişim kanallarında, uygulamalarda kişiselleştirilmiş, sorunsuz etkileşimlerde bulunmak isterler. Öte yandan iletişim merkezi teknolojisi de hızla gelişmektedir. Müşteri etkileşimi, sadece sesli desteğin çok ötesindedir.

Müşteri taleplerini karşılamak isterseniz bile hâlâ eski ve birbiriyle uyumlu olmayan sistem ve uygulamalar kullanıyorsanız tutarlı bir müşteri deneyimi sunmanız zordur. Yeni kanallar kullanamazsanız ya da bir kanal eklemek müşteri temsilcisinin bilgisayarına uygulamalar yükleme, yüksek maliyetli entegrasyonlarla uğraşma veya ek eğitim ve yönetim gereksinimi anlamına geliyorsa müşterilerinizin ihtiyaçlarını karşılayamazsınız. En kötüsü, bu durum farklı kanallarda mükemmel bir deneyim sunma becerilerini geliştiren rakiplerin gerisinde kalmanıza neden olur.

Omnichannel iletişim çağındayız. Müşteri deneyiminin dönüşümü başarı açısından büyük önem taşıyor. İletişim merkezleri artık sesli mesaj, e-posta, sohbet, SMS, video, web formları gibi pek çok iletişim kanalına sahip. Müşterilerin beklediği omnichannel iletişim deneyimini sunmak için doğru çözümler, altyapı ve bu hizmet düzeyini destekleyecek teknoloji iş ortağı gerekir.

İletişim merkezi dönüşümü zor bir süreç gibi görünebilir ancak yerinde saymanın çok büyük riskleri vardır. Günümüzün hızla değişen iş dünyasında yerinde saymak, geride kalmak demektir.



Müşteri deneyimi sayesinde gelir artışı elde ettiğini belirten katılımcıların oranı



Müşteri deneyimi sayesinde maliyet tasarrufu yaptığını bildiren katılımcıların oranı

*Son Küresel Müşteri Deneyimi Karşılaştırma Araştırmasına göre

Hâlâ eski bir çağrı merkezine sahip olmanın çeşitli sonuçları vardır: Tedarikçi desteği azalırken bakım maliyetleri hızla artmaya devam eder. En sonunda eski teknolojilerin kullanım ömrü sona erer ve artık desteklenmemeye başlarlar. Bu arada güvenlik ve kesinti riskleri artar ve rakiplerin yeniliklerine yanıt verme esnekliğiniz sınırlanır.

Ancak bulut tabanlı omnichannel bir iletişim merkezi platformuna, hatta hibrit bir modele geçiş yaparak çevikliği artırabilir, geçiş programınızı hızlandırabilir ve yatırım getirinizi artırabilirsiniz.

Birçok şirket bu geçişi başarıyla tamamladı, siz de yapabilirsiniz. Yönlendirici geçiş seçenekleri ve başarısı kanıtlanmış kullanım örnekleri ile Genesys bu süreci basitleştirir, toplam sahip olma maliyetini azaltır ve yatırım getirinizi artırır. Aşağıda, bazı şirketlerin işletmelerini nasıl dönüştürdüğü ve bunun faydalarını görmeye başladığı anlatılmıştır.

1. Bölüm: Benzersiz bir geçiş yaklaşımı

Genesys'in başarısı kanıtlanmış, tekrarlanabilir geçiş yaklaşımıyla geçiş riskini, maliyetini ve karmaşıklığını azaltın.

Genesys PureBridge yönlendirici geçiş, eski teknolojiden yeni nesil omnichannel müşteri deneyimine kendi sisteminizle, kendi hızınızla ve doğru dağıtım modeliyle geçmek için ihtiyacınız olan her şeyi bir araya getiren bütünsel bir yöntemdir. Bu süreç, istediğiniz sonuçları elde etmeniz için en iyi uygulamaları tekrarlanabilir bir şekilde ve öngörülebilir bir başarıyla sunmak üzere tasarlanmıştır. (Dört basit geçiş adımı hakkında bilgi edinmek için [sayfa 13](#)'e bakın.)

EMS, hepsi benzersiz bir yapılandırmaya sahip 12 ayrı merkez olarak faaliyet gösteren, dışarıdan iletişim merkezi hizmeti tedarik eden bir iletişim merkezidir. Nebraska'daki Omaha merkezi 500'den fazla telefon numarasını yönetiyor ve 400'den fazla çalışma grubu ile yaklaşık 400 gelen çağrı profiline sahip. Merkezin Genesys® PureConnect™ bulut platformuna geçmesi, işlerinde önemli iyileştirmelere yol açtı.

EMS, tek bir BT yöneticisiyle yaklaşık 50 istemciyi destekliyor ve birçok özelleştirilmiş uygulama ve entegrasyon dahil olmak üzere çeşitli çok kanallı özellikleri bir arada sunuyor.

EMS, Genesys'e geçmeden önce müşteriye yanıt verme performansını olumsuz etkileyen kontrol eksikliği, işi ve verimliliği kısıtlayan sınırlı özelleştirme imkanı ve müşteri deneyimi kalitesinde azalma tehlikesine yol açan yenilikçi özellik eksikliği gibi sorunlar yaşıyordu. Ancak bu karmaşık iletişim merkezi, önceki sistemine kıyasla bugün BT kaynaklarından yılda yüz binlerce dolar tasarruf ediyor. Ayrıca platformun kullanım kolaylığı sayesinde kolayca yeni işler de

kazanıyor. Ayrıca EMS'in, müşteri temsilcisi verimliliğinde %10 artış, çağrıyı terk etme oranında %2,5 düşüş ve müşteri temsilcisi değişim oranında %50 azalma görüldü.

Bu kadar karmaşık bir iletişim merkezini yeni bir platforma geçirmek gözünüzü korkutabilir ancak EMS, Genesys ile birlikte çalışarak PureConnect platformunu dört ay içinde kullanmaya başladı. O günden beri EMS'in güvenilirliği %100'ün altına düşmedi.

Operasyon Müdürü Paul Staehlin, "EMS, geçiş için düğmeye bastığında tüm süreç planlandığı gibi gerçekleşti. Tek bir müşteri şikayeti bile almadık," diyor ve ekliyor: "Bu, benim yaptığım beşinci sistem geçişiydi ve şimdiye kadarki en sorunsuz oldu."

Müşteri profili: EMS Inc.

Zorluklar

- Müşteriye yanıt verme performansını olumsuz etkileyen kontrol eksikliği
- İş ve verimliliği kısıtlayan sınırlı özelleştirme imkanı
- Müşteri deneyimi kalitesinde azalma tehlikesine yol açan yenilikçi özellik eksikliği

Çözümler

- Genesys PureConnect platformu
- Etkileşimli Sesli Yanıt (IVR), Ortalama Arama Süresi (ACD), e-posta, sohbet, kayıt ve Etkileşimli Web Portalı (IWP) gibi özelliklerin kullanımı
- Entegrasyonlar ve özelleştirmeler için PureConnect API'lerinin kapsamlı kullanımı

Sonuçlar



BT kaynaklarında yılda yüz binlerce dolar tasarruf etti

%2,5 çağrıyı terk etme oranındaki düşüş



Kullanım kolaylığı yeni işler kazanmasını sağladı

%50 müşteri temsilcisi değişim oranındaki azalma

%10 müşteri temsilcisi verimliliğindeki artış



Müşteri: EMS Inc.

Sektör: Kurumsal hizmetler (dışarıdan iletişim merkezi hizmeti tedariki)

Konum: Omaha, Nebraska

Şirket büyüklüğü: 300 müşteri temsilcisi

[Hikayenin tamamını okuyun](#)

2. Bölüm: Yalnızca bir donanım tedarikçisi değil, gerçek bir iş ortağı

Geçiş hikayeniz sistemin başarılı bir şekilde kurulmasıyla bitmez. Genesys olarak yalnızca bir işlemi tamamlamanıza değil, iş hedeflerinize ulaşmanıza yardımcı olmaya odaklanırsınız. Beklediğiniz sonuçları elde ettiğinizden veya elde etmek için sağlam bir plana sahip olduğunuzdan emin olmak için etkinleştirme ve eğitim, özel Müşteri Desteği, değişim yönetimi rehberliği ve uygulama sonrası değer gerçekleştirme danışmanlığı hizmetlerimizle sürecin her aşamasında yanınızdayız.

Dönüşümünüz ve planlamanız esnasında Genesys, yatırımınızı en üst düzeye çıkarmanıza, sürdürdüğünüz büyüme doğrultusunda sisteminizi optimize etmenize ve Genesys yol haritasını uygulamanıza yardımcı olmak için sizinle olacaktır.

WestPac New Zealand, 200'den fazla şubesi, yaklaşık 500 ATM'si ve 1,5 milyondan fazla müşterisi ile ülkenin en büyük bireysel bankalarından biridir. 1861 yılından bu yana Yeni Zelandalılara hizmet vermektedir.

WestPac, Genesys PureCloud® platformuna geçmeden önce eskiyen, çağın gereksinimlerini karşılamayan ve maliyetli bir iletişim merkezi yazılımı kullanıyordu. Bu nedenle iletişim merkezi sınırlı işlemlere sahipti; geri arama, kaydetme veya özelleştirme olanağı yoktu. Eski bir teknoloji kullanıldığı için yeniliklerden yararlanılamıyordu. Mevcut teknolojinin neden olduğu bitmek bilmeyen sorunlar, şirketin müşteri deneyimi vizyonunu doğrudan etkiliyor, bu da iletişim merkezi çalışanlarının motivasyonunu düşürüyordu.

WestPac, bulut tabanlı bir platforma geçerken güvenilir bir iş ortağı bulmaya öncelik verdi. İyileştirilen özellikler, daha iyi müşteri deneyimlerine dönüştü.

"Bizi yetkinlik açısından bir üst seviyeye taşıyacak, kendisini kanıtlamış, başarılı bir geçmişe sahip, ihtiyaç duyduğumuz ölçüde satış sonrası desteği sağlayacak ve kurulumun nasıl gerçekleştirileceği konusunda tüm fikirleri ve düşünce liderliğini bizden beklemeyecek bir teknoloji iş ortağıyla çalışmak istedik." Jason Lock, WestPac İletişim Merkezleri Başkanı

WestPac Operasyon Müdürü Stephen Abercrombie, "Genesys ve özellikle PureCloud, müşterilerimize daha önce sunmadığımız imkanları sunabilmemizi sağladı," diyor ve ekliyor: "PureCloud'u seçmemizin temel nedeni, hem içeride hem de dışarıda müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamamıza olanak sağlamasıdır."

WestPac, PureCloud'a geçerek önemli iş hedeflerine ulaştı: Genesys PureCloud platformu, WestPac iletişim merkezinin müşteri deneyimini ve Net Tavsiye Skorunu (NPS) iyileştirdi, çağrı akışını %100 artırdı, altyapı maliyetlerini ve çağrı transferlerini azalttı ve bankanın birbiriyle etkileşimi bulunmayan 39 iletişim merkezinden tek bir sanal merkeze geçiş yapmasını sağladı.

Müşteri profili: Westpac NZ

Zorluklar

- Eskiyen, çağın gereksinimlerini karşılamayan ve maliyetli iletişim merkezi yazılımını devreden çıkarmak
- Şirket içinde ve dışında genel deneyimi iyileştirmek

Çözümler

- Genesys PureCloud platformu



Müşteri: Westpac NZ

Sektör: Finansal hizmetler (bankacılık)

Konum: Yeni Zelanda

Şirket büyüklüğü: 1,5 milyon müşteriye hizmet veren 200 şube

Sonuçlar



Müşteri deneyimi ve NPS iyileştirildi



İletişim merkezi çözümünün kurulumu hızla tamamlandı



Altyapı maliyetleri azaldı



Çağrı transferleri azaldı



Birbiriyle etkileşimi bulunmayan 39 iletişim merkezinden Genesys'in tek sanal iletişim merkezine geçiş yaptı

%100

Çağrı akışındaki artış oranı

Hikayenin tamamını okuyun

3. Bölüm: Tam anlamıyla omnichannel deneyim

Birçok tedarikçi, her zaman tam olarak entegre olmayan birden fazla kanallı seçenekler sunar. Omnichannel deneyimler ise müşterilerinize proaktif, bağlamsal etkileşimler ve zahmetsiz bir deneyim sunmak için gelen ve giden iletişimi birleştirir. Omnichannel bir platformda, tüm müşteri yolculuğu boyunca tüm kanallarda sorunsuz ve kişiselleştirilmiş etkileşimler oluşturabilirsiniz.

Dünya çapında 200'den fazla pazarda faaliyet gösteren global bir finans ve teknoloji şirketi olan PayPal, çek ve havale gibi geleneksel ödeme yöntemlerine elektronik alternatifler sunan bir çevrimiçi ödeme sistemidir. PayPal'in sloganı şudur: "Yaptığımız her işin merkezine insanları koyuyoruz."

Bu vaadi yerine getirmek için 11.700'den fazla PayPal müşteri temsilcisi (ekip arkadaşları olarak adlandırılırlar) Genesys Müşteri Deneyimi platformunu kullanarak 188 milyondan fazla tüketiciye ve 13 milyon satıcıya onların seçtikleri kanallardan hizmet veriyor.

PayPal, Genesys Müşteri Deneyimi Platformuna geçtiğinden beri Net Tavsiye Skorunda sürekli bir iyileşme elde etti ve bazı pazarlarda 30 puanlık bir artış yakaladı. Ayrıca gelişmiş, donanıma dayalı global yönlendirmeye işlem süresini ve transferleri azalttı. Doğru tahmin ve iş yükü dağılımı için daha fazla bilgi elde etmeye başladı ve müşteri temsilcisi kaybını yaklaşık %33 azalttı.

Başarısının temellerinden biri, PayPal müşterilerine tam anlamıyla omnichannel deneyim sunulmasıdır. Genesys, PayPal'e tüm müşteri etkileşimlerini ve iş öğelerini kolay ve kusursuz bir şekilde yöneten, karma ve global bir platform sunar. Çözüm, tüm etkileşimleri ekip üyeleri için tek

bir görünümde birleştirir. Bu bağımsız platform, ön ve arka ofis faaliyetlerini birbirine bağlayarak ve sesli mesaj, e-posta ve şirket içi sohbet dahil olmak üzere birden fazla iletişim kanalında olay yönetimi ve dolandırıcılık denetimi kontrollerini birleştirerek görünürlüğü artırır ve ekip üyelerine önemli müşteri bilgileri sağlar.

Genesys, gelişmiş, donanıma dayalı global yönlendirmeye müşteri vakalarını otomatik olarak önceliklendirir. Uygun donanıma sahip kaynaklara dağıtarak müşterilerin ilk seferde doğru ekip arkadaşına yönlendirilmesini sağlar. Bu sayede sorunların mümkün olan en kısa sürede çözülmesi sağlanır.

PayPal Bilişim Teknolojileri Başkanı
Brad Strock, "Genesys Müşteri Deneyimi
Platformunun ölçeklenebilirliği ve esnekliği ile
karma yönlendirme, başarıımızda kesinlikle çok
önemli bir role sahip," diyor ve ekliyor: "Artık
müşterilerimize dünyanın dört bir yanındaki
200 pazarda, 24 farklı dilde, bize ihtiyaç
duydıkları anda ve kanalda, etkili ve verimli bir
şekilde hizmet verebiliyoruz."

Müşteri profili: PayPal

Zorluklar

- Eski sistemin çift haneli büyüme karşısında ölçeklenememesi
- Standart kuyruğa almanın birden fazla transfere ve uzun bekleme sürelerine yol açması
- Ekip arkadaşları ve müşteriler için durumun can sıkıcı hale gelmesi
- Ön ve arka uç kanalları ve etkinlikleri hakkında genel bilgi eksikliği

Çözümler

- Genesys Müşteri Deneyimi Platformu
- Kurumsal İş Gücü Yönetimi
- Dijital
- Raporlama ve Analiz

Sonuçlar



İşlem süresinde ve transferlerde azalma



7/24 olağanüstü durum kurtarma hizmeti



Gelişmiş tahmin doğruluğu ve iş yükü dağıtımı

30^{puan}

Bazı pazarlarda NPS'de 30 puan artış

%33

Müşteri temsilcisi kaybındaki azalma oranı



Müşteri: PayPal

Sektör: Finansal hizmetler

Şirket büyüklüğü: Ekip arkadaşı adı verilen 11.700 müşteri temsilcisi

[Hikayenin tamamını okuyun](#)

4. Bölüm: Daha iyi iş sonuçları

Bulut tabanlı bir müşteri deneyimi platformuna geçmek, iş metriklerinizde önemli iyileştirmeler sağlar ve ihtiyacınız olan esnekliği ve iş çevikliğini sunar. Ayrıca birbiriyle uyumlu olmayan sistemleri birleştirmek maliyetleri azaltır, altyapı gereksinimlerini basitleştirir ve BT zorluklarını azaltır.

Vodafone GmbH, uzun vadeli başarı gösterecek, esnek ve gelecekteki yeniliklere uyum sağlayacak bir platform arayışının sonucunda 2010 yılında Genesys'e geçti. Vodafone, sistemini tek bir merkezi platformda standartlaştırdıktan sonra yeni kanallar ve yenilikçi özellikler ekledi. Bu kanal ve özellikler sayesinde en iyi Vodafone iletişim merkezi haline gelerek dünya çapında başarı elde etmesine yardımcı oldu.

İletişim Merkezi ve Tele Satış Başkanı Jörg Knoop, "Üstün bir marka olmak için müşterilerimizin her seferinde bize kolayca her kanaldan 7/24 ulaşılabilir olması gerekiyor," diyor. Almanya'nın en büyük hizmet sağlayıcılarından biri olan Vodafone'un 8.000'den fazla müşteri temsilcisi bulunuyor ve her ay yaklaşık 5 milyon destekli ve 13 milyon desteksiz müşteri araması yönetiyor.

Vodafone iletişim kanalları silolar halinde çalışıyordu: Beş ayrı ses sistemi vardı ve çağrıların %70'ini dış kaynaklara yönlendiriyordu. Bu da müşterileri çileden çıkarıyordu. Genesys çözümü, insanları ve teknolojiyi tek bir sanal iletişim merkezinde bir araya getirerek müşterilere 30 saniye daha hızlı hizmet sunulmasını, müşterilerin en donanımlı müşteri temsilcisine yönlendirilmesini ve müşteri temsilcilerinin bir bakışta müşterinin önceki iletişim geçmişini görmesini sağladı. Bunun sonucunda Vodafone, Net Tavsiye Skorunda önemli bir ilerleme kaydetti ve puanını -40 veya -50'lerden 10'a çıkardı.

Sistemlerin birleştirilmesi sadece verimliliği artırmakla kalmaz, aynı zamanda birbiriyle uyumlu olmayan eski teknolojilere kıyasla maliyetleri de düşürür.

İletişim Merkezi ve Tele Satış Başkanı Jörg Knoop, "Hayal edebileceğim en iyi iletişim merkezine sahibiz," diyor ve ekliyor: "Dünya çapında bir numaralı Vodafone iletişim merkezi seçildik. Geliştirdiğimiz yeni ve yenilikçi kanallarla bunun daha bir başlangıç olduğunu biliyoruz."

Vodafone, kısa bir süre önce Genesys Dijital Etkileşim Merkezi tarafından desteklenen bir mobil uygulamayla müşterilere tıkla ve ara düğmesi veya sohbet isteği seçenekleri sundu. Bu uygulamayla bir müşteri temsilcisi aramayı veya daveti kabul ettiğinde, müşterinin tüm kanallardaki etkinliğini anında bilgisayarında görüntüleyebiliyor.

Bu sorunsuz mobil deneyim, sosyal medyada da devam ederek Vodafone'un Facebook ve Twitter gibi platformlardaki müşteri yorumlarını izlemesine ve bunlara müdahale etmesine olanak sağlıyor. Üstelik 50 - 60 arası bir Net Tavsiye Skoruyla buradaki durum oldukça iyi bir ilerleme kaydediyor.

Vodafone Almanya'nın Genesys çözümüne geçmesi başka önemli faydalar da sağladı. Artık bir bölüm ayda 18 milyon çapraz kanal müşteri araması yönetiyor. Müşterilerin %86'sı hangi kanalı kullandıklarından bağımsız olarak artık birkaç saniye içinde en iyi müşteri temsilcisine yönlendiriliyor. İletişim merkezi ayrıca ortalama bekleme süresinde etkileşim başına 10 saniyelik bir azalma, Etkileşimli Sesli Yanıt (IVR) işlem süresinde ise %50 azalma yaşıyor.

Müşteri profili: Vodafone

Zorluklar

- Tüm müşteri temas noktalarındaki etkileşimleri birleştirme
- Üstün müşteri deneyimi ile farkını ortaya koyma

Çözümler

- Dijital
- Gelen çağrı
- Self Servis
- Omnichannel

Sonuçlar



IVR işlem süresinde
%50 azalma

%86

Kanaldan bağımsız olarak birkaç saniye içinde en iyi müşteri temsilcisine yönlendirilen müşterilerin oranı



Ortalama bekleme süresinde
10 saniye azalma

18
milyon

Artık tek bir departman tarafından yönetilen aylık çapraz kanal müşteri araması sayısı



Dünya genelinde en iyi Vodafone iletişim merkezi seçildi



Müşteri: Vodafone

Sektör: Telekomünikasyon

Konum: Almanya

Şirket büyüklüğü: 8.000 müşteri temsilcisi

[Hikayenin tamamını okuyun](#)

5. Bölüm: Hepsi bir arada platformla değer ve esneklik kazanma

Genesys, hem iletişim merkezi altyapısı hem de bulut tabanlı çözümler alanında bilinen bir lider olarak piyasada rakipsizdir. Çeşitli dağıtım seçeneklerinde (genel, özel ve hibrit) başarısı kanıtlanmış bulut tabanlı çözümler sayesinde, kuruluşlar iş gereksinimlerine en uygun seçeneği belirleyebilir.

Heineken, 250'den fazla markayla 70 ülkede faaliyet gösteren, Avrupa'nın en geniş uluslararası varlığa sahip en büyük bira üreticisidir. Heineken, Meksika'da 20 yıllık bir geleneğe sahiptir. Bugün bu bölüm altı tesis işletiyor ve 16.000'den fazla çalışanı bulunuyor. 13 marka ve 20'den fazla ürünüyle piyasadaki en geniş portföyü üretiyor.

Heineken, Genesys PureConnect platformuna geçmeden önce, iletişim merkezi her ay 190.000 giden aramayı, 40.000 gelen aramayı yönetmek için manuel süreçler kullanıyordu. Bulut tabanlı altyapı, bira üreticisine cazip gelen çevikliği sundu: Esnek, hepsi bir arada bir platform. Üstelik bulut, iş gereklilikleri değiştikçe bu değişikliklere hem tepki vermenize hem de uyum sağlamanıza imkan tanır. PureConnect platformu ayrıca CRM sistemleri ile diğer iş gücü yönetim araçları ve iletişim sistemlerine sorunsuz bir şekilde entegre olur.

Genesys'in Heineken Meksika için sunduğu en yenilikçi özelleştirme, ön uç komut dosyası işleviydi. Artık bir arama geldiğinde, müşteri temsilcileri müşterinin tüm iletişim geçmişini görebiliyor. Benzer şekilde, bir giden aramada o müşteri için en uygun promosyonlar her zaman görüntülenebiliyor. Bu gelişme, şirketin daha önce iki özel gruba ihtiyaç duyduğu durumlar için karma müşteri temsilcilerinden oluşan tek bir ekibi görevlendirmesini sağladı.

Heineken Meksika müşteri etkileşimi merkezinin giden arama sayısına göre ölçülen üretkenliği %20 arttı. Otomatik arayıcı, müşteri temsilcilerinin ne zaman uygun olduğunu doğru biçimde tahmin ederken aramaların hızını düzenliyor ve verimsiz aramaları filtreliyor. Bu sayede giden arama başarısı %40 arttı ve bunun doğrudan bir sonucu olarak ürün satın alımıyla sonuçlanan arama sayısı açısından satış verimliliği %5 arttı. İletişim merkezinde gelen aramaları yanıtlama başarısı %90'dan %97'ye yükselirken 20 saniye içinde yanıtlanan aramaların sayısı %70'ten %86'ya yükseldi.

Heineken Meksika Müşteri Hizmetleri Müdürü Adrián Lozano, "İyileştirmemiz gereken çok alan olduğunu ve teknolojinin bize yardımcı olabileceğini biliyorduk," diyor ve ekliyor: "Altı ay içinde operasyon modelimizi tamamen dönüştürdük."

Müşteri profili: Heineken Meksika

Zorluklar

- Manuel işlemleri otomatikleştirme
- Gelecekteki omnichannel özellikleri kullanabilme
- Dijital self servis kanallarının kullanımını artırma
- Dünya standartlarında bir iletişim merkezi olma

Çözümler

- Genesys PureConnect platformu
- Gelen çağrı
- Giden çağrı
- Self Servis
- İş Otomasyonu
- İş Gücü Optimizasyonu

Sonuçlar

%97 Gelen çağrıları
yanıtlamadaki başarı oranı

%40 Müşteri iletişimindeki
artış oranı

%20 Giden çağrı verimliliğindeki
artış oranı

%5 satış verimliliğindeki
artış oranı



Müşteri: Heineken Meksika

Sektör: Yiyecek ve içecek

Konum: Mexico City

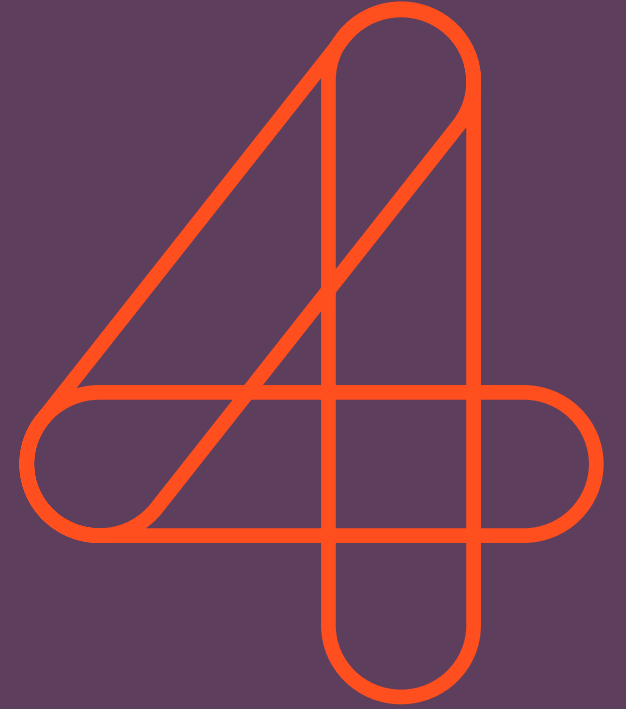
Şirket büyüklüğü: 16.000'den fazla çalışan

[Hikayenin tamamını okuyun](#)

Müşteri deneyimini dönüştürmenin dört adımı

Genesys, 1.300'den fazla şirketin eski ve birbiriyle bağlantısı olmayan sistemlerini modern ve omnichannel bir ortama geçirmesine yardımcı oldu. Doğru dağıtım modeli (bulut, şirket içi veya hibrit) ve esnek tüketim modelleri ile şirketinizi ileri taşıyabilirsiniz. Kendini kanıtlamış, yönlendirici geçiş yöntemimiz, riskleri ve maliyetleri önemli ölçüde azaltmanız ve sistemi daha hızlı biçimde kullanmaya başlamanız için istediğiniz aşamaya istediğiniz hızda varmanızı sağlayan net bir yol çizer.

Geçiş süreciniz bizim için bir proje veya işlemden ibaret değildir. Biz, tüm müşterilerimizle güçlü bir ilişki kurmayı amaçlıyoruz. Sizinle gerçek, somut iş sonuçları elde etmek için ortaklık yaparız, tıpkı EMS, WestPac, PayPal, Vodafone ve Heineken Meksika ile yaptığımız gibi. Genesys PureBridge programı, **şu dört basit adım** ile geçiş sürecinde size yardımcı olmak için tasarlanmıştır.



1. Adım:

İş ve müşteri
beklentilerini aşmanın
nasıl görüneceğini
hayal edin

Değerlendirme atölyesi:

Şu an bulunduğunuz noktayı değerlendirin ve nerede olmak istediğinizi hayal edin.

İş ihtiyaçlarınızı değerlendirerek işe başlayın. Müşterilerle etkileşim kurma şekliniz, çalışanlarınızın işe bağlılığı ve yönetim uygulamaları dahil, mevcut operasyonlara dair paydaşlarla ortak bir anlayış oluşturun.

Genesys PureBridge Değerlendirmesi, mevcut araçlarınızı gözden geçirerek eksiklikleri belirleyen ve modern omnichannel bir platforma geçiş yapmanın optimum yollarını adım adım gösteren, iki bölümden oluşan bir tesis içi atölye çalışmasıdır. Süreç esnasında çevrenizdeki olanakları inceleyin ve kuruluşunuzun Müşteri Deneyimi Olgunluk Modelinin neresinde olduğuna bağlı olarak hangi kullanım senaryolarının en iyi ve benzersiz başlangıç noktalarını oluşturduğunu belirleyin.

2. Adım:

Bir çözüm tanımlayın

Referans mimarisi:

Tüm altyapınız için bütünsel bir yaklaşım. Hiçbir şey atlanmıyor ve hiçbir sürpriz yok.

Riski azaltmanın yollarından biri, dört ana alandaki temel geçiş bileşenlerini tanımlayan bir referans mimarisi oluşturmaktır:



- | | |
|----------------|----------------|
| 1. Altyapı | 2. İşlevsellik |
| 3. Entegrasyon | 4. Eğitim |

Ürün, hizmet ve en iyi uygulamalar uzmanlığımıza dayanarak oluşturulan Genesys kullanım örnekleri, iş hedeflerinize ulaşmanız için başarısı kanıtlanmış ve gerçek dünyadan iş uygulamalarına dayanan net "nasıl yapılır" kılavuzları sunar. Kullanım örnekleri, işletmeler ve BT için tasarlanan, kişiselleştirilip kurulması kolay, iyi tanımlanmış örneklerdir. Ayrıca aşağıdakiler gibi tahmin edilebilir ve ölçülebilir sonuçlar sunarlar:

- Müşteri deneyiminin iyileştirilmesi
- İşletme maliyetinin düşürülmesi ve gelirin artırılması
- Dağıtımı hızlandırarak değer elde etme süresinin kısaltılması

Sizi bambaşka bir deneyime taşıyacak yol haritanızı birlikte oluştururken kullanım örnekleri, kuruluşunuzun müşteri deneyimi olgunluk düzeyine göre eşleştirilir ve önerilen iş adımlarını destekler.

3. Adım:

Güvenle geçiş yapın

Başarısı kanıtlanmış, özenle ilerleyen ve öngörülebilir teslimat:

Temel noktaları doğru ele alın ve geleceğe hazır olun.

Başarılı geçişlerde özenle ilerleme kaydedilir. Tüm benzersiz iş ihtiyaçlarınızı dikkate alıyoruz ancak riski ve kesintileri en aza indirmek ve gelecekte yapacaklarınızı sağlam bir temele oturtmanızı sağlamak için önce temel noktaları doğru ele almaya odaklanıyoruz.

Geçiş ve optimizasyon aşaması:

İlk aşamada ana hedef, işlev kaybı olmadan temel iletişim merkezi ortamınızı Genesys çözümüne geçirmektir.

Omnichannel aşama:

Birden fazla kanalda erişim sunarak ve olaylar meydana gelirken müşterilere proaktif bir şekilde ulaşarak müşteri erişiminizi genişletin.

Bilgi aşaması:

Her etkileşim fırsatını optimize etmek, etkileşimi kişisel düzeyde özelleştirmek ve yanıt süresini hızla iyileştirmek için verilere, öğrenime ve yapay zekayı (AI) uygulamaya odaklanın.

4. Adım:

İstediğiniz iş sonuçlarını elde edin

Daha fazlasını bekleyin:

Riski azaltın ve gerçek iş değeri elde edin.

Yeni bir müşteri deneyimi çözümünün ölçülebilir iş sonuçları sunmasını beklersiniz. Genesys'in dağıtım seçeneği, operasyon verimliliği ve ekonomik değerle bunları sunacağına güvenebilirsiniz. Gerçekleştirdiğimiz 1.300'den fazla başarılı geçişten edindiğimiz deneyim, bunu yapabileceğimizin kanıtıdır.

- 10 dakikalık **Müşteri Deneyimi Olgunluk Modeli Yarışmamıza** katılarak şirketinizin mevcut konumunu ve rakiplerinize kıyasla ne durumda olduğunuzu öğrenin.
- **PureBridge hızlı izleme değerlendirmenizi** planlayın ve başarısı kanıtlanmış Genesys kullanım örneklerinden yararlanarak ileriye dönük rotanızı belirleyin.

Nasıl başlayacağınızı merak mı ediyorsunuz?

Şirketinizin müşteri deneyimi vizyonunu kısıtlayan teknoloji sınırlarını aşmaya hazır olduğunuzda Genesys PureBridge yönlendirici geçiş çözümümüz, size en iyi rotayı sunar.



Genesys® her sene dünyanın en iyi müşteri deneyimlerinin 25 milyarından fazlasına katkı sağlıyor. Başarımız her gün tüm kanallarda çalışanların ve müşterilerin görüşmelerini bir araya getirmemizden kaynaklanıyor. 100'den fazla ülkede 11.000'i aşkın şirket en iyi iş sonuçlarını elde etmek için sektörün bir numaralı müşteri deneyimi platformumuza güveniyor. Genesys şirket içi ve bulut çözümleri esnek, doğal ve son derece etkili olacak şekilde tasarlandı. Teknoloji ve insan zekasının en iyi birleşimini ortaya koyarak tam istediğiniz gibi çalışıyoruz.

Bize ulaşın:
0.212.900.3228

veya
genesys.com/tr-tr

Copyright ©2020 Genesys. Tüm hakları saklıdır.
Genesys ve Genesys logosu, Genesys'in tescilli ticari markalarıdır.
Diğer tüm şirket adları ve logoları ilgili şirketlerin tescilli ticari markaları veya ticari markaları olabilir.

Genesys ile **genesys.com/tr-tr**, sosyal medya ve **Genesys blog** üzerinden iletişim kurabilirsiniz.

