

发展电子商务的助推器呼叫中心电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E5_8F_91_E5_B1_95_E7_94_B5_E5_c40_517223.htm 呼叫中心在中国的发展

已有十余年，最初呼叫中心只在电信、银行等行业设立，而如今呼叫中心已渗透到更多的行业，如大型制造业、电视购物等。其中呼叫中心与电子商务的关系越来越紧密，其价值被越来越多从事电子商务的企业所认同。在电子商务这个有着无限市场的领域，如何挖掘呼叫中心更深更精的价值，并给企业带来持续的效益，这无疑成了我们关注的焦点之一。

由于电子商务在我国的发展尚不成熟，很多用户担心网络的不安全而对商务活动敬而远之。比如对于网购，人们希望能像在商城一样，有商城服务人员全程的导购，有售后服务的保证。除了网站自身设置的安全系统和一系列安全认证外，呼叫中心的出现使得用户能更真切地感受到电子商务的真实可信性，正是因为它的存在，带给网络消费者更多的安全感。当然，开展电子商务最根本的目的就是盈利，利用呼叫中心为企业创造财富自然成为大势所趋。那么如何发挥呼叫中心在电子商务发展进程中的助推器作用，并积聚更多的人气呢？

1、紧密结合CRM。CRM最基本的功能就是存储客户资料和历史的服务记录，方便日后的信息查询，为每一服务事件的处理做好安全备份工作，让所有的沟通联络都处于监管之下，不断提升服务品质。同时，呼叫中心作为对外交流的窗口，可以直接采集客户的信息，分析客户的需求，了解客户在电子商务活动的整个过程中碰到的困难，开展市场调研，建立一个开放交互的平台。这样，除了解决客户日常碰到

的问题外，还可以优化产品和流程，提升客户体验，提高客户满意度。同时，针对每位客户的个性，企业可在时机成熟时开展一对一营销及关联营销。

2、融合多媒体技术。

对于电子商务而言，顾客关系是维持利润和竞争力的关键。目前的呼叫中心基本依靠电话和语音为客户服务，随着通讯工具的日渐丰富，还可以利用网络呼叫、短信呼叫、视频等方式维系客户对企业的忠诚度。在客服工作中，我们时常碰到客户抱怨，他们认为网站的促销活动、交易纠纷的处理反馈等若只通过邮件方式通知和提醒显得太过局限，时效性难以保证，往往造成一些不必要的损失，拨打客服电话又时常因占线而浪费话费。更多的客户希望企业能主动地进行电话或短信通知。出于成本方面的考虑，短信呼叫是不错的选择，既能在第一时间将相关信息知会到客户，又能通过短信向有需要的客户开展营销，还可以通过短信的方式祝福问候客户，以增强网站的黏度。此外，现代人十分乐于和渴望通过视频来接收信息，在未来将视频技术引入呼叫中心将使呼叫中心在功能上跨越一个新台阶。

3、通过呼叫中心实现企业业务的整合。

电子商务渗透着供、产、销的各个环节，通过呼叫通路可实现渠道管理、营销、客户服务、外包服务、内部支持等多条业务链的有机结合，使客户享受一体化的服务。比如，当客户碰到技术问题或网络交易纠纷时，希望立刻得到处理。但呼叫中心的客服人员一般不具备直接处理的能力，往往需要派单给相关部门的人员才能处理。这样，客户感觉既耽误了时间，又不放心客服人员传递的信息是否准确。如果能在企业内部实现呼叫中心的打通，让客户能迅速得到后台支持的工作人员的帮助，相信感受会好得多。

4、应用呼

呼叫中心数据库、报表系统、监控系统等软件分析数据。把握客户需求，不断创新产品和服务是一个企业向前发展的源动力。通常，能打热线电话咨询问题的客户都是真正可为企业带来收益的客户，通过分析这批客户所属的区域、年龄结构、产品偏好、消费行为、CRM服务记录的业务类型等，可为企业决策提供支持。同时，管理人员可依据报表数据来判断业务量与呼叫中心的承载量是否匹配，根据业务量的变化适时调整资源。

5、电话会议式教程。虽然电子商务在我国还处于发展的初级阶段，但中国拥有全球之首的网民数，如此庞大的潜在客户群为电子商务的持续发展提供了良好的契机。在日常工作中，我们发现不少网民都希望尝试下网上交易，但由于受到网站的自助服务功能不够完善或网民本身知识结构不完备等因素的制约，他们的这种欲望最终未能付诸行动。因此，对这批人员开展线上培训就意味着培育电子商务发展的土壤。在呼叫中心引入电话会议，可方便直观地面对客户，开站远程培训，并针对性地指导用户进行操作，迅速解答用户的疑问。单一地通过电话或者通过互联网从事商务活动都存在一定的缺陷。企业只有把电子商务和呼叫中心有效地结合起来，充分利用各自的优势来弥补单独一方存在的缺憾，才能在市场角逐中更具竞争力。

百考试题编辑整理F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com