



TELEOPTI

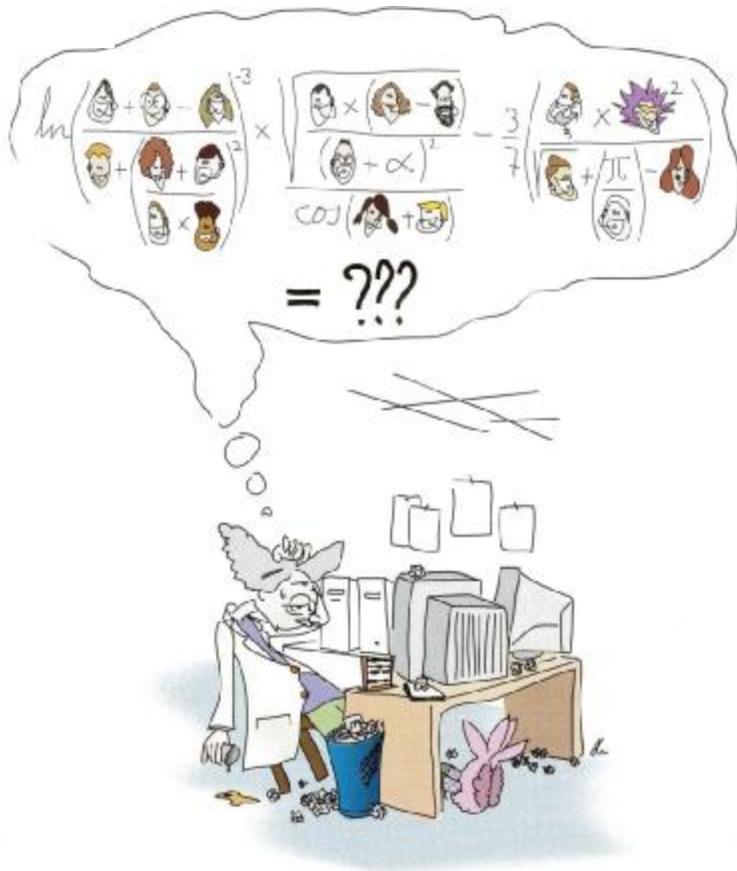
瑞捷讯

Workforce Management Difficulties and Value 劳动力资源与绩效管理工具的难点与价值

叶城, Teleopti 中国区代表
April 12, 2011



Workforce Management?



- WFM is an operating philosophy and a business culture, not a box that sits on your desk
- 运营管理的哲学，不是一个办公桌上的办公用品
- Right number of people with the right skills at the right place at the right time
- 安排合适的人，合适的技能，合适的地点，合适的时间



- 1968年提出的路易斯拐点理论现象终于发生
- 人员招聘比较困难
- 使用较低人力成本招聘的员工的服务周期更短，更容易流动
- 人力成本被迫提升



WFM Value, Make Balance in 3 Key Factors



§Customer Satisfaction

§客户的服务要求

§Agents life style demand, i.e. preference , occupancy rate, etc

§不同雇员的生活方式、喜好、技能及当地的法律法规.

§Profitable in business

§具有成本效益运作的、长期的、可持续性的增长业务



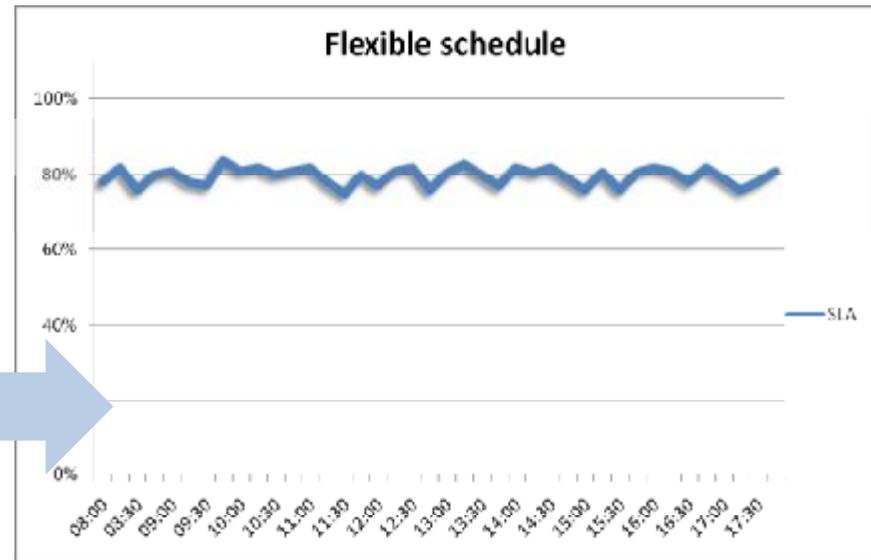
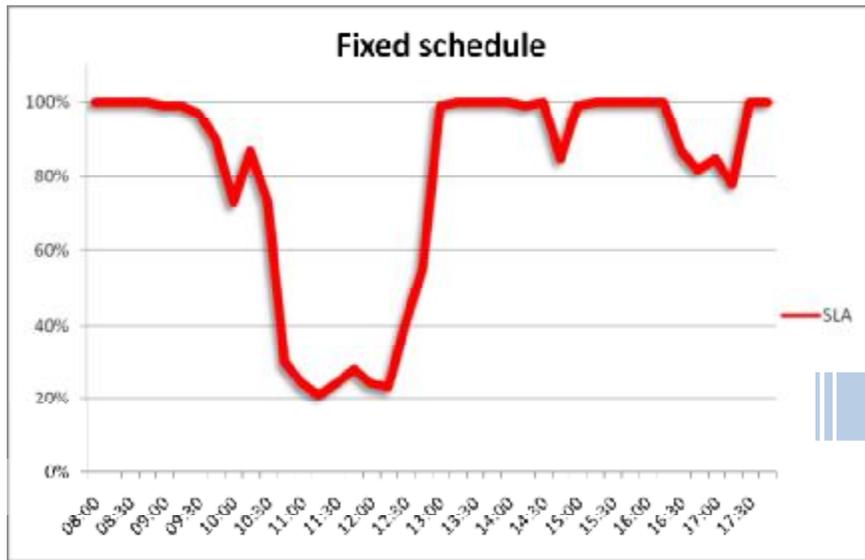
投资收益之一：节省人力资源



- 81个坐席
 - 12周轮换
 - 固定的时间表
 - 变动的服务级别



- 达到相同的需求，只需62个坐席
 - 灵活的开始时间
 - 固定长度班次
 - 正确的服务级别



- § 81个座席, 12周轮换一次
- § 服务水平: 20-100%的电话在20秒内接起
- § 平均服务水平: 85% (目标 80%)

- § 62个座席, 灵活的排班表
- § 服务水平: 76-84% 的电话在20秒内接起
- § 平均服务水平: 80% (目标 80%)

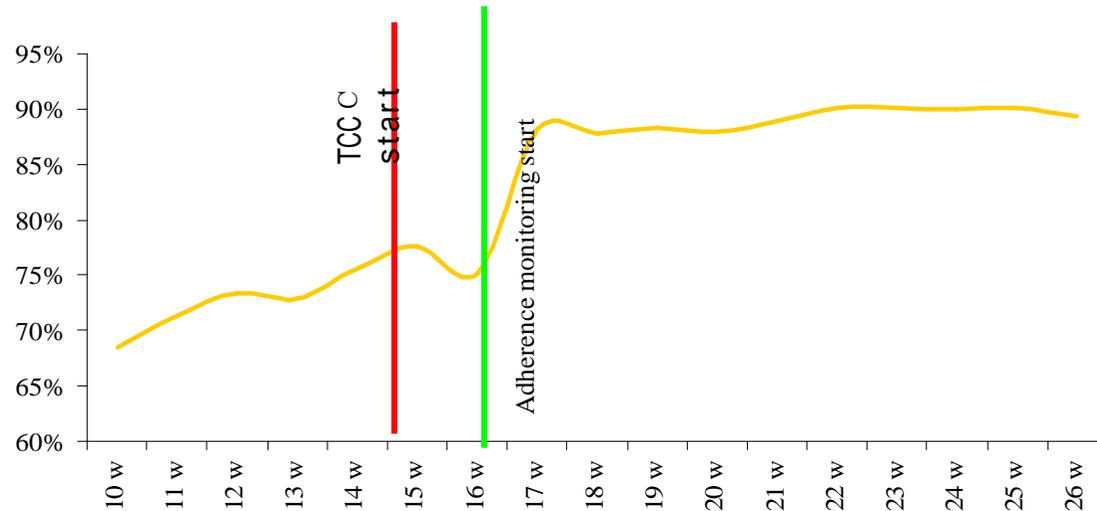


稳定提升员工的占用率与遵时度



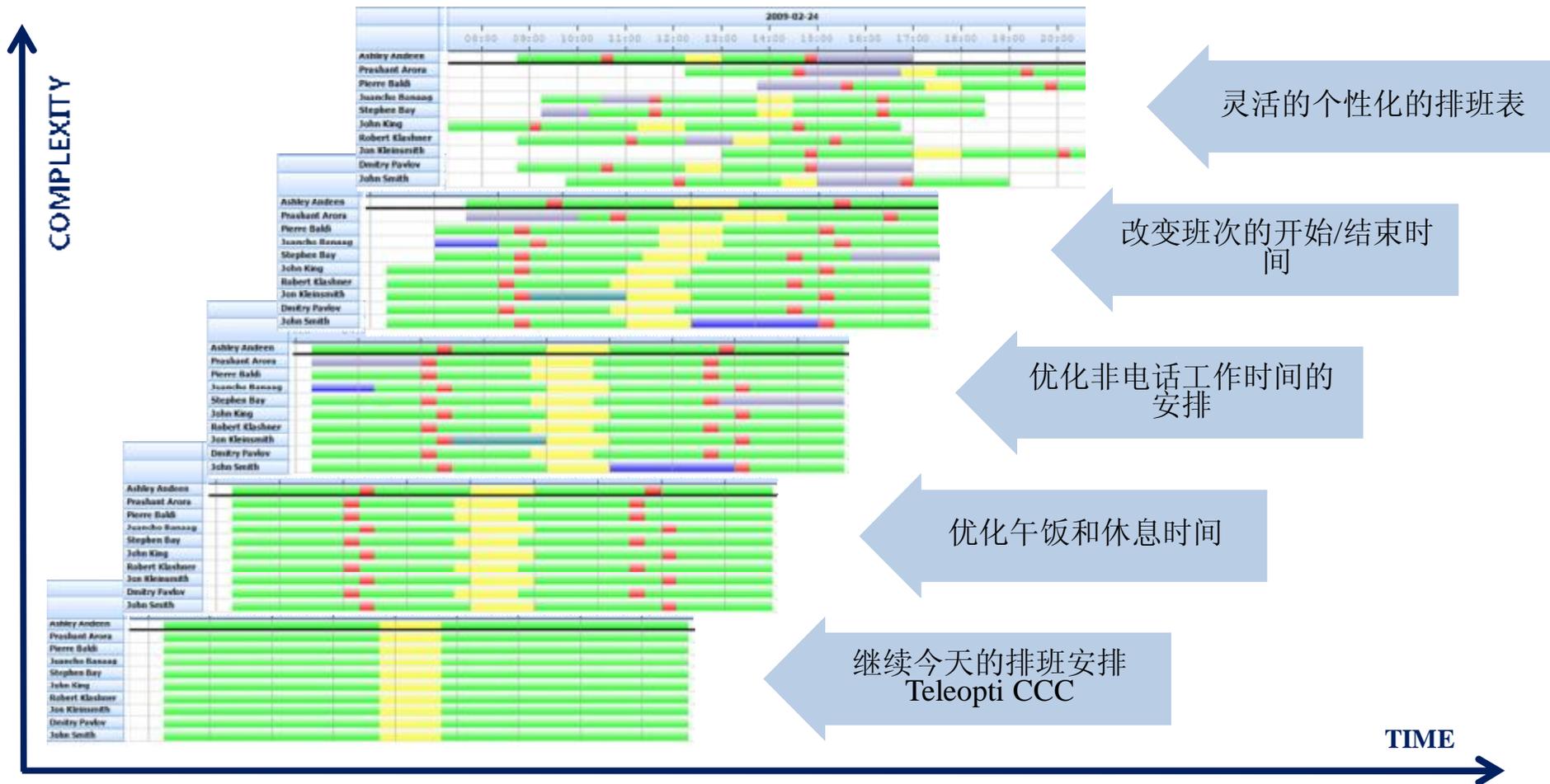
稳步提升了员工的占用率

15% increase in Adherence
提升员工的遵时度





细微的改进，提高了人力资源产出



- 通过改进成为一个顶级运营的客户联络中心.
- 逐步实施，确保新的工具和流程在组织中适应并扎根



投资收益之二：支持SOHO坐席、新技能的资源部署与管理

挑战1：SOHO坐席相对现场坐席排班可以更加灵活，可以安排多种小班次（1-2小时）来解决高峰时段的业务压力问题。但对于排班工作而言要求非常高，很难均衡员工的满意度和工作量。

挑战2：SOHO坐席需要更严格的遵时度管理和实时管理

挑战3：SOHO坐席需要及时了解排班信息，以及和现场管理人员进行更多的实时信息沟通（沟通换班，请假等各类班次变化）

收益：节省坐席等物理设备的投资

挑战4：新技能的业务量预测、人员管理与排班需要快速的调整，管理人员需要同坐席进行有效的集体沟通或者一对一沟通

收益：提升客户的一次问题解决率，尤其是复杂的技术问题，同时节省传统电话支持的话务成本

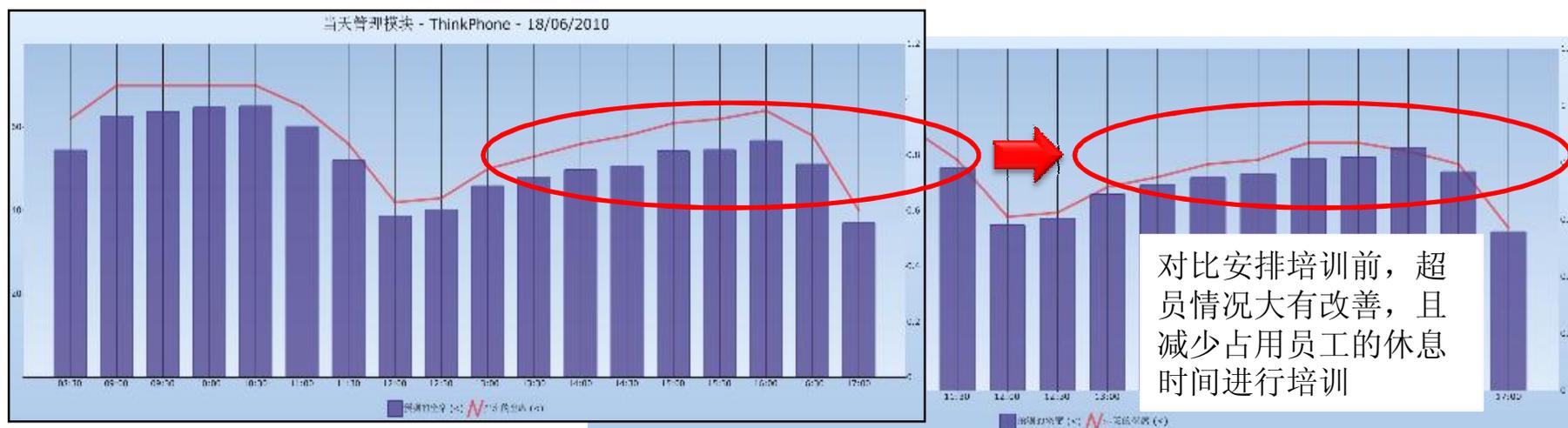


投资收益之三：避免集体活动占用员工的休息时间

- n 在下午时段话务量相对较低时，合理安排培训
- n 加入培训后，对服务水平没有明显影响
- n Teleopti CCC 有效安排了培训或实验/会议，无需占用休息时间



现场演示





总结：劳动力资源与绩效管理方案的价值贡献

功能	手工排班	Teleopti CCC	备注
1. 多技能、多班次排班	有，一般不多于10种	完全实现	可以拥有数千种班次用来拟合业务量曲线
2. 支持SOHO坐席的灵活班次	可以，但非常耗时，很难管理员工偏好	完全实现	适时收集员工偏好并自动计算完成排班
3. 遵时度管理	有，但无法自动生成报表	完全实现	可以实时管理并按天、周、月生成报表
4. 员工满意度	难以考虑员工的偏好，只能依靠排班后的调整，占用管理人员的大量时间	完全实现	提前统计员工偏好，并在排班中予以考虑，并统计公平值
5. 生命周期排班	不支持	完全实现	只需要输入新技能的获得时间
6. 辅助支持外包业务拓展	难以计算可用的外包资源并计算支持的业务量	完全实现	通过长期预测，可以得知未来的剩余人员产能并计算出相应的业务承接量

- n 利用灵活班次，可以安排培训或实验等集体活动，确保服务水平且不占用员工的休息时间
- n 支持现有的客户中心网络化的策略，配合电话量逐步向E-Support转移，合理排班，降低服务成本
- n 支持SOHO坐席策略，灵活班次与遵时度管理，提升员工满意度，节省物理坐席投资



Teleopti AB Philosophy 我们的哲学

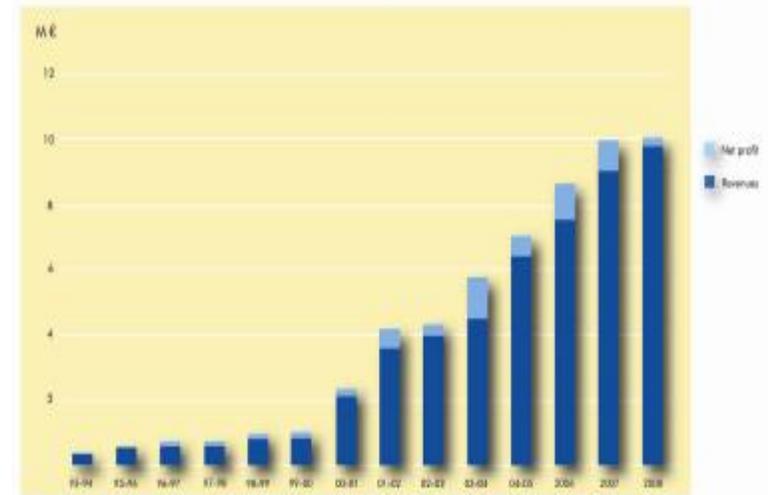
- We deliver major improvements within workforce management and telecom expense management.
- 我们提供劳动力管理和电信资费管理的重大改进方案
 - If you cannot measure IT, you cannot manage it!
如果不能度量，就没有办法管理！
 - What gets measured gets done!
度量之后方能处理！
 - We care even more!
我们比客户关注的更多！

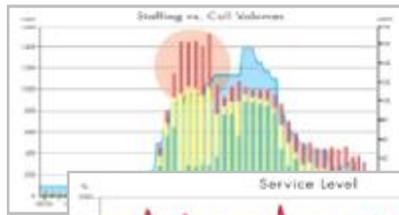
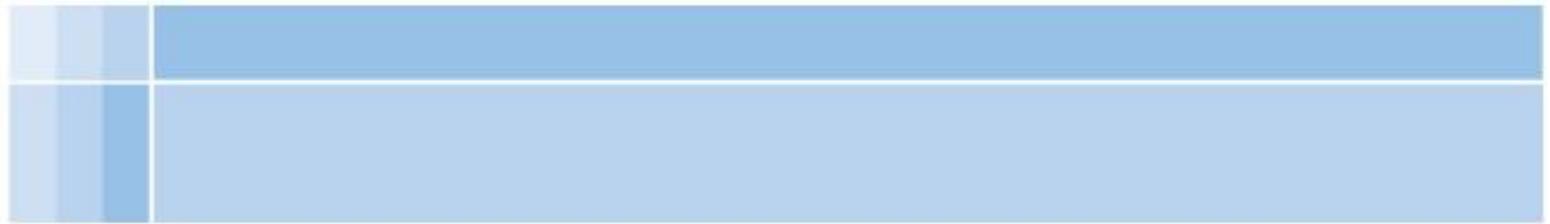




Facts About Teleopti 有关Teleopti 的事实

- Customer driven development; > 96 % of the customers are willing to recommend us to other
- 客户导向的开发, 96%的客户愿意推荐
- 500 + customers and partners in 50 + countries
- 在50多个国家拥有 超过 500 客户与合作伙伴
- Founded 1992 by Marita and Nils Bildt based upon *“revenues before costs”* and *“revenues should be larger than costs”*; always profitable, AAA+ rating
- Nils 先生和Marital女士于1992年创建, 基于“收入先于成本”和“收入大于成本”的原则, 始终盈利, 保持AAA+ 的评级
- Approx 125 employees in Stockholm, Strängnäs, Oslo, Helsinki, London, Dusseldorf, Moscow, Madrid, Paris, Istanbul, Dubai , Delhi New York and Beijing.
- 全球125名雇员, 分布在十多个国家和地区





§欢迎您的提问！