****

**Avaya wprowadza nowatorskie, chmurowe rozwiązanie do obsługi contact centers – OneCloud CCaaS**

Firma [Avaya](https://www.avaya.com/en/) (NYSE: AVYA), globalny lider w dziedzinie rozwiązań usprawniających i upraszczających procesy komunikacji i współpracy, poinformowała o wprowadzeniu na rynek polski rozwiązania Avaya OneCloud CCaaS – nowoczesnej, chmurowej platformy do obsługi contact center. Avaya OneCloud CCaaS jest kluczową częścią platformy Avaya OneCloud opartej na sztucznej inteligencji, która obejmuje szerokie możliwości współpracy, ujednoliconą komunikację oraz platformę komunikacyjną oferowaną jako usługę. Według IDC, 84 procent konsumentów uważa „doświadczenie klienta” za równie ważne, jak produkt lub usługa firmy, a 92 procent twierdzi, że doświadczenie klienta ma ogromny wpływ na przyszłe decyzje zakupowe[[1]](#footnote-1). Dzięki połączeniu możliwości chmury, sztucznej inteligencji i Internetu rzeczy zarówno firmy już obecnie korzystające z rozwiązań contact centers, jaki małe i średniej wielkości przedsiębiorstwa, które dotychczas z tych technologii nie korzystały, będą mogły sprostać współczesnym oczekiwaniom i trendom w zakresie obsługi klienta.

*Firmy szukają metod zapewnienia klientom jak najlepszych „doświadczeń”, elastyczności oraz możliwości obniżenia kosztów operacyjnych. Jest to szczególnie ważne we wszystkich formach handlu elektronicznego (czyli praktycznie wszędzie), ponieważ klient, dla którego obsługa platformy sprzedaży jest zbyt skomplikowana, a nie uzyskuje natychmiast pomocy – może w ciągu kilku sekund porzucić koszyk i więcej nie wrócić do zakupów. Dlatego nowoczesne narzędzia służące do zapewniania klientom najlepszych „doświadczeń zakupowych” są wykorzystywane coraz częściej, także przez firmy, które wcześniej zupełnie nie brały pod uwagę tego typu rozwiązań –* powiedział Łukasz Kulig, dyrektor zarządzający Avaya Polska. *Równocześnie przyspieszenie przez pandemię cyfrowej transformacji biznesu spowodowało konieczność rozproszenia pracowników (także agentów contact center), wdrożenia pracy zdalnej oraz integrację z innymi aplikacjami biznesowymi, a w efekcie – zmiany procedur i procesów biznesowych.*

Usługa contact center w chmurze wymaga mniejszych nakładów pracy, umożliwia łatwiejszą integrację z aplikacjami firm trzecich, może być nieustannie rozwijana przez producenta, a przy tym zapewnia klientowi większą przejrzystość finansową niż rozwiązania tradycyjne. Dlatego popularność tego typu usług nieustannie rośnie. Według badań firmy Nemertes[[2]](#footnote-2), na rynku amerykańskim penetracja usług Contact Center as a Service wzrosła z 15 proc. w 2016 r. do ponad 50 proc. w 2020 r. Z badań tych wynika też, że w związku z rosnącą rolą samoobsługi użytkowników oraz botów przejmujących proste czynności, firmy w coraz większym stopniu w charakterze agentów zatrudniają, szkolą – i coraz lepiej opłacają – znacznie lepiej wykwalifikowane osoby. Tak odpowiedziała ponad połowa badanych firm – prawie 70 proc. firm najbardziej skutecznych biznesowo. W latach 2019 i 2020 pensje agentów zatrudnionych w najbardziej skutecznych firmach rosły o ok. 30 procent. Badanie pokazało też, że firmom, w których rotacja agentów spadła poniżej 15%, o ponad jedną czwartą wzrosły oceny klientów. Ponadto coraz więcej przedsiębiorstw dostrzega konieczność łączenia kanałów komunikacji. Wdrażanie rozwiązań omni-channel systematycznie rośnie. W 2016 r. jedynie 8% firm deklarowało, że korzysta z omni-channel, w 2020 r. było to już blisko 50%.

Avaya OneCloud CCaaS obejmuje wszystkie kanały komunikacji, w tym połączenia głosowe, wideo, czat i komunikator, co ułatwia firmom spełnianie oczekiwania klientów w zakresie jakości obsługi, ułatwia też dostęp do zasobów wiedzy i analiz w celu maksymalizacji skuteczności. Dzięki połączeniu możliwości chmury, sztucznej inteligencji i Internetu rzeczy organizacje mogą zapewnić realizację czterech kluczowych elementów zaawansowanej obsługi klienta:

* łatwy kontakt oraz tworzenie wyjątkowych doświadczeń podczas podróży klienta,
* zwiększenie responsywności poprzez koordynację procesów,
* zwiększenie możliwości pracowników poprzez zarządzanie zasobami,
* podpowiadanie najlepszych działań na każdym etapie podróży zakupowej klienta.

**Dzięki Avaya OneCloud CCaaS firmy będą mogły:**

* Łączyć cyfrowe punkty styku w trakcie całej podróży klienta – od poczty e-mail, wiadomości, czatu, mediów społecznościowych i możliwości organizacji po Bring Your Own Channel (BYOC).
* Inteligentnie kierować klientów do wyspecjalizowanych pracowników w oparciu o badane zachowania i doświadczenia klienta.
* Udoskonalać doświadczenia pracowników dzięki spersonalizowanemu, nowoczesnemu obszarowi roboczemu, w którym prezentowane są przydatne informacje pochodzące z różnych aplikacji i systemów.
* Wyprzedzać interakcje z klientem, poprzez przewidywanie potrzeb oraz proaktywne angażowanie klientów.
* Szybko i łatwo wzbogacać obsługę klienta o innowacyjne technologie, dzięki czemu klienci zyskają więcej możliwości skrócenia czasu oczekiwania na odpowiedzi oraz bardziej spersonalizowane podejście.

Kluczową przewagą rozwiązania jest wykorzystywanie sztucznej inteligencji w obsłudze wielokanałowej. Na przykład, dzięki wykorzystaniu AI do przetwarzania języka naturalnego lub analizy emocji, wirtualni agenci będą mogli identyfikować sytuacje, w których problem klienta nie może zostać rozwiązany w ramach obecnego kanału komunikacji i będą mogli proaktywnie rekomendować przejście na kanał bardziej efektywny. Zgodnie z badaniami Nemertes firmy łączące zalety sztucznej inteligencji z obsługą wielokanałową, dostrzegają istotną poprawę ocen klientów. Te firmy, które mają wdrożone rozwiązania AI (a nie mają obsługi wielokanałowej) notują 37% wzrost ocen klientów, Natomiast przedsiębiorstwa, które połączyły zalety AI i omni-channel zauważają wzrosty z poziomu 104%.

Platforma Avaya OneCloud CCaaS jest już dostępna dla polskich klientów i partnerów kanałowych firmy.

**Dodatkowe zasoby:**

* Jak dzięki Avaya OneCloud CCaaS [zapewnić klientom wygodną obsługę](https://www.avaya.com/en/products/ccaas/meet-public/?utm_campaign=pr-rel-us)?
* Pobierz raport [Four Ways Contact Center as a Service (CCaaS) Delivers a Better Employee and Customer Experience in 2021](https://news.avaya.com/cp-ccaas-global-ccw-reg?CTA=21CCAAS-GL-CCW-4WYS&TAC=21CCAAS-GL-CCW-4WYS-CO&_gl=1*ac5h4f*_gcl_aw*R0NMLjE2MTU0OTE0NTUuQ2owS0NRaUFnb21CQmhEWEFSSXNBRk55VXFNWnV0ZzZpQWVpWmUzV2dDb3dOa3AzMF9OWGw4T2ZUUlh1T1VIN2dEcm0wS3NRUGFKa3VzNGFBaGEyRUFMd193Y0I/?utm_campaign=pr-rel-us).
* [Sześć sposobów wykorzystania Avaya OneCloud ™ CCaaS w firmie](https://www.avaya.com/en/documents/in-six-ways-ccaas-cc15470en.pdf).
* [Nie wszystkie rozwiązania Cloud Contact Center są takie same: trzy najważniejsze kwestie podczas migracji do chmury](https://www.avaya.com/blogs/archives/2021/01/contact_center_cloud_considerations/?utm_campaign=pr-rel-us).

**Zastrzeżenie odnoszące się do stwierdzeń dotyczących przyszłości**

*Niniejszy dokument zawiera pewne „stwierdzenia dotyczące przyszłości”. Wszystkie stwierdzenia inne niż dotyczące faktów historycznych stanowią „stwierdzenia dotyczące przyszłości” na potrzeby amerykańskich przepisów federalnych i stanowych w zakresie papierów wartościowych. Stwierdzenia takie mogą być identyfikowane przez użycie określonych terminów, takich jak „spodziewa się”, „jest przekonany”, „kontynuuje”, „może”, „szacuje”, „oczekuje”, „zamierza”, „nasza wizja”, „plan”, „planuje”, „potencjalny”, „wstępny”, „przewiduje”, „powinien”, „będzie” lub „byłby”, w tym ich form przeczących lub innych wariantów, a także innych porównywalnych terminów. Powyższe stwierdzenia dotyczące przyszłości wynikają z obecnych oczekiwań, założeń, szacunków i przewidywań Spółki. Jesteśmy przekonani, że powyższe oczekiwania, założenia, szacunki i przewidywania są uzasadnione, jednakże tego rodzaju stwierdzenia dotyczące przyszłości są jedynie prognozami podlegającymi znanym i nieznanym czynnikom ryzyka i niepewności, na wiele z których Spółka nie ma wpływu. Czynniki te zostały omówione w dorocznym raporcie Spółki na formularzu 10-K i w kolejnych raportach kwartalnych na formularzu 10-Q składanych w Amerykańskiej Komisji Papierów Wartościowych i Giełd (SEC — www.sec.gov) i mogą spowodować, że rzeczywiste rezultaty, wyniki finansowe lub osiągnięcia Spółki będą znacznie różnić się od wszelkich przyszłych rezultatów, wyników finansowych lub osiągnięć wyrażonych lub sugerowanych przez takie stwierdzenia dotyczące przyszłości. Przestrzegamy, że wykaz istotnych czynników zawarty w dokumentach przedłożonych przez Spółkę Komisji Papierów Wartościowych i Giełd może nie zawierać wszystkich ważnych czynników, które są istotne dla danego podmiotu. Ponadto — z uwagi na powyższe czynniki ryzyka i niepewności — zdarzenia, o których jest mowa w stwierdzeniach dotyczących przyszłości zawartych w niniejszym dokumencie, mogą nie mieć miejsca. Avaya w żaden sposób nie zobowiązuje się do aktualizowania ani korygowania stwierdzeń dotyczących przyszłości w związku z otrzymaniem nowych informacji, zaistnieniem przyszłych zdarzeń czy powstaniem innych okoliczności, chyba że prawo stanowi inaczej.*

Wszystkie znaki towarowe oznaczone symbolem ®, TM lub SM są (odpowiednio) zastrzeżonymi znakami, znakami towarowymi i znakami usługowymi firmy Avaya Inc. Wszelkie inne znaki towarowe są własnością odpowiednich podmiotów.

**Firma Avaya**

Markę firm buduje się w oparciu o doświadczenia klientów, a każdego dnia miliony tych doświadczeń są tworzone poprzez rozwiązania firmy Avaya Holdings Corp. (NYSE: AVYA). Od ponad stu lat wspieramy przedsiębiorstwa z całego świata, budując inteligentne systemy do komunikacji zarówno z klientami jak i pracownikami firm. Avaya tworzy otwarte, konwergentne i innowacyjne rozwiązania, pozwalające wzbogacić i uprościć komunikację oraz współpracę – w chmurze, w środowisku klienta, czy w modelu hybrydowym. Z pasji do innowacji i partnerstwa nieustannie patrzymy w przyszłość, wspierając przedsiębiorstwa w rozwijaniu biznesu. Dostarczamy Doświadczenia, które mają Znaczenie. Odwiedź nas na stronie [www.avaya.com](http://www.avaya.com)

1. Badanie “Emotional Customer Intelligence and Digital Resiliency: Optimizing CX and NPS with Data and AI”, IDC 2021 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rethinking the Contact Center. A Flexible, Scalable, Intelligent Contact Center Helps Deliver Stellar Customer Experience, Nemertes Research 2020 [↑](#footnote-ref-2)