

# همگرایی در برنامه مدیریت ارتباط مشتری

مأخذ: Banking Technology

مترجم: اعظم ورشوچی فرد

در اینجا، تلاش‌ها و اقدامات مربوط به حوزه پروتکل صدا بر روی اینترنت (VoIP) نیز به همین امر ارتباط دارد و دستیابی به اینترنت و صدا را به صورت همزمان ممکن می‌سازد و ایجاد مراکز ارتباطی چند کاناله را ساده‌تر و سهل الوصول‌تر خواهد ساخت.

وحدت و همگرایی کانال‌های الکترونیکی و فیزیکی نیز موضوعاتی را مطرح می‌سازد. در واقع، باید مشتریان برخوردار از سرویسی همیشگی و منسجم را تجربه کنند و برای آنها مهم نیست که کی و چطور ارتباط و تعامل را برقرار می‌کنند. این امر همچنین امکان ادغام و تلفیق کانال‌های گوناگون را فراهم می‌آورد، به طوری که می‌توان همیشه داده‌ها و اطلاعات را روز آمد کرد تا این اطلاعات در هنگام مراجعه مشتریان به شبکه، بر روی تمام کانال‌های در دسترس بی‌درنگ در اختیار آنها قرار گیرد.

اما گزینه‌هایی که سیستمی تک کانالی را ارابه می‌کنند، به خودی خود کافی نیستند - گرچه از نظر بسیاری از مشتریان این سیستم‌های تک کانالی ایده‌آل هستند و بسیاری از مشتریان نیز به کمک نیاز دارند؛ آنها نیازمند ارتباط و تعامل از نوع انسانی آن هستند. پس باید از برنامه الکترونیکی مدیریت ارتباط مشتری استفاده کرد و با ایجاد ارتباط با مشتری و با خبر شدن از آنچه او می‌خواهد، بهترین خدمات و محصولات را به او ارائه داد.

و نکته آخر اینکه، آنچه مشتری خواهان آن است، دستیابی به اطلاعات و داده‌هاست، آن هم به سرعت و در کمال سهولت، در هر زمان و هر جایی که او خود بخواهد. بنابراین، گرچه درباره برنامه الکترونیکی مدیریت ارتباط مشتری جار و جنجال و تبلیغات بسیاری را به راه انداخته‌اند، اما این برنامه پدیده‌ای است که همزمان با مشتریان خود رشد خواهد کرد و گسترش خواهد یافت.

سیستم بانکداری Online متصل هستند، نه تنها آماده‌اند که از سرویس تجمع و انباشت داده‌ها استفاده کنند، بلکه همچنین می‌خواهند این برنامه، نقش سرویسی را ایفا کند که در مورد خدمات و محصولات مالی، توصیه‌ها و راهنمایی‌های بیطرفانه و بی‌غرضی را نیز در اختیار آنها قرار می‌دهد. این توقع مشتریان، به انضمام رفتار دوگانه‌ای که در مورد تهیه کنندگان خدمات مالی در بازار تجمع و انباشت داده‌ها حاکم است، به این معناست که برای سازمان‌های مالی چه بسا کار دشواری باشد که در بریتانیا به شهرت برسند و به سود و منفعتی دست یابند.

این پژوهش همچنین نشان داد که جدای از درخواست برای خدماتی مانند تجمع و انباشت داده‌ها، آنچه حقیقتاً برای اکثریت مشتریان در بریتانیا خوشایند است و نظر آنها را جلب می‌کند، این است که چند کانال یا مجرا را در اختیار دارند و می‌توانند نحوه دسترسی به خدمات مالی‌شان را خودشان انتخاب کنند. برای تهیه کنندگان خدمات مالی این امر به معنای فرصتی است تا کانال‌ها و مجراهای صحیح را در اختیار مشتریان خود قرار دهند و روابطی را دوباره از نو برقرار سازند که تضعیف شده و از بین رفته بوده است، آن هم در زمانی که بانکداری دیگر تجربه‌ای کاملاً رو در رو نیست که تنها در سطح شعب صورت پذیرد.

کلید اصلی موفقیت چنین انتخابی، وجود چند کانال یا مجرا و در واقع، برنامه الکترونیکی مدیریت ارتباط مشتری (eCRM) و وحدت و همگرایی است. به تعبیری، این بدان معناست که کاری کنیم که دنیای دیجیتال و جهان مادی و فیزیکی از نزدیک با هم تعامل داشته باشند و در عین حال، این تعامل نیز معنی‌دار باشد. به عنوان مثال، تکنولوژی بانکداری برای نخستین بار سیستمی را برای کارگزاران بورس اوراق بهادار بار کلی راه‌اندازی نموده که دارای قابلیت تشخیص صداست و به مشتریان این امکان را می‌دهد که به جای فشار دادن دکمه‌های اعداد بر روی یک گوشی تلفن، از طریق صدای خویش به داده‌های عددی دست یابند.

یکی از مزایای تکنولوژی بانکداری این است که به موسسات تحقیقاتی یاری می‌رساند تا به تحقیق و کاوش در خصوص گرایش‌ها و جهت‌گیری‌هایی بپردازند که در حوزه مدیریت ارتباط مشتری در حال شکل‌گیری است.

در حال حاضر، اینترنت همچنان نیرویی برای ایجاد تغییر و تحول در کسب و کار و تجارت بشمار می‌رود. مضافاً آنکه، در بخش خدمات مالی نیز خود را به عنوان یکی از سلسله کانال‌ها و مجراها در بازار قاطعانه تثبیت کرده است و این هم به موازات اتصال خط به شبکه و تلفن صورت می‌گیرد.

در دنیایی که هنوز بسیاری از مشتریان ترجیح می‌دهند تا خود شخصاً به بانک مراجعه کنند و چکی را نزد بانک به ودیعه بگذارند، آیا برنامه الکترونیکی مدیریت ارتباط مشتری (eCRM - Electronic Customer Relationship Management) اصلاً می‌تواند به جایگاه واقعی خود دست یابد؟ به عنوان مثال، تجمع و انباشت داده‌ها را در نظر بگیرید. اینها مدخل‌های اصلی هستند که تحت هدایت سایت (وب) قرار دارند و به مشتریان این امکان را می‌دهند تا جزئیات سرمایه‌گذاری‌ها و نیز محصولات مالی خود را با هم وارد یک رابطه Online کنند که ادغام شده و بسیار آسان و قابل استفاده است. این خود تحولی است که در ایالات متحده رایج شده است، اما آیا این تحول به عنوان نمونه در بریتانیا نیز جا خواهد افتاد و مورد قبول همگان قرار خواهد گرفت، آن هم در کشوری که ملاحظات، نگرانی‌ها و واکنش‌های مربوط به ایمنی و سلامت خطوط Online شخصی و خصوصی حساس‌تر و در عین حال دقیق‌تر است؟ در حقیقت، بسیاری از سازمان‌ها در بریتانیا تمایل دارند که در زمینه راه‌اندازی سرویس‌های تجمع و انباشت داده‌ها پیشگام نباشند و نگرانی آنها بیشتر ناشی از موضوعات مبهم حقوقی و قضایی است که احتمالاً آنها را در معرض خطر و هزینه قرار می‌دهد.

با این همه، یکی از پژوهش‌ها این نتیجه را برداشت: مشتریانی که در حال حاضر به