



Clientul este întotdeauna prioritatea numărul unu

În prezent, clienții sunt mai exigenți ca niciodată. Ei pot opta dintr-o mare diversitate de furnizori și beneficiază de tot mai multe instrumente de achiziționare. Pretențiile clienților sunt tot mai mari, solicitând informații exact atunci când au nevoie și utilizând metoda pe care o preferă – prin telefon, prin Internet etc. Numărul clienților cu experiență în utilizarea Internetului sporește continuu, ei așteptându-se la reacții instantanee la solicitările formulate, precum și servicii rapide și personalizate.

Pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM), aceste cerințe ale clienților pot fi o mare „durere de cap”, reprezentând un aspect sensibil al dezvoltării. Aceste companii înțeleg că trebuie să reacționeze rapid la cerințele clienților, oferindu-le acestora în timp util informațiile sau serviciile pe care le solicită. Însă acest deziderat este destul de dificil de realizat. Cu toate acestea, pentru IMM-uri este vital să țină pasul cu aceste schimbări, în caz contrar putând fi oricând depășite de competitorii mai „receptivi” și riscând însăși supraviețuirea pe piață a propriilor companii.

A gândi la proporții mari chiar și atunci când ești mic

Numeroase IMM-uri sunt intimidat de anumite servicii pentru clienți – considerând, de exemplu, că nu sunt suficient de mari pentru a-și permite instalarea unui centru de procesare a apelurilor pentru solicitările clienților și preferând să administreze aceste apeluri prin mijloace proprii. Având în vedere numărul sporit de cerințe ale clienților, este posibil ca, pentru companiile mici, satisfacerea lor imediată să se dovedească dificilă. IMM-urile necesită instrumente pentru îmbunătățirea interacțiunilor cu clienții, continuând, în același timp, să se concentreze asupra problemelor pur comerciale – prețuri, produse și eficiență operațională.

Pentru optimizarea reactivității la solicitările clienților, pe agenda multor IMM-uri ar trebui să figureze și „interconectarea proceselor comerciale” – conectarea prin IPC-uri (Internet Protocol Communications) a sistemelor de comunicații la informațiile-client.

Interconectarea

Reactivitate la solicitările clienților nu înseamnă altceva decât comunicare și acces la informațiile care îmbunătățesc comunicarea. În rețele, acest lucru se realizează prin intermediul IPC.

IPC este orice produs sau serviciu care permite persoanelor și companiilor să comunice prin intermediul Internetului. Creat inițial pentru transferurile de date, în prezent, Internetul este considerat tot mai mult drept un instrument pentru simplificarea și flexibilizarea unei game largi de aplicații – inclusiv pentru comunicații de voce și video. IPC-urile oferă aplicații comerciale care îmbunătățesc comunicațiile, permițând utilizarea unor instrumente specifice, precum mesageria unificată, centrele de contact integrate și sistemele de conferințe Rich Media, care combină comunicațiile de voce, de date și video.

Cu toate acestea, pe lângă aceste tehnologii noi, IMM-urile nu trebuie să piardă niciodată din vedere problema securității rețelelor. Companiile trebuie să-și protejeze sistemele de calculatoare împotriva amenințărilor informatice – viruși, viermi, furturi de informații, utilizarea abuzivă de aplicații și atacuri bazate pe tehnici DoS (blocarea serviciilor).

Unul dintre avantajele rețelelor securizate este reducerea timpului alocat contracarării atacurilor informatice sau a efectelor lor asupra sistemelor de calculatoare – acest fapt reflectându-se într-o disponibilitate sporită pentru activitățile comerciale.

Prin urmare, investițiile în securitate permit IMM-urilor să se concentreze în direcția sporirii reactivității la solicitările clienților și a valorificării avantajelor oferite de o „companie interconectată și securizată”.

Clienții

„O companie interconectată beneficiază de o reactivitate și de o inteligență sporite, oferind clienților o calitate a serviciilor (QoS) superioară.” (Kneko Burney, President and Chief Strategist, Compass Intelligence – o companie de consultanță și de studiere a pieței)

Interconectarea permite IMM-urilor să-și mențină reactivitatea vizavi de solicitările clienților sub mai multe aspecte. Iată patru dintre acestea:

1. Oferirea clienților de opțiuni de tipul *self-service* (autoservire)

Pentru a satisface cerințele clienților, companiile trebuie să răspundă la întrebările acestora cu rapiditate și exactitate. Crearea unei pagini Web statice cu întrebări frecvente (FAQ) nu este suficientă. Clienții doresc să programeze întâlniri, să verifice disponibilitatea anumitor produse și să cunoască – la orice oră din zi sau din noapte – situația comenzilor efectuate. Acest lucru se poate realiza prin intermediul „serviciilor Web” bazate pe rețele. Având în vedere actuala diversitate a aplicațiilor și soluțiilor Web, companiile au posibilitatea să creeze site-uri Web dinamice, capabile să răspundă cerințelor reale ale clienților.

2. Securizarea datelor clienților și menținerea accesibilității acestora

Reactivitatea la solicitările clienților depinde în mod esențial de existența unor informații-client complete și exacte. Atunci când informațiile-client sunt disponibile și ușor accesibile în rețea, reactivitatea sporește spectaculos. Orice angajat care răspunde la telefon poate accesa securizat informații-client din rețea, având, astfel, posibilitatea să răspundă imediat solicitării formulate și evitând necesitatea recurgerii la clasicul formulare „Vă vom apela noi mai târziu...”. Oricând este vorba de informații-client, acestea trebuie să fie securizate. Prin urmare, o rețea integrată trebuie să fie fiabilă și sigură – două aspecte esențiale pentru menținerea reactivității la solicitările clienților și pentru securizarea informațiilor lor vitale.

3. Ajutați clienții să găsească ușor compania dvs.

În prezent, mai mult ca niciodată, atunci când doresc să facă achiziții la nivel local, clienții recurg la căutări *online*. Toate site-urile bazate pe motoare de căutare – cum ar fi Google, Yahoo, MSN și AOL – au lansat deja servicii locale de căutare. IMM-urile trebuie să faciliteze găsirea lor de către clienți atunci când aceștia recurg la căutări pe Internet.

4. Ajutați clienții să contacteze persoana potrivită

Deși, în ultimii cinci ani, achizițiile prin Internet s-au extins în mod spectaculos, există încă numeroase persoane care doresc să poată discuta telefonic cu o persoană în carne și oase. În astfel de situații, este vital ca apelurile telefonice să fie prioritare și ca persoana care răspunde la telefon să cunoască „istoria” solicitărilor clienților și să fie capabilă să răspundă inteligent la cerințele specifice ale acestora.

IPC-urile permit redirecționarea apelurilor către alte numere telefonice (de exemplu, către un număr de telefon mobil sau către un număr alocat unei alte persoane). Astfel, se simplifică procesele de apelare, clienții având posibilitatea să contacteze persoana dorită fără a mai fi nevoite să sune, pe rând, la mai multe numere telefonice diferite. Disponând de un software adecvat, aveți posibilitatea să monitorizați angajații care lucrează în alte zone geografice, aflând imediat dacă aceștia sunt disponibili pentru a răspunde solicitărilor clienților și la ce număr telefonic pot fi apelați. Un astfel de instrument facilitează direcționarea apelurilor către persoanele corespunzătoare, clienții având, astfel, o experiență pozitivă a serviciilor de asistență oferite de compania dvs.

Evoluția structurată

IMM-urile care au în vedere implementarea unor tehnologii noi – de exemplu, IPC – pentru îmbunătățirea reactivității la solicitările clienților trebuie să se asigure că o implementează într-o manieră corectă.

Orice tehnologie vizată de un IMM trebuie să se adecveze proceselor specifice ale companiei nu numai în prezent, ci și în viitor. Tehnologia trebuie să fie inteligentă, simplă și sigură din punct de vedere funcțional – prea multă tehnologie nu este întotdeauna un lucru bun. Orice tehnologie implementată pentru abordarea problemelor legate de reactivitatea față de solicitările clienților trebuie să permită IMM-urilor completarea și dezvoltarea soluției adoptate în funcție de evoluția cerințelor acestor clienți.

Prin urmare, o evoluție structurată și planificată va ajuta companiile să țină pasul cu schimbările. De asemenea, o astfel de evoluție poate conferi decidenților comerciali și celor tehnici certitudinea că investițiile tehnologice curente vor contribui atât la realizarea obiectivelor imediate, cât și la reducerea riscurilor și la rentabilizarea proceselor.

Pentru informații suplimentare despre tehnologiile Cisco dedicate în mod specific IMM-urilor, accesați site-ul nostru Web de la adresa

http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns339/networking_solutions_small_medium_sized_business_home.html.