

从“量身订做”到“百花齐放”

王晓晖

北京邮电大学 CTI中心

北京信普飞科科技有限公司

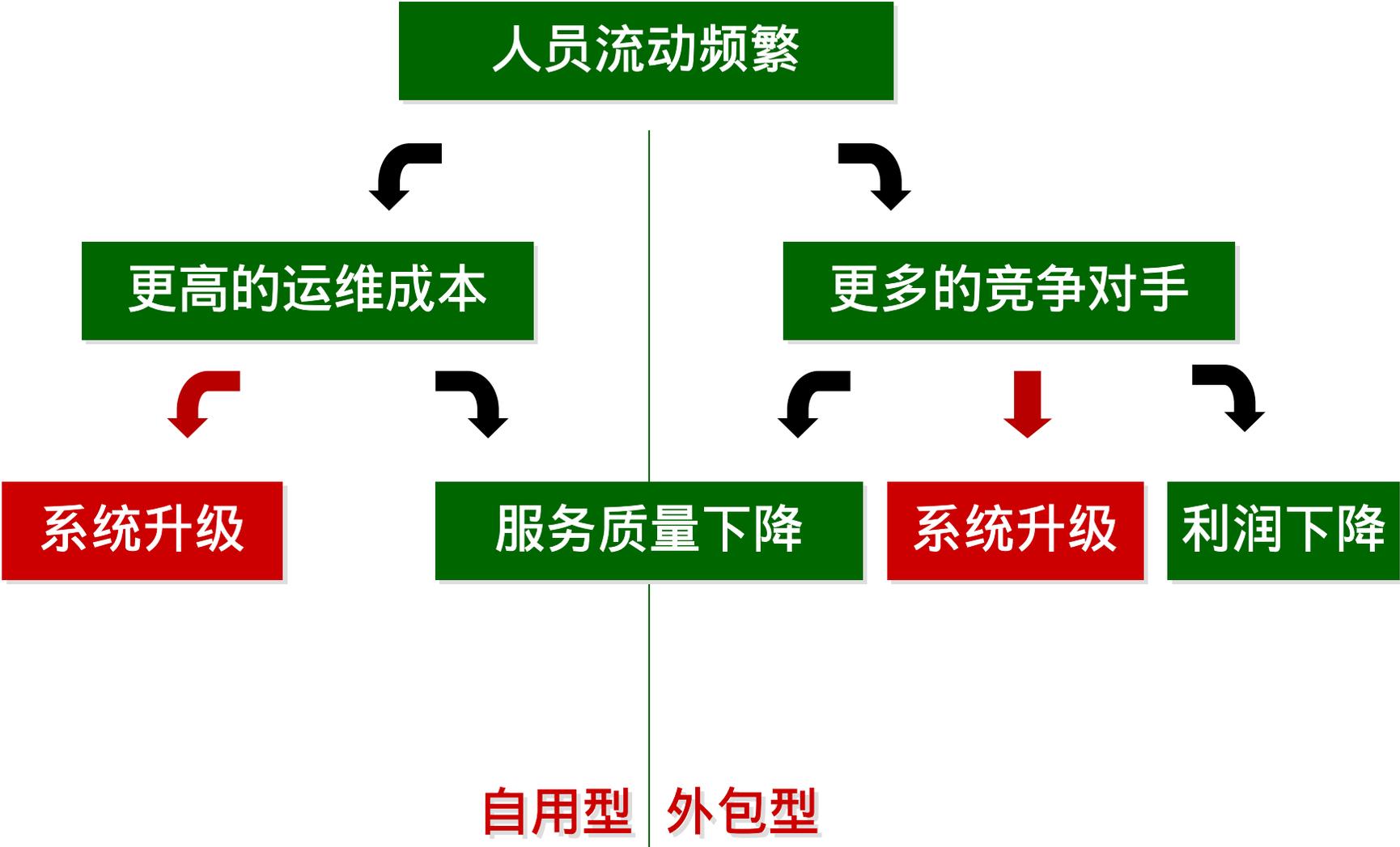
目 录

- 呼叫中心发展的一些困境
- 呼叫中心的发展趋势探讨
- 迎接企业级呼叫中心市场的到来
- SimPerfect简介

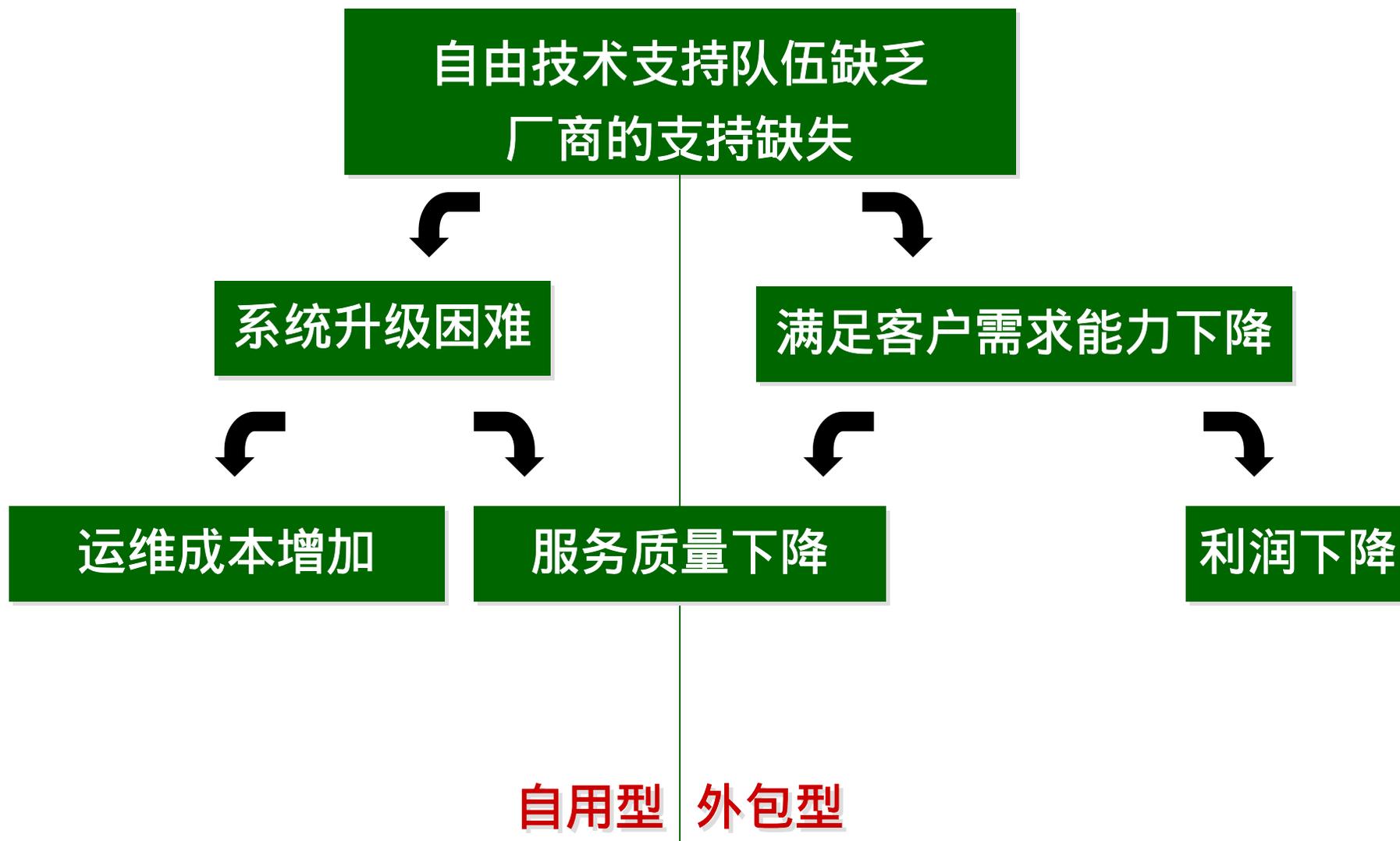
呼叫中心发展的一些困境

- 运营者的短板
 - 人力资源短板
 - 技术支撑短板
- 厂商发展的天花板
 - 规模天花板
 - 效益天花板
 - 生存期天花板

人力资源短板



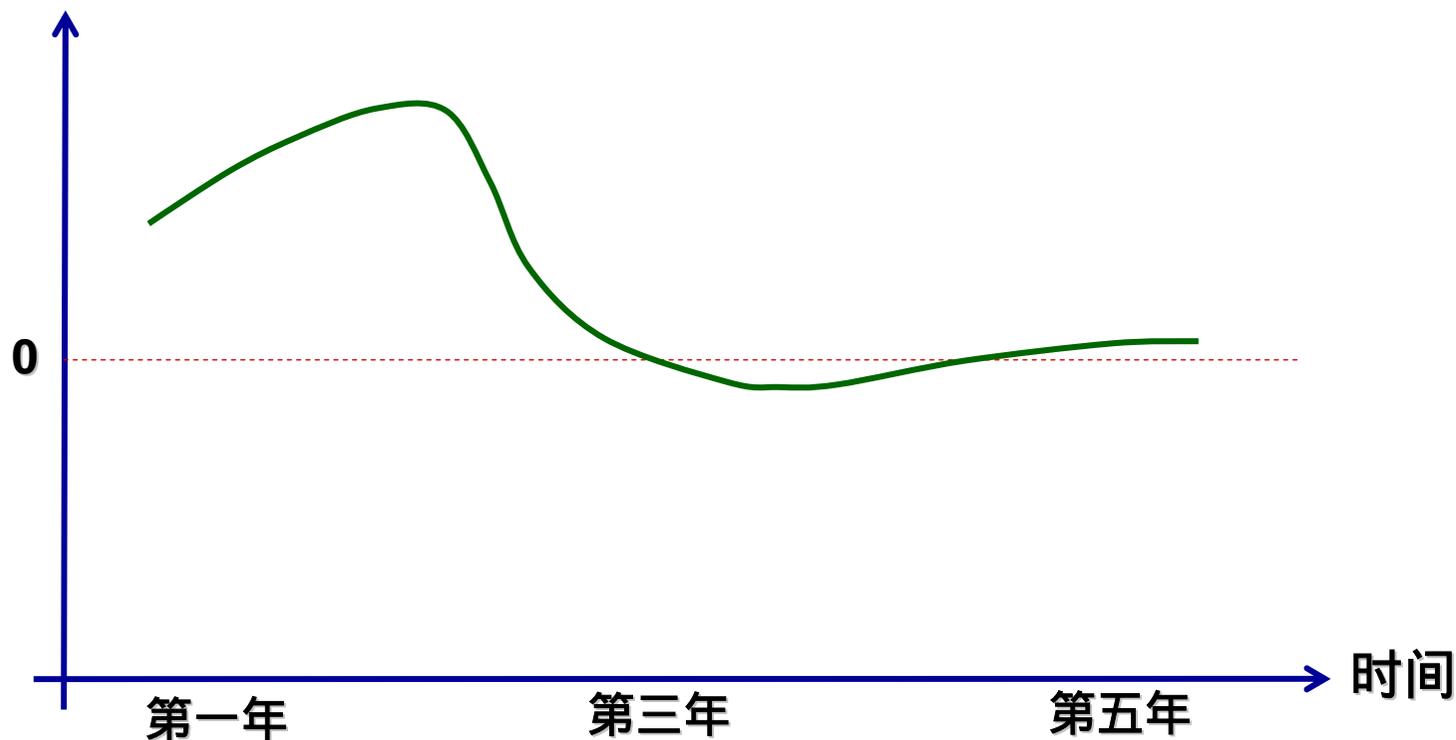
技术支撑短板



效益天花板

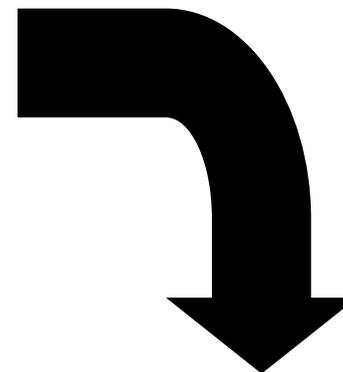
- 公司的人力规模扩大，不能带来相应的效益增长

人力投入平均效益



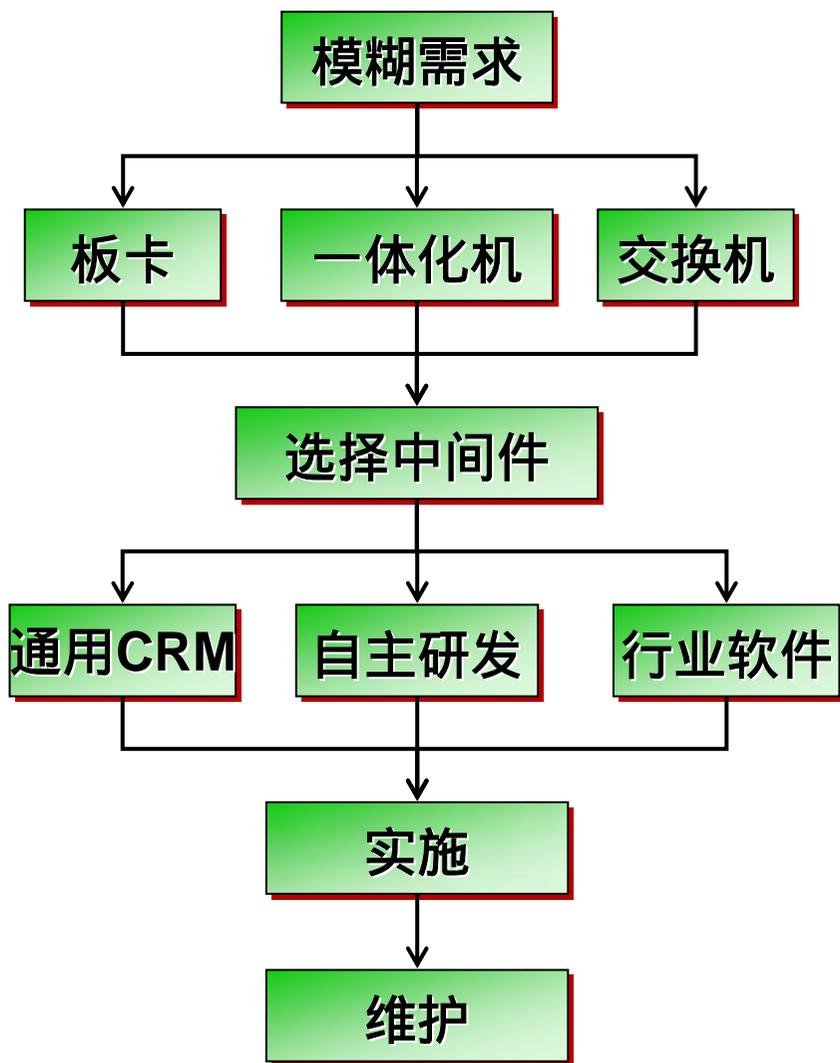
量身订做

1. 进入门槛低
2. 标准缺失
3. 初期市场需求突然放大



市场的无序繁荣

想建一个呼叫中心，处处担心



担心之处

若千个月

技术平台、成本、稳定性

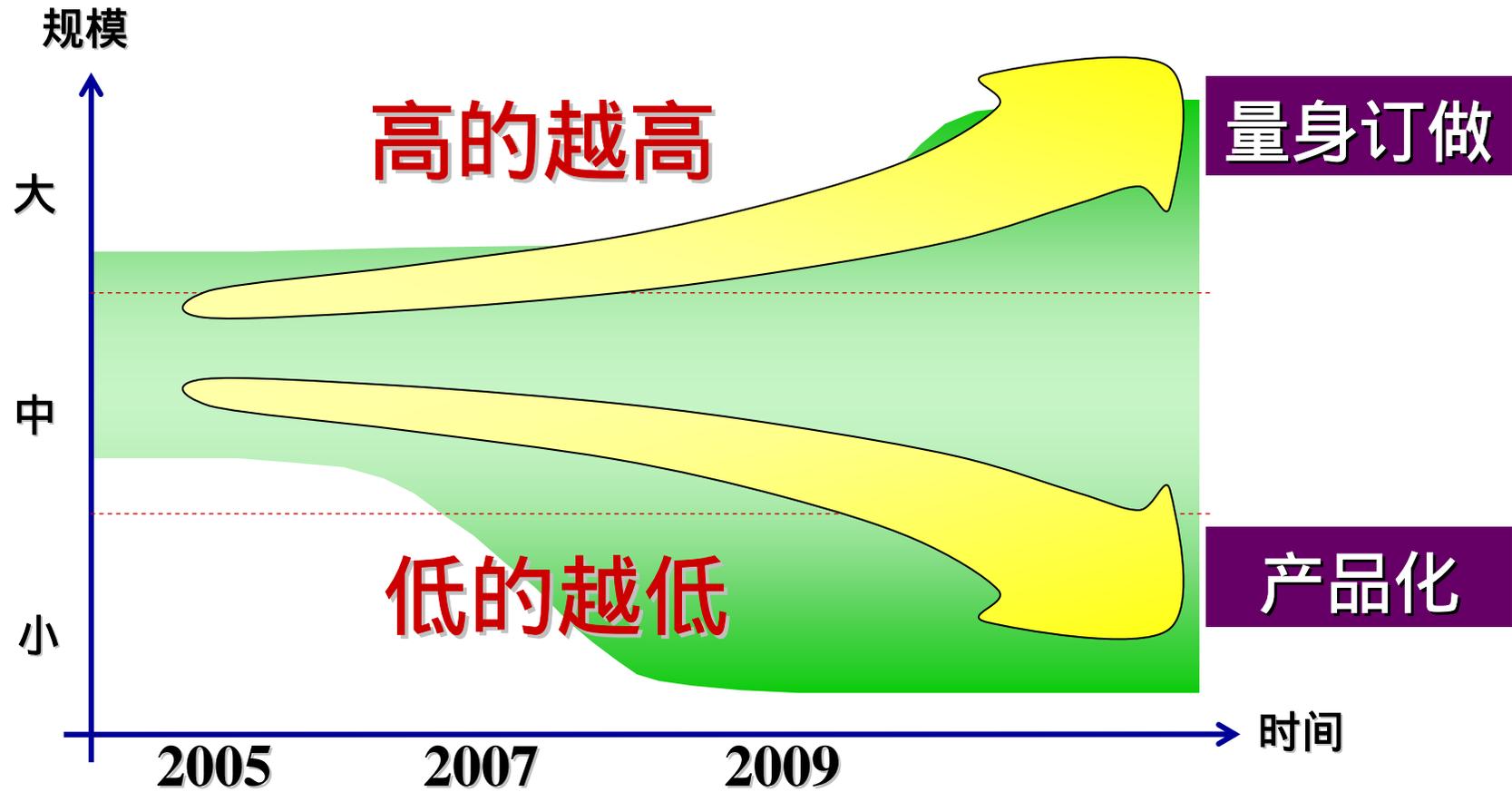
功能、成本、稳定性

业务和需求匹配程度、成本

实施队伍技术能力

维护响应程度、技术能力

呼叫中心发展趋势



高端呼叫中心市场

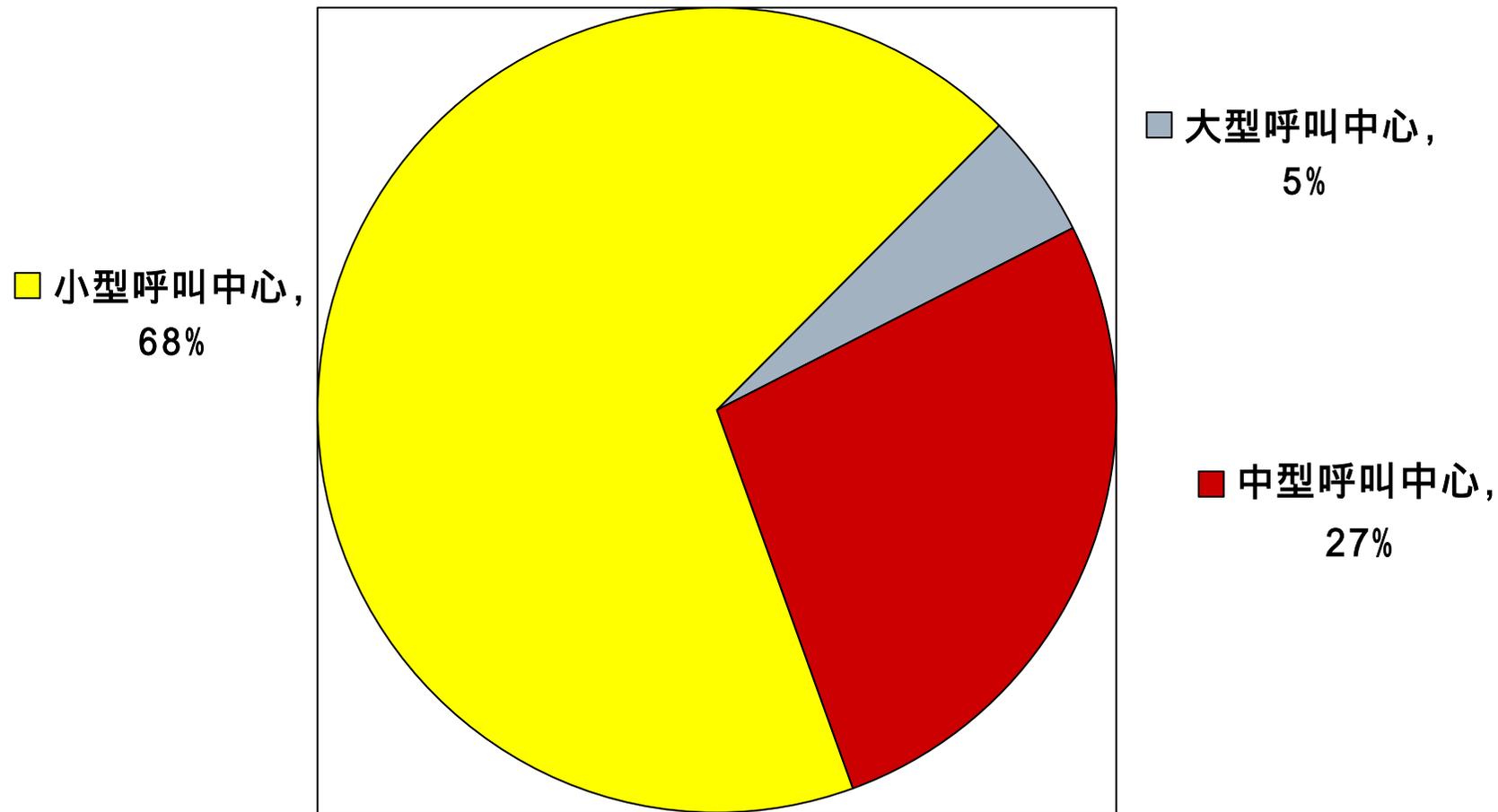
- 项目大、费用高、专业服务要求高
- 自用型
 - 大规模
 - 业务结合紧密
 - 网络化支持
- 外包型
 - 大规模，或者超大规模
 - 业务多样型，要求功能强大和灵活
 - 网络化支持

低端呼叫中心市场

- 功能：具备全面的基本功能
- 价格：很低
- 维护：快捷方便

小型呼叫中心数量最多

2005年国内呼叫中心数量



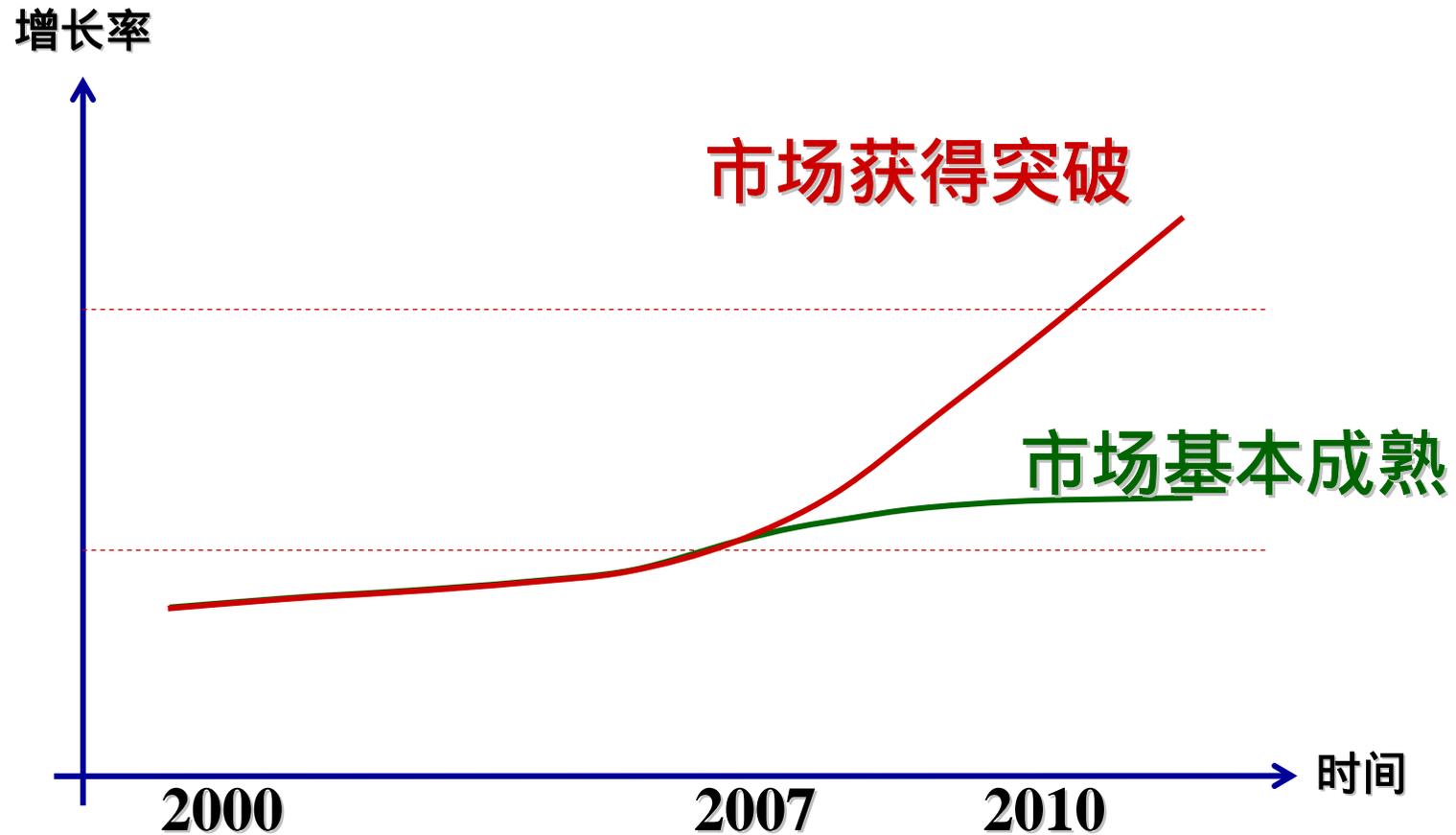
来源：CTI Forum

企业级呼叫中心市场

□ 需求很大

- 企业越来越重视服务，提高服务效率，对服务进行管理。
- 不仅是服务手段，也是盈利手段，尤其是服务型行业。
- 不仅企业需要，政府部门、事业单位也需要提升服务质量
- 国内：4000万中小企业（原国家经贸委中小企业司2003年报告），按千分之二比例，大约8万潜在用户。
- 海外：中小企业更注重服务。

困境能否获得突破



中小企业级呼叫中心市场

□ 难度很大

- 客户成熟度和预期
- 6年来，企业呼叫中心概念2度热炒，均雷声大、雨点小

□ 五大难题

- 功能：简单、实用
- 性能：稳定、灵活
- 价格：便宜、合理
- 实施：简单、方便
- 维护：简单、快捷



我们公司需要一个简单的呼叫中心.....

- 我需要~~一个~~呼叫中心，只要能来电弹屏，业务处理也很简单，大概多少钱？
- 录音要吗？
- 要！
- 监听要吗？
- 要！
- 留言呢？
- 要！
- 三方通话呢？
- 要！
- 统计呢？
- 要！
- 短信呢？
- 要！最好能通过电脑群发短信。而且客户回复的短信能够发给上次的座席。
- 需要看到排队的情况呢？
- 要！
- 有业务系统吗？例如CRM？
- 没有。
- 有技术人员吗？
- 没有
- 几个座席？
- 2个，或者4个，能扩容吧。
-

SimPerfect - - 信普飞科

SimPerfect = Simple + Perfect

- 学院派技术：Perfect
- 实用型产品：Simple
- 依托北京邮电大学CTI研究中心的高科技企业
- 积累**13**年的研究经验和**10**年的实际项目经验
- 成立于**2006**年**9**月**29**日
- **2007**年**2**月**13**日，成为高新技术企业

SimPerfect 与CTI中心

- 信息产业部重点实验室
- 国内唯一研究CTI技术的学术机构
- 94年开始研究CTI技术
- 96年开始国际合作研究
- 97年和实际应用相结合
- 累计超过100名研究生投入到研发过程中
- 2000年进行校企合作，推动研究成果产品化
- 2006年，核心团队回到北邮，创立SimPerfect

企业文化



SimPerfect 的对策

□ 高端市场

- 产品：BasiCall（基础呼） **BasiCall**
- 定位：精品中间件
- 方式：直销
- 合作模式：和集成商配合

□ 企业市场

- 产品：CrystalCall（水晶呼） **CrystalCall**
- 定位：产品化的呼叫中心系统
- 营销方式：分销
- 合作模式商：和分销商联合

为什么定位“精品中间件”

- 高端市场对产品的要求更高
 - 不仅仅提供基本的CTI功能，而且要和业务系统无缝结合
 - 能够随着相关技术的进步而改进
- 高端市场越来越强调服务
 - 产品本身的服务，能否灵活提供新功能？
 - 运营中遇到的难题，能否提供专业的分析服务，并提供合适的解决方案？
 - 能否根据运营的需求，提供进一步的分析数据？
- 精品中间件
 - 产品精、服务精

为什么定位“产品化的呼叫中心系统”

- 产品化的呼叫中心系统，能够解决
 - 实施问题：即插即用
 - 业务问题：集成的标准业务系统
 - 价格问题：标准化产品，批量生产
 - 维护问题：整体更换，逐步升级

- 在产品化的基础上
 - 可以发挥我们的技术优势
 - 可以发挥我们的项目经验优势
 - 有可能解决五大难题

2007年3月31日

- 支持座席规模：2 ~ 600



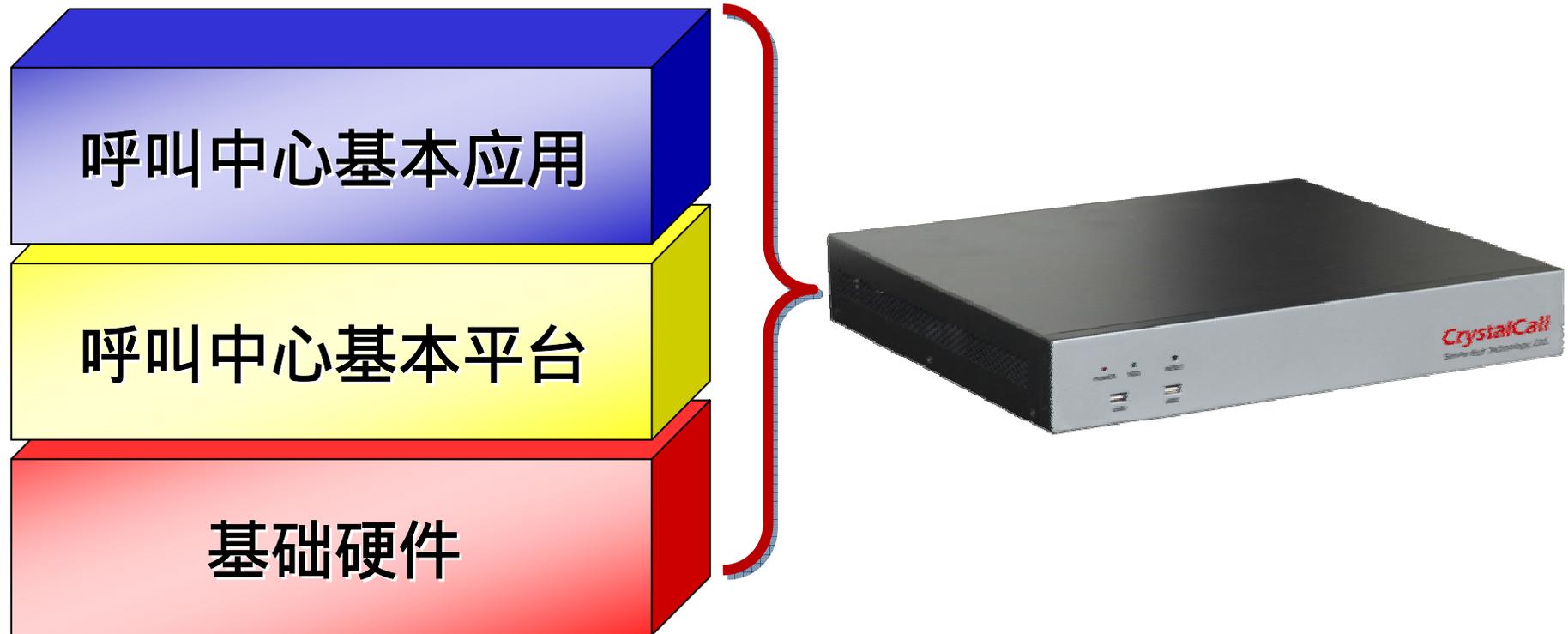
- 支持座席规模：2 ~ 30

CrystalCall (水晶呼)

浓缩在一个盒子里的呼叫中心系统



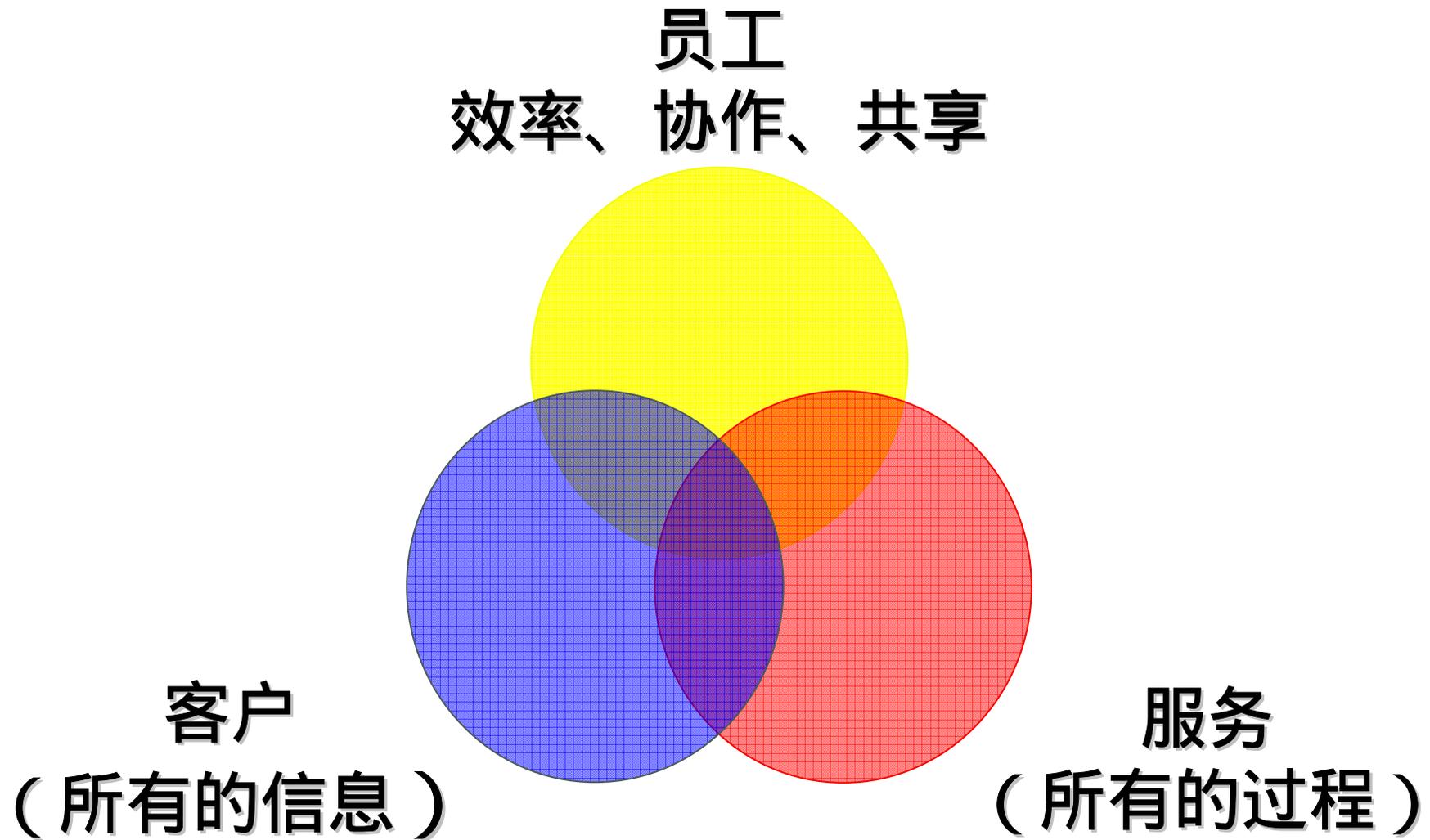
是否有入门级产品



CC功能

1. 呼叫中心（包括ACD、软电话、统计、监控、语音导航、录音）
2. 客户管理
3. 业务受理/工单管理
4. 个人管理
5. 短信
6. 行政调度
7. 知识库
8. 智能外拨
9. 非实时通信手段支持（传真、email、短信）

企业关心之处



CC联网图



如何实现备份和恢复



□ 配置备份

- 配置会自动写入U盘

□ 数据库备份

- 数据会自动写入U盘

□ 录音文件备份

- 录音文件存在硬盘上，可以通过管理工具备份到其他存储设备上。

□ 配置恢复

- 系统自动把U盘中的配置加载到CCBox中

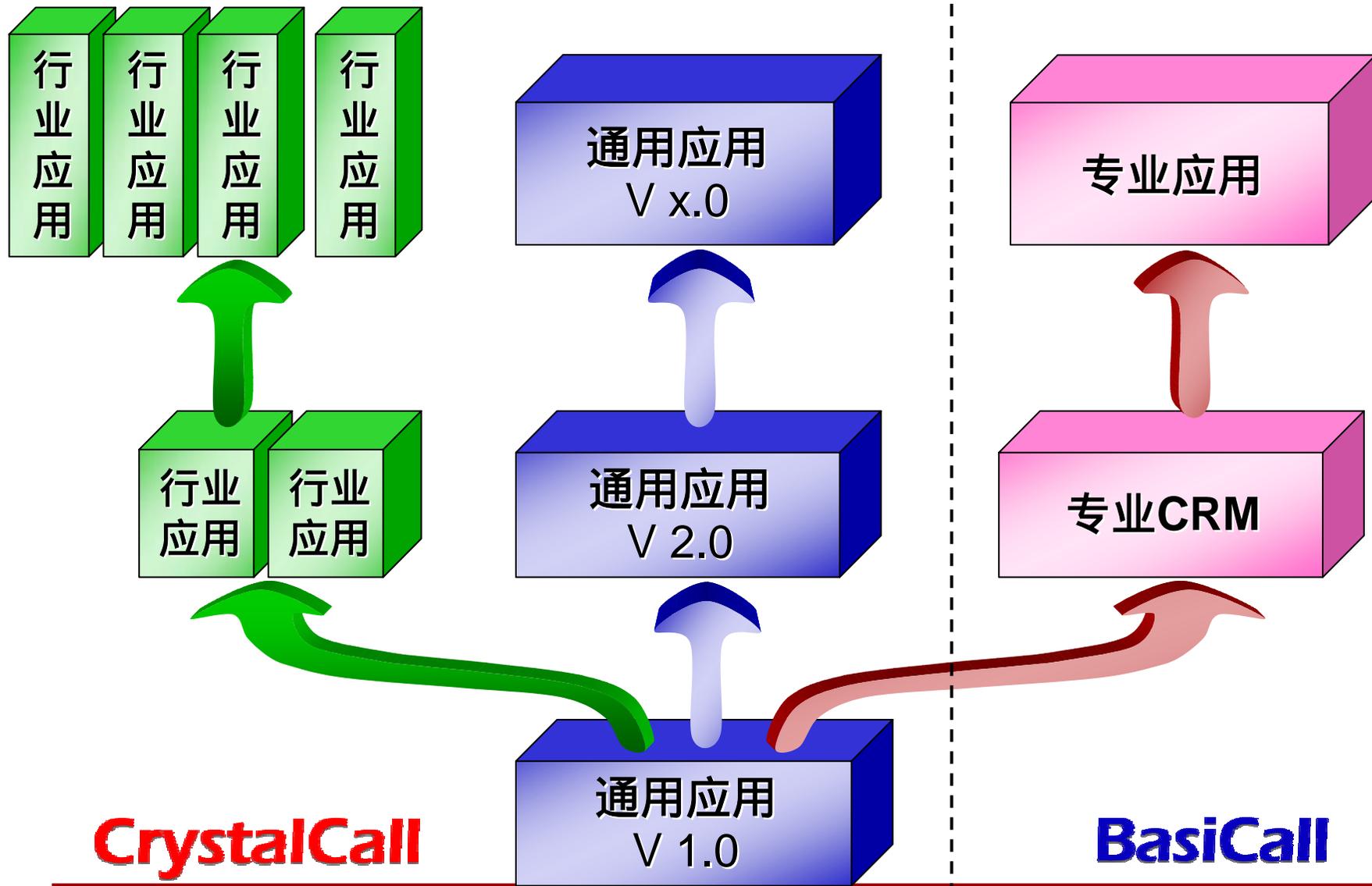
□ 数据库恢复

- 系统自动把U盘中的配置加载到CCBox中

□ 录音文件恢复

- 录音文件可以通过管理工具恢复到CCBox中

CC 1.0不够用？



如何激活企业呼叫中心市场？

让他们先用起来！

谢谢

