

# 呼叫中心简介

产品名称	呼叫中心简介
公司名称	北京大通天成企业管理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市大兴区西红门兴创国际大厦A座909
联系电话	13810861717

## 产品详情

来到新公司，接触到一个新部门—呼叫中心（Call Center），隶属于售后体系。大家可能对呼叫中心的具体工作和运营不太清楚，但是我们其实一直与呼叫中心工作人员打交道。遇到火险，呼叫119，119其实就是政务呼叫中心。那110、120可以称为呼叫中心么？可以的。还有联通、移动呼叫中心员工会联系我们让我们升级套餐。买了一个新手机，电池充不进电，联系售后咨询解决方案，这个联系方式就是呼叫中心的咨询dianhua

### 1.呼叫中心的发展

一个规模化7\*24h服务的呼叫中心是由泛美航空公司建立于1956年，主要是让客户通过呼叫中心预定机票。中国在20世纪90年代中后期引入呼叫中心（Call center），也称为客户服务中心（Customer Care Center）。当时呼叫中心主要集中在移动通讯等领域，如电信、移动、联通等公司，主要为客户提供套餐咨询、投诉等业务。

此后，呼叫中心已经分布在各行各业，产品故障、服务质量问题等都可以通过呼叫中心去反馈。通过呼叫中心进行客户服务、市场营销、技术支持等商业活动已逐渐被采用。

#### 1.1、呼叫中心技术介绍

从技术的角度来看，呼叫中心的发展经历了四代。

一代呼叫中心：人工热线联系方式

一代呼叫中心硬件设备为普通联系机或小交换机（排队机），功能单一、自动化程度低。多用于用户咨询、投诉，适合于业务量较小的企业使用。

一代代呼叫中心

第二代呼叫中心：交互式自动语音应答系统

一代呼叫中心对话务员要求较高，劳动强度大，功能单一。第二代呼叫中心系统随即应运而生。广泛采用了计算机技术，如通过局域网技术实现数据库数据共享。采用自动呼叫分配器均衡座席话务量、降低呼损，提高客户满意度等。

## 第二代呼叫中心

第三代呼叫中心：兼有自动语音和人工服务的客服系统

第三代呼叫中心采用计算机集成（CTI）技术实现了语音和数据同步。采用软件来代替专用的硬件平台及个性化的软件，采用标准化的软件平台和硬件平台，使得呼叫中心成为一个纯粹的数据网络。同时还支持虚拟呼叫中心功能（远程代理）。

## 第三代呼叫中心

第四代呼叫中心：网络多媒体客服中心。

第四代呼叫中心具有接入和呼出方式多样化的特点，支持、VoIP、手机短信息、电子邮件等多种通信方式。能够切换各种沟通方式，实现文本到语音、语音到文本、E-mail到语音、语音到E-mail等格式切换。第四代呼叫中心引入了语音自动识别技术，可自动识别语音，实现文本与语音双向转换，实现人与系统的自动交流。第四代呼叫中心是一种基于Web的呼叫中心，能够实现Web Call、非实时任务请求等功能。

## 第四代呼叫中心

不同代次的呼叫中心的功能有较大区别。

一代呼叫中心以提供信息服务为主的呼叫中心，代表案例是114信息服务台。

第二代：不仅提供信息服务，而且可以形成交易。并设有订单系统，它已成为电子商务的重要部分。如预订机票等业务，功能配置要比114完善得多。

第三代：一代和第二代呼叫中心，不管是信息服务还是形成交易，都是用户呼入后再提供服务，属于一个被动服务的过程。第三代则是希望以客户为中心，服务好客户，提高用户满意度。

呼叫中心的功能展望：国内呼叫中心一直侧重于客户服务中心，注重提升客户服务质量和效率。近些年来，基于呼叫中心的电视购物等业务疯狂展开，使得呼叫中心在营销业务也能发挥举足轻重的作用。

## 1.2、呼叫中心的规模发展

呼叫中心分布在各行各业，产业规模不断扩大。座席总体规模也从1998年的7.2万上升到2009年的34.5万并且呈现不断增长的态势。

## 1.3、企业为什么要建立呼叫中心？

基于服务质量和效率：市场竞争越来越激烈，提升客户服务质量和效率成为越来越多的企业和政府的重要目标。

基于营销：呼叫中心可以作为新型营销渠道给企业带来收入，而成本相比传统营销却低很多，实现主动的客户营销。

用户反馈及自身流程优化：收集客户信息和市场信息，与企业财务信息和业务战略相融合，对自身业务

流程进行梳理和优化。

## 2. 呼叫中心的规划

### 2.1、业务规划——呼叫中心定位

公司在立项准备创建呼叫中心的时候？应该定位呼叫中心的业务类型是什么。如只是咨询和信息服务型（主要为客户提供产品咨询和信息服务），还是售后服务型（主要提供售后服务和支持），或营销型（主要做产品市场推广、商机挖掘和销售），或外包型（将自己的业务外包给的呼叫中心）。如笔者所在公司呼叫中心售后服务型的，主要提供售后服务及支持，呼叫中心的首要指标就是提高用户满意度。

不同的业务定位，将会形成不同的需求建设重点。售后服务型主要解决大量呼入业务咨询，建设相关知识库，对话术进行标准化管理。营销型的重点是外拨和调查问卷管理等。外包型主要考虑选择合适的服务提供商及如何协调相互的关系等。

### 2.2、技术规划

是否需要短信、Web接入、E-mail接入等全部或部分接入方式，是自动外拨还是有人工外拨？

### 2.3、组织规划

通用的组织规划有职能型结构、项目型结构、矩阵型结构等几种。

#### （1）职能型结构

将组织细分为运营部，市场部，销售部，培训部，财务部，各司其职。打个比方，要装配一辆汽车，部门A负责装前右车门，部门B只负责装前左车门，部门C负责喷漆等。

#### （2）矩阵型结构

综合职能型结构和项目型结构的优点，在部门职能分工的基础之上加入项目管理的方法，对资源进行整合利用，也可保障项目的专项管理，有项目经理对具体事务负责。

#### （3）项目型结构

工作任务按项目类型进行部门化。来了一个项目，设一个项目经理，有自己的运营人员，市场人员，培训讲师，财务人员，都只对他负责。