

КРУГЛЫЙ СТОЛ

IP-коммуникации – проверка на прочность

Особенности внедрения и использования корпоративных систем IP-телефонии в современных условиях

Как в условиях нынешнего кризиса могут измениться подходы к оценке экономической эффективности и побудительные мотивы к внедрению систем IP-коммуникаций?



ИЛЬЯ АСРИЯН,
специалист Центра
Компетенции
по программным
Приложениям,
Siemens Enterprise
Communications

В условиях дефицита свободных денежных средств такие аргументы, как имидж компании, перспективность решения, интерес к новым технологиям, удобство администрирования, отходят на второй план. Предлагаемые решения должны быть ориентированы, прежде всего, на повышение экономических показателей работы предприятия. Аргументами для внедрения IP-коммуникаций могут стать: уменьшение стоимости рабочего места при расширении; отказ от развития и поддержки независимой телефонной кабельной сети; возможность работы из дома и как следствие экономия на аренде офисных помещений, транспорте и мобильной связи; оптимизация использования фиксированных и мобильных сетей связи; простота развертывания небольшого удаленного офиса; возможности применения шифрования трафика в локальных и публичных сетях; сокращение затрат на командировки и как следствие повышение качества конференц-связи и средств совместной работы. Сильным мотивом могут стать и принципиально

новые функции, позволяющие повысить эффективность работы сотрудников и предприятия в целом, которые получает заказчик при переходе к унифицированным коммуникациям на базе IP. К примеру, такая простая функция, как сервис единого номера, при правильном исполнении способна минимизировать затраты на мобильную связь для сотрудников.



ЛЕВ ГИТЕР,
директор по маркетингу,
компания «Айпинэт»

Кризис напрямую повлиял на изменение подходов к внедрению систем IP-коммуникаций. По понятным причинам большинство компаний в нынешней нестабильной ситуации вынуждены внести определенные коррективы в ведение своего бизнеса, в том числе и при формировании ИТ-инфраструктуры. Для крупных сетевых компаний внедрение IP-телефонии, например, на основе VSAT-оборудования, более выгодно, чем ее организация с использованием наземных каналов. В своей работе компании вынуждены ориентироваться на краткосрочное планирование, и фактически любое предприятие может оказаться

перед необходимостью в короткие сроки значительно сократить количество своих региональных представительств. Установка, развертывание и интеграция VSAT-сети осуществляются в несколько раз быстрее, чем ее построение на основе любой другой технологии.

Еще одно преимущество IP-телекоммуникаций, основанных на VSAT технологии, заключается в том, что вся информация проходит через единого провайдера, который не только несет полную ответственность за качество предоставления услуг, но и позволяет выдерживать единую ценовую политику на всей территории РФ, что особенно удобно и важно для крупных сетевых компаний. При этом в территориально удаленных районах стоимость построения VSAT-сети намного дешевле, чем построение оптоволоконной сети.



**АЛЕКСАНДР
ЛЕБЕДЕВ,**
директор департамента
телефонии и контакт-
центров
компания TopS BI,
«Группа Систематика»

Одно из основных преимуществ IP перед традиционной телефонией – существенное сокращение затрат на СКС, а также простота и дешевизна при соединении географически распределенных офисов в единую телефонную сеть. IP-трафик в несколько раз дешевле традиционного телефонного. В условиях жесткой экономии разумным видится выбор именно IP для новых инсталляций и апгрейда физически и морально устаревших АТС.



**АЛЕКСАНДР
НОВИКОВ,**
руководитель Центра
компетенции по решениям,
Avaya ГК ЛАНИТ

Сейчас любые новые проекты должны в обязательном порядке сопровождаться оценкой рентабельности инвестиций. Заказчики и подрядчики должны иметь точный ответ на вопрос «зачем». Если тема просто «стоит в плане», то с большой вероятностью от нее откажутся в пользу более важного для компании проекта. Традиционного ответа об экономии на междугородном трафике может быть недостаточно, поскольку операторы тоже готовы в кризис снижать тарифы. Скорее, стоит вести речь об управляемости, мобильности, внедрении дополнительных сервисов.



**ДМИТРИЙ
СИНИЦЫН,**
директор по маркетингу,
«КОМКОР» (торговая марка
«АКАДО Телеком»)

Экономический кризис, разумеется, затронул и телекоммуникации, но не так сильно, как другие отрасли, и потребность людей в общении пока не пропала. Более того, когда потребители сталкиваются с повышением цен на услуги, они логично ищут более дешевые варианты. IP-коммуникации сейчас могут им это предложить. Переход на IP в корпоративных проектах обоснован еще и тем, что появляющиеся после такого перехода дополнительные сервисы позволяют сразу повысить продуктивность работы сотрудников, а значит, и эффективность самого бизнеса.



ПАВЕЛ ТЕПЛОВ,
менеджер по развитию
бизнеса, Cisco

Внедрение системы корпоративной IP-телефонии всегда являлось следствием стремления снижения расходов: как стоимости развертывания системы в новом

офисе, так и стоимости межофисного телефонного трафика и себестоимости технического сопровождения. Те компании, которые ранее внедрили системы корпоративной IP-телефонии, сейчас при необходимости переездов офиса из центра города в область имеют конкурентное преимущество за счет того, что стоимость работ по «перекоммутации» значительно ниже. Для других компаний сейчас существует возможность перейти на использование как минимум технологии VoIP для подключения удаленных выносов (новых офисных площадок) к основной коммуникационной инфраструктуре, а также создания полно-подключенных домашних офисов.



АЛЛА ТИНЬКОВА,
руководитель направления
Alcatel-Lucent, компания
CompTek

Наша компания провела экономическую оценку и определила мотивы внедрения таких систем еще в начале 2000-х гг. Этот вопрос было предложено рассматривать по шести аспектам: гибкость архитектуры – переход на IP ведет к более эффективному использованию уже сделанных вложений; построение интеллектуальной сети – более эффективная маршрутизация вызовов, способствующая снижению расходов, и централизованное управление; повышение надежности и полная доступность; сокращение расходов на управление единой сетью; гибкость и мобильность персонала; повышение эффективности обслуживания клиентов. Как видите, ни один из этих аспектов не подвластен кризису. Кризис может только ускорить процесс внедрения IP.



ВИТАЛИЙ ТОМИЛКО,
технический руководитель
направления
«Корпоративные сети»,
компания «Открытые
Технологии»

В условиях нехватки финансирования очень важно правильно рассчитать экономическую эффективность инвестиций с учетом амортизации, издержек, получаемого дохода и т. д. Уже обозначилась тенденция закрытия проектов, у которых срок окупаемости более пяти лет. Среди

основных побудительных мотивов к внедрению систем IP-коммуникаций сегодня можно выделить: решение возникающих проблем или потребностей (проведение совещаний, конференций, тренингов); желание получить дополнительную прибыль, в том числе путем сокращения издержек (на мобильную или стационарную телефонную связь, а также предоставленные для клиентов режима «постоянной доступности» сотрудников); необходимость улучшения имиджа компании – данный мотив характерен в условиях роста и позволяет лучше позиционировать себя среди конкурентов.



АНДРЕЙ ТЮКАЧЕВ,
системный инженер
компания «Verysell
Проекты»

Скорее всего, будет меньше комплексных проектов, но сохранятся или даже расширятся применения для решения конкретных задач снижения затрат, например на междугородную связь, или реализации взаимодействия в рамках аутсорсинга. Можно также предположить возрастание интереса к надомным сотрудникам с использованием IP-коммуникаций для включения их в единую корпоративную телефонную сеть.



**НИКОЛАЙ
ШКОЛЬНИКОВ,**
руководитель группы АТС
отдела телекоммуникаций
системного департамента,
ООО «Панасоник Рус»

Многие руководители компаний, которые скептически относились к перспективам внедрения новых технологий, в нынешних условиях могут изменить свое отношение. Реальная выгода использования различных каналов связи для выбора более экономичного способа организации телефонных разговоров будет влиять на выбор решения в области телефонии. Несмотря на сложившуюся экономическую ситуацию, некоторые аналитики прогнозируют дальнейшее развитие рынка ШПД в России. Соответственно, большее количество компаний по всей России сможет воспользоваться преимуществами IP-телефонии.

Переход к унифицированным коммуникациям (UC), представляющим собой эволюционное развитие IP-коммуникаций, — довольно сложный комплексный проект, требующий серьезной перестройки бизнес-процессов. Каковы возможные пути и этапы такого перехода, позволяющие минимизировать бизнес-риски?

ИЛЬЯ АСРИАН

Эффект от внедрения новых технологий тем выше, чем глубже они проникают в различные бизнес-процессы компании. А функции унифицированных коммуникаций, которыми не умеют или не хотят пользоваться сотрудники, так же бесполезны для бизнеса, как мобильный телефон, всегда лежащий дома. Оптимальным путем перехода является модернизация существующих систем, и преимущество будут иметь производители (и их заказчики), которые при переходе на новый этап развития могут обеспечить максимальное использование ранее приобретенного оборудования и ПО, в том числе других производителей. Постепенная миграция абонентов и пользователей со старых систем, обеспечивающих базовый функционал, в новое ИТ-пространство унифицированных коммуникаций — залог непрерывности бизнеса. Этот процесс может занимать от нескольких месяцев до нескольких лет. Необходимо выбрать производителя, который предлагает решение, наиболее полно соответствующее потребностям бизнеса, как в данный момент, так и в перспективе. Кроме того, важно, чтобы предложенное решение предоставляло открытые программные интерфейсы и протоколы. Унифицированные коммуникации — не место для «черных ящиков». Набор сервисов, доступных пользователям, должен легко наращиваться установкой ПО, активацией лицензий или внедрением программных компонентов собственной разработки.

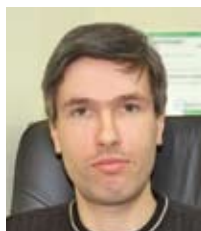


НАТАЛИЯ ДЬЯКОНОВА,
руководитель
департамента
телекоммуникаций
компании КРОК

Внедрение UC — не сложный проект, и он не требует перестройки бизнес-процессов. UC необходимы в каждом офисе уже просто потому, что это переход на новый, более эффективный уровень взаимодействия. За счет интеграции привычных технологий UC дают возможность управлять своими коммуникациями, что особенно важно сейчас, когда идет сокращение штатов, и нагрузка на сотрудников возрастает. Распределять эту нагрузку посредством UC намного дешевле и эффективнее. Унифицированные коммуникации позволяют оптимизировать рабочее время, проводить удаленное обучение, организовывать конференции с возможностью одновременно обсуждать и вносить корректировки в документы — все это тоже имеет значение.

АЛЕКСАНДР НОВИКОВ

Минимизировать риск неудачи и зря потраченных денег можно, только двигаясь постепенно. Надо выбрать концепцию, производителя, продукт и внедрять сервисы поэтапно, начиная с очевидно необходимых, например, с интеграции фиксированной и мобильной связи. Решения класса «все включено» в нынешней экономической ситуации могут оказаться излишними. В конце концов, все решения ведущих производителей в той или иной степени отвечают концепции унифицированных коммуникаций.



ДЕНИС СИЗОВ,
ведущий специалист
по мультисервисным
системам связи компании
«Информсвязь»

Если внедрение IP-телефонии влечет за собой лишь смену технологии связи, то UC уже вторгаются в принципиально иную область — логику ведения бизнеса предприятия. Реализация проекта, затрагивающего уровень бизнес-процессов предприятия, связана с немалыми рисками и затратами. Перестройка устоявшихся бизнес-процессов может оказаться весьма

болезненной и не найти понимания у сотрудников. Не все компании готовы решать проблемы столь ответственного интеграционного проекта. Поэтому за правильную постановку задачи, подготовку ТЗ, выбор решений и продуктов должен отвечать системный интегратор.

Главный вопрос, на который следует ответить при внедрении UC, — зачем это нужно, что получит компания и насколько заинтересованы пользователи. Несмотря на разнообразие мотивов внедрения UC, глобальная причина одна — экономия средств. Внедрение UC на предприятиях разумно начинать с построения пилотных зон, предлагая UC как дополнительную опцию, например, к системе IP-телефонии. На основе таких пилотных зон можно произвести обкатку новых технологий, понять, как вписать технологии в бизнес-процессы и в каком направлении оптимизировать последние.



ВАЛЕРИЙ СОКОЛЮК,
директор департамента
телекоммуникационных
решений компании
«Би-Эй-Си» группы
«Астерос»

Парадокс, но основным барьером на пути извлечения всех выгод от перехода на IP-коммуникации становится неполная готовность бизнеса к получению этих преимуществ. Предлагаемое IP-решение должно укладываться в бизнес-логику, и компания должна использовать потенциал IP-коммуникаций наиболее полно. Это требует определенной ломки традиций. Важно точно просчитать и составить картину тех изменений, которые произойдут после перехода на IP-коммуникации. Это позволит заранее выявить сложности и успешно разрешать их. К примеру, таким образом можно подготовиться к тому, что в результате автоматизации процесса распределения вызовов снизится нагрузка на сотрудников и, следовательно, появится возможность для оптимизации трудовых ресурсов.

ПАВЕЛ ТЕПЛОВ

В настоящее время архитектура унифицированных коммуникаций представляет собой набор сервисов, решающих ту или иную задачу унификации (Presence, универсальная почта и т. д.). Если компания решила внедрить систему унифицированных коммуникаций, то основным риском здесь является «несовместимость»

отдельных унифицирующих компонент. Ввиду многообразия и непредсказуемости форм взаимодействия, которые могут использовать сотрудники компании, решать вопрос минимизации риска путем уменьшения количества внедряемых компонент необоснованно, так как возникает риск не внедрить то, что станет нужно уже через «неделю». В такой ситуации снижение риска возможно за счет его переноса на плечи производителя или интегратора, предлагающего законченное, end-to-end решение и имеющего соответствующий опыт на рынке.

ВИТАЛИЙ ТОМИЛКО

Основные бизнес-риски, которые могут возникнуть при миграции на унифицированные коммуникации, – это увеличение срока окупаемости и издержек из-за ошибок в расчете экономической эффективности перехода, а также появление незапланированных дополнительных инвестиций. Даже если проект призван сократить издержки, всегда возникают вопросы – какого производителя выбрать, какое влияние проект окажет на существующее информационное взаимодействие и как это скажется на общих затратах на ИТ. Ведь здравый смысл унификации коммуникаций заключается в снижении общей стоимости владения. Что эффективнее – разовые инвестиции и полная замена оборудования традиционной телефонии или постепенная миграция? В первом случае – существенные финансовые вложения, во втором – увеличение издержек в связи с одновременной эксплуатацией обоих систем. Для минимизации бизнес-рисков необходимо просчитывать экономическую эффективность на несколько лет вперед.

НИКОЛАЙ ШКОЛЬНИКОВ

Прежде всего, сложность перехода зависит от требований заказчика к таким проектам. Одним из немаловажных факторов является возможность использования уже установленных систем. Если установленная система изначально имела модульную структуру с возможностью поддержки новых технологий, то переход можно осуществить путем установки дополнительных модулей для организации UC.

Важным аспектом является обучение персонала новым возможностям, так как изначально персонал будет негативно воспринимать все новое. Для того чтобы вложения в модернизацию или разворачивание новой системы оправдали ожидания и положительно отразились

на бизнес-процессах, персонал должен использовать функционал новых систем. Решение этих вопросов позволит компаниям в дальнейшем получить реальные выгоды от внедрения UC.

Сегодня многие производители решений в области IP-коммуникаций объединяют усилия для создания совместимых продуктов. Можно ли считать текущую ситуацию с совместимостью решений и продуктов разных производителей удовлетворительной?

ИЛЬЯ АСРИЯН

На мой взгляд, большинство производителей IP-коммуникаций сегодня не прилагают особых усилий, чтобы обеспечить возможность эффективного применения их продуктов в гетерогенных комплексах и сетях. Даже при использовании стандартизованных протоколов существуют значительные сложности и ограничения для стыковки систем разных производителей. Совместные разработки в области унифицированных коммуникаций, конечно, ведутся. Для одних производителей это, прежде всего, способ компенсации недостатков отдельных продуктов. Для других совместные решения могут гарантировать участие в рабочих проектах партнерской компании. При выборе решения для своей организации заказчику стоит учитывать его совместимость с оборудованием и ПО сторонних производителей.

АЛЕКСАНДР ЛЕБЕДЕВ

Ситуацию можно назвать удовлетворительной, и есть тенденция к улучшению. Однако до сих пор даже в рамках стратегических альянсов между производителями по выпуску интегрированных продуктов нередко возникают сложности. Это и самостоятельное развитие продукта и протоколов одним из участников альянса без должного согласования с другим производителем, и, что крайне важно для потребителей, нечетко регламентированные условия оказания технической поддержки интегрированных продуктов.

ДЕНИС СИЗОВ

С одной стороны, для UC характерно стремление к стандартизации – заказчик не будет вкладывать деньги в закрытое решение. С другой – это довольно молодая технология, и основные стандарты для нее только начинают разрабатываться. Пока с высокой долей вероятности можно сказать, что в основе UC будет открытый протокол SIP, а архитектура построения систем будет соответствовать модели SOA. Важную роль в стандартизации играют отраслевые альянсы. Такие объединения производителей уже охватили большую часть рынка UC. Стандартизация унифицированных коммуникаций в конечном итоге должна привести к возможности свободного выбора компонентов от разных производителей для формирования готового решения. Но мы лишь в начале пути.



АРТЕМ СОКОЛОВ,
начальник управления
сетевых технологий
компании «Техносерв»

Действительно, ведущие производители работают в этом направлении. Базовый функционал уже неплохо освоен, однако на российском рынке пользователи с настороженностью относятся к нововведениям, несмотря на то что удобства объединения, например, средств электронной почты и корпоративной телефонии, очевидны, и в ряде организаций уже с успехом реализуются.

ПАВЕЛ ТЕПЛО

К сожалению, несовместимость встречается не только на программном уровне, но и на аппаратном. Например, даже в традиционной TDM-телефонии, базирующейся на устоявшихся стандартах, производители «умудряются» создавать несовместимые продукты. Наиболее известной болезнью являются «петли» на транковых стыках между станциями разных производителей. Ведущие производители коммуникационных и программных решений на протяжении нескольких лет ведут работы по обеспечению совместимости своих продуктов, и основным мотивом в этом процессе является стремление соответствовать ожиданиям клиентов. Но, тем не менее, ввиду высокой скорости появления на рынке новых продуктов, говорить о тотальной совместимости, конечно же, преждевременно.

АНДРЕЙ ТЮКАЧЕВ

На мой взгляд, ситуация с совместимостью продуктов разных производителей в области IP-коммуникаций имеет тенденцию к улучшению. Производители начинают уделять все больше внимания отладке и тестированию взаимной работы своих продуктов с продуктами других компаний. Существует понимание того, что в конкурентной борьбе преимущество приобретает тот продукт, который сможет обеспечить заказчику максимальную гибкость при интеграции с существующими системами. Однако считать ситуацию удовлетворительной пока рано – предстоит еще много работы, прежде чем будет достигнута взаимная совместимость продуктов основных игроков на рынке IP-коммуникаций.

В качестве дополнительных услуг операторы и провайдеры предлагают услуги виртуального офиса, виртуальной УАТС и т. п. Насколько функциональность предлагаемых услуг способна удовлетворить потребности компаний в современных коммуникациях? На какую категорию бизнес-пользователей они рассчитаны? Изменится ли спрос на аутсорсинговые услуги в условиях кризиса?

НАТАЛИЯ ДЯКОНОВА

Так сложилось, что в России подобные услуги востребованы в основном небольшими компаниями. Думаю, кризис заставит обратиться к таким услугам и средние предприятия. Однако крупные корпоративные заказчики до настоящего времени предпочитали иметь эти сервисы в своем пользовании, управлять ими, и вряд ли они перейдут на подобный вид услуг.

АЛЕКСАНДР НОВИКОВ

Услуги IP-Centrex рассчитаны в первую очередь на малый и средний бизнес. У таких услуг есть очевидные преимущества: не надо вкладываться в оборудование, ПО, инсталляцию и поддержку, нет риска ошибки в выборе платформы. Крупный бизнес, имеющий историю развития собственной инфокоммуникационной среды, вряд ли заинтересуется услугой. Есть опасность утечки данных, возможны перебои в сервисе. Да и операторы аутсорсингового call-центра получают деньги за потраченное время, а не за результат. Аналогия простая: если где-то жить, то квартиру снимают или покупают (если есть подходящий вариант и деньги на покупку).

ДМИТРИЙ СНИЦЫН

К услуге «виртуальная УАТС» (или УАТС на аутсорсинге) прибегают те компании, которым нужно быстро и без больших затрат телефонизировать один или несколько офисов. Особенно привлекательной услуга становится для тех компаний, чьи офисы располагаются в разных зданиях или даже городах. Что становится более актуальным в условиях кризиса, компания получает возможность переезда в новый офис с сохранением работоспособности внутренней телефонной сети. По некоторым оценкам, расходы клиента в пересчете на одно рабочее место снижаются на 30–50%. Заказчик при этом экономит деньги и время, необходимые на приобретение оборудования, запуск системы и настройку при добавлении или переконфигурации рабочих мест. К тому же отпадает необходимость содержать квалифицированный персонал, обслуживающий УАТС.

Для аутсорсинга как формы предоставления сервисов в период кризиса, сопровождаемого сокращением ИТ-бюджетов, есть отличный шанс на деле продемонстрировать свою результативность – с точки зрения сокращения издержек и повышения эффективности работы компаний-заказчиков. В своем подешевевшем варианте на фоне общего снижения «аппетитов» отрасли аутсорсинг может оказаться действительно выгодным решением с точки зрения сокращения ежемесячных издержек и более оптимального распределения ресурсов.

АРТЕМ СОКОЛОВ

Уровень современных технологий позволяет оказывать виртуальные услуги, сопоставимые с традиционными, а порой

и превышающие их по качеству и объему. Однако есть один недостаток – администрирование виртуальной телефонной станции осуществляется только оператором, предоставляющим эти услуги. С другой стороны, этот недостаток можно рассматривать как достоинство – заказчику не нужен свой эксплуатационный персонал. Вероятнее всего, виртуальные услуги будут особенно актуальны в крупных офисных центрах и территориально распределенных компаниях.

ВАЛЕРИЙ СОКОЛЮК

Как правило, этими услугами пользуются предприятия сектора SMB. Они на 100% удовлетворяют пользователей до тех пор, пока стоимость и управляемость услуг не вызывают нареканий. Очевидно, что востребованность подобных услуг в настоящее время возрастет. Кризис заставляет небольшие компании пересматривать важность тех или иных расходов, и переход на виртуальный офис – отличный способ экономии. Тем более что сегодня есть целый ряд бизнесов, которые отказались от аренды офиса или готовы к этому шагу либо стремятся сократить расходы на IP-коммуникации.

ПАВЕЛ ТЕПЛОВ

С одной стороны, ситуация на рынке коммуникаций стимулирует провайдеров расширять портфель своих продуктов и увеличивать средние доходы с каждого абонента. С другой стороны, потребность в техническом обеспечении в компаниях со временем только увеличивается. Кроме того, существует объективная стоимость внедрения и поддержки технологий. Как только стоимость и качество услуг операторов связи становятся сопоставимы со стоимостью собственного департамента и оборудования, это сразу привлекает внимание.

Опыт западных операторов связи по продаже managed services говорит, что продаются пакетные услуги, которые интересны большому кругу клиентов. Одной из таких услуг и является управляемая телефонная связь.

АЛЛА ТИТЬКОВА

Услуги «виртуального» офиса в виде функции multicompany, которая позволяет нескольким компаниям пользоваться ресурсами одной УПАТС, имея свой план нумерации, свои программные пакеты, независимую тарификацию, свой «автосекретарь» и т. д., являются весьма востребованными, в частности, в бизнес-центрах.

НИКОЛАЙ ШКОЛЬНИКОВ

Да, за последнее время с развитием Интернета в России появился и спрос на виртуальные УАТС, а с учетом того, что компании-провайдеры, возможно, будут пересматривать свою ценовую политику в сложившейся ситуации, чтобы Интернет оставался доступным большому количеству пользователей, такие услуги могут быть востребованы. Полного же перехода на IP-телефонию не произойдет в ближайшие годы, поэтому не стоит говорить о том, что в России такого рода станции смогут полностью заменить традиционные УАТС. Именно УАТС, позволяющие организовывать связь по различным каналам связи, будут более востребованы.

Не так давно существовало восприятие контакт-центров как необходимых имиджевых, но затратных приложений к основному бизнесу. Что изменилось в этом отношении сейчас? Есть ли понимание того, как можно не только сохранить созданный контакт-центр, но и повысить его «отдачу» во времена экономии на «всем и вся»?

ИЛЬЯ АСРИАН

Для многих наших заказчиков контакт-центры были и остаются инструментом, который играет ключевую роль в процессе сбыта продукции и услуг. Имиджевые и затратные контакт-центры, к сожалению, останутся таковыми и в условиях кризиса, либо от них придется отказаться в пользу услуг аутсорсинга. Думаю, что не существует универсального рецепта превращения затратного центра в прибыльный. Однако специалисты по управлению контакт-центрами в России есть, и всегда можно постараться оптимизировать работу контакт-центра с экономической и с технической точек

зрения. В каждом конкретном случае требуется индивидуальный подход. Перейти на новый качественный уровень работы контакт-центра можно, включив его в реестр производственных ресурсов. Для этого нужно научиться использовать контакт-центр в самых различных проектах предприятия за счет точной формализации постановки задачи и оценки результата работы. К сожалению, не многие предприятия сегодня применяют такие методы работы.

ЛЕВ ГИТЕР

Не считаю контакт-центры имиджевым приложением к основному бизнесу. Для многих компаний контакт-центры были и по сей день остаются достаточно эффективным инструментом ведения бизнеса и поддержания лояльности клиентов, но кризис, конечно, внес свои коррективы. Компании, которые до кризиса успели реализовать планы по их построению, сегодня просто вынуждены более экономично подходить к уже созданному, например, с помощью внедрения нового эффективного ПО. Многие из них даже имеют возможность диверсифицировать деятельность своего контакт-центра и предоставлять услуги сторонним организациям, скажем, тем, кто не смог реализовать планы по их построению до кризиса, но нуждается в подобного рода услугах. Если рассматривать ситуацию в этом разрезе, то кризис дает возможности для дальнейшего развития.

НАТАЛИЯ ДЬЯКОНОВА

Я не согласна с тем, что контакт-центр – имиджевое и затратное приложение к основному бизнесу. Для телекомпании call-центры остаются инструментом техподдержки, маркетинга и видом аутсорсинга. Не думаю, что нагрузка на техподдержку уменьшится. Растет спрос и на аутсорсинговые услуги. Уже сейчас многие корпоративные заказчики и обычные пользователи начали экономить на абонентской плате и трафике, поэтому уверена, что большинство операторов активизируют маркетинговые акции и именно через call-центры будут стараться увеличить свою аудиторию.

АЛЕКСАНДР ЛЕБЕДЕВ

Тот рубеж, когда контакт-центр воспринимался бизнесом как некая имиджевая игрушка, уже пройден. Руководители предприятий давно убедились, что контакт-центр – это реальный инструмент повышения прибыльности компании за счет увеличения эффективности

взаимодействия с клиентами, что особенно важно и актуально для компаний, работающих с физическими лицами. Именно поэтому сейчас наблюдается тенденция повышения интереса со стороны предприятий к продуктам и технологиям интеграции контакт-центров с бизнес-приложениями. Одно из таких технологических новшеств – технология единого окна оператора контакт-центра. Это набор продуктов, которые являются надстройкой над контакт-центром и другими коммуникационными сервисами компании, а также корпоративными информационными системами. Они позволяют, во-первых, упростить работу оператора, во-вторых, объединить всех сотрудников компании в единое информационное пространство.

АЛЕКСАНДР НОВИКОВ

Среди наших заказчиков контакт-центров я не помню ни одного, кто внедрил бы контакт-центр, потому что «у всех есть, а у меня нет». Все четко понимали задачи, которые решает контакт-центр. Основной способ повысить отдачу – внедрение систем самообслуживания. Они не ходят в отпуск, не спят, не просят повышения зарплаты. Однако не стоит и злоупотреблять. Машина не скоро заменит живого человека. Поэтому внедрение систем самообслуживания должно быть точечным, дополняющим труд квалифицированных, нацеленных на результат людей.

ДМИТРИЙ СИНИЦЫН

Есть сведения, что у небольших аутсорсинговых контакт-центров реальные проблемы – отказываются клиенты, повышается аренда. Экономия на линиях несравнима с повышением арендной платы. Увеличивать отдачу контакт-центра при одновременной экономии затрат следует по нескольким направлениям:

- тщательный расчет требуемого количества соединительных линий и операторов по фактической нагрузке в ЧНН;
- введение трех-четырех градаций численности занятых операторов в течение суток с учетом фактической статистики интенсивности входящих вызовов;
- использование многоуровневой схемы обслуживания с передачей при необходимости вопроса клиентов специалистам или сотрудникам по категории вопроса – сразу после разговора с оператором первого уровня в том же сеансе связи;
- периодический анализ и оптимизация регламента работы операторов и схемы обработки вызовов.

АРТЕМ СОКОЛОВ

Использование единого центра обработки вызовов, с гарантированным обслуживанием каждого звонка – несомненный плюс для организации, поскольку известно, что довольный качеством обслуживания абонент расскажет о своем положительном опыте трем абонентам, а недовольный – семерым. Как следствие, при неудовлетворительном качестве обслуживания риск потери части бизнеса существенно возрастает. Однако в части построения контакт-центров не стоит «перегибать палку», целесообразно проводить поэтапное внедрение подобного сервиса,

фиксируя результаты от внедрения на каждом этапе и при необходимости проводя коррекцию дальнейшего плана развития.

АЛЛА ТИньКОВА

Мне никогда не встречались клиенты, которые покупали контакт-центры ради поднятия имиджа компании. Все процессы и структура центра всегда были хорошо продуманы и проработаны. Этот же подход сохраняется и сейчас. Может быть, несколько сместились акценты. Раньше целью покупки была задача оптимизировать работу персонала, а теперь – повысить качество обслуживания,

чтобы выделяться на фоне своих конкурентов качеством и количеством предлагаемых услуг.

АНДРЕЙ ТЮКАЧЕВ

Сейчас руководители компаний начали, наконец, понимать, что грамотно организованный контакт-центр не является приложением к основному бизнесу компании, а составляет его неотъемлемую часть. Контакт-центр способен повысить лояльность клиентов к компании, что, в свою очередь, приводит к увеличению конкурентоспособности, а это, в конечном итоге, позволит выиграть даже в кризисной ситуации. ■

«От IP-телефонии к IP-коммуникациям»

Тестовые вопросы

№ 1	Входят ли, по мнению Gartner, унифицированные коммуникации (Unified Communications) в десятку стратегических технологий в 2009 году?	
№ 2	Метод субъективной оценки качества передачи речи (спецификация ITU-T P.800.1), часто используемый для сравнения характеристик речевых кодеков:	а) ICPIF;
		б) MOS;
		в) PSQM?
№ 3	Какие из перечисленных кодеков обладают наименьшей задержкой при кодировании:	а) G.729 CS-ACELP;
		б) G.726 ADPCM
		в) G.723.1 ACELP?
№ 4	Согласно рекомендации ITU-T для большинства приложений приемлемая задержка передачи речи:	а) до 150 мс;
		б) до 250 мс;
		в) до 400 мс?
№ 5	Как изменился объем доходов от продаж VoIP-оборудования операторского класса на мировом рынке в IV квартале 2008 г., по данным Infonetics Research?	

Правильные ответы смотрите на стр. 76

ИВК создала ИАС для Костромской Администрации

Компания ИВК запустила в промышленную эксплуатацию в Администрации Костромской области информационно-аналитическую систему для мониторинга материалов СМИ о реализации административной реформы, а также опросов, рейтингов и т. п. Система прошла двухмесячную тестовую эксплуатацию. Внедренное решение было создано на базе отечественной системы обработки неформализованных естественных текстов «ИВК Сонет»,

содержащей полный комплекс инструментов по обработке информации – средства сбора, консолидации, фильтрации и поиска. В «ИВК Сонет» реализованы три вида аналитической обработки: классификация, кластеризация и контент-анализ. При этом использование СУБД промышленного уровня обеспечивает высокий уровень защищенности и масштабирования, а оригинальные алгоритмы позволяют проводить большинство видов обработки текс-

товой информации практически в режиме реального времени. Технологии и архитектура «ИВК Сонет», а также технические характеристики созданной ИАС позволят Администрации Костромской области по мере необходимости подключать новые источники информации, а также расширять ее тематику. Госконтракт также предусматривает авторское сопровождение системы в течение одного года.

www.ivk.ru