

Potencijal clouda u industriji osiguranja sve je učestalija tema



■ **Oblak nije samo tehnologija, on pruža velike mogućnosti za osiguratelje u smislu izgradnje fleksibilnijeg i okretnijeg modela koji postavlja osiguranika u središte poslovanja, a pritom omogućuje kompaniji rast i pomaže podići efikasnost. U svakom slučaju, oni koji krenu prvi, steći će konkurentsku prednost koju će drugi poslije puno teže sustići**

Piše: Nataša Gajski Kovačić

Cloud tržište u Hrvatskoj još je uvijek u razvoju i uglavnom se temelji na uslugama u tzv. "privatnom oblaku". Koncept javnog clouda slabije je prihvaćen, a time i manje razvijen. Jedan od razloga je i nedovoljna svjesnost pa čak i nedavni događaji vezani uz nadzor i prikupljanje osjetljivih podataka u svijetu. Tržište privatnog clouda u Hrvatskoj je i dalje u porastu, brojne tvrtke već imaju ili planiraju imati svoj privatni cloud. Razlozi su jednostavna ekonomska računica te pojednostavljena podrška. O tome razgovaramo sa stručnjakom za cloud tržište Trpimirom Kvesićem, direktorom CRM savjetovanja u tvrtki Comping d.o.o.

■ **Koje poslovne podatke osiguravajuća društva mogu imati u cloudu, a što najčešće imaju?**

Osiguravajuća društva imaju potencijal da sve poslovne podatke drže u oblaku i da

taj način poslovanja vide kao alat za podizanje konkurentnosti i ostvarivanje ušteda, a ne kao trošak, što je još uvijek čest slučaj. Neka od osiguravajućih društva koriste privatni oblak jer žele vlastiti nadzor nad informatičkim sustavima.

Ona koriste aplikativna rješenja, poput kontaktnog centra, programa vjernosti, upravljanja projektima, prodajom, ljudskim resursima i slično.

■ Kolika je spremnost osiguratelja na takvo izmiještanje podataka?

Potencijal računalstva u oblaku je sve učestaliji tema u industriji osiguranja, ali rijetki su konkretni pomoci na tom polju. Prevladavaju sve afirmativniji i pozitivniji tonovi, gdje osiguratelji svoje investicije žele usmjeriti na primarnu djelatnost te da računarstvo u oblaku donosi smanjenje IT troškova i povećanje vremena za interakciju s osiguranicima. Međutim, to je samo jedan dio priče.

Oblak nije samo tehnologija, on nudi velike mogućnosti za osiguratelje u smislu izgradnje fleksibilnijeg i okretnijeg modela koji postavlja osiguranika u središte poslovanja, a pritom omogućuje kompaniji rast i pomaže podići efikasnost. U svakom slučaju, oni koji krenu prvi, steći će konkurentsku prednost koju će drugi poslije puno teže sustići te će ulagati više energije da to učine.

■ Koje cloud, ali i ostale usluge, nudi tvrtka Comping?

Comping je jedan od značajnih ponuđača vlastitih aplikativnih rješenja. U oblaku nudimo vlastita aplikativna rješenja poput: kontaktnog centra u oblaku (ContactInCloud), programa vjernosti u oblaku (LoyaltyInCloud), upravljanja projektima u oblaku (ProjectInCloud), upravljanja prodajom u oblaku (SalesInCloud), upravljanja događajima u oblaku (EventInCloud), upravljanja proizvodnjom u oblaku (ManufactureInCloud), itd. Nabrojana aplikativna rješenja razvijena u Compingu nude se i putem naših partnera u Hrvatskoj i u inozemstvu.

Nudimo i prilagođena rješenja na Microsoft Dynamics CRM platformi, prilagođena rješenja na komunikacijskoj platformi Microsoft Lync, usluge udomljavanja (hostanja) domena, usluge udomljavanja Exchange mail sustava, podršku za postojeće servise i aplikativna rješenja, file share. U ponudi su i dizanje cjelokupnoga privatnog oblaka te virtualizacija postojećih IT resursa.

Od "neoblačnih" rješenja Comping nudi service desk, nadzor na servisima, upravljanje imovinom, upravljanje poslovnim procesima, poslovnu inteligenciju, upravljanje profitabilnošću, prediktivnu analitiku, implementaciju core banking sustava, infrastrukturu itd.

ContactInCloud - OSNOVNE FUNKCIONALNOSTI

Zaprimanje poziva

- Automatsko prepoznavanje pozivatelja po broju telefona ili adresi e-maila
- Automatsko otvaranje podataka o pozivatelju
- Mogućnost bilježenja razloga poziva te pretvaranje poziva u slučaj
- Automatsko prosljeđivanje poziva na temelju definiranih algoritama
- Prosljeđivanje poziva drugom operateru
- Usmjeravanje poziva prema određenim grupama po željama klijenta
- Prikaz propuštenih poziva te automatsko pozivanje propuštenih poziva
- Praćenje poziva na čekanju
- Slušanje razgovora
- Glasovne poruke

Odlazni pozivi

- "Click to dial" funkcionalnost
- Priprema kampanja i segmentacija kupaca
- Automatsko pozivanje klijenata prema određenoj kampanji
- Priprema razgovornika za agente kontakt centra
- Zapisivanje detalja poziva
- Razdjeljivanje agenata prema određenim kampanjama
- Praćenje statistike poziva po kampanjama

ContactInCloud upravljačka ploča dodatno je korisničko sučelje za supervizore i voditelje kojima je omogućena kontrola rada kontakt centra. Upravljačka ploča daje uvid u trenutno stanje svih agenata, kampanja i poziva te nudi mogućnost ažuriranja postavki i uvjeta kod ulaznih i odlaznih poziva.

■ Koje cloud usluge osiguratelji najčešće izabiru?

Korisnici od cloud usluga najčešće izabiru aplikativna rješenja iz Compingova portfelja te prilagođena rješenja za pojedinog korisnika. Potražnja upućuje na sve veće zanimanje upravo za vertikalizirana rješenja koja pokrivaju potrebe organizacije i vrlo brzo se mogu implementirati jer već pokrivaju procese najbolje prakse u sličnim tvrtkama iste industrije. Potreba za manjim prilagodbama tih cloud rješenja prepuštena je samom korisniku, odnosno njihovoj administraciji.

Sve veća potražnja za podizanjem novih privatnih oblaka i virtualizacija postojećih sustava proizlazi iz potrebe ekonomskih ušteda i efikasnijeg upravljanja IT sustavima

Osim aplikativnih rješenja, postoji interes i za virtualizaciju postojeće infrastrukture i usluga te pretvaranja u privatni oblak. Sve veća potražnja za podizanjem novih privatnih oblaka i virtualizacija postojećih sustava proizlazi iz potrebe ekonomskih ušteda i efikasnijeg upravljanja IT sustavima. "Software as a Service" model pružanja usluga vrlo je efikasan način konzumiranja određenih korisničkih usluga

■ Koja poslovna rješenja su najzanimljivija osiguravajućim društvima?

Kontakt centri i mobilna prodaja. Kontakt centri u vidu njegovanja svojih osiguranika, ali i kao generatori prodajnih kampanja, koje su osnova naknadnih prodajnih procesa. Segmentacijom klijenata korisnik sustava definira osiguranike, odnosno potencijalne osiguranike, kojima se želi obratiti i na temelju toga planiraju se marketinške kampanje telefonskim putem, e-mailom ili nekim drugim komunikacijskim kanalom. Rješenje omogućuje automatsko ili ručno pozivanje brojeva telefona navedenog segmenta. Aktivnosti poziva razdjeljuju se po segmentima i dodjeljuju agentima koji rade na kampanjama. Svaki agent ima količinu poziva koje mora odraditi tijekom radnog vremena. Agenti imaju uvid u kalendarski prikaz svih sastanaka prodajnih predstavnika i time im je omogućeno zakazivanje novih sastanaka prodajnim predstavnicima. Kod ugovaranja sastanka prodajni predstavnici na mobilnim uređajima automatski dobivaju obavijest o kreiranom novom sastanku.

Voditelj u svakom trenutku imaju pristup informacijama o prodajnim aktivnostima svojih zaposlenika. Detaljno je razrađena statistika poziva i njihovih statusa po agentima te statistika sastanaka prodajnih predstavnika. Na izvještajima je dostupna efikasnost svake pojedine kampanje, točno je prikazano koliko osiguranika je kontaktirano te kolika je uspješnost prodaje.

■ Postoji li interes i za program vjernosti koji nudite?

Svakako, i to kako samostalno tako i u alijansi s drugim partnerima iz raznih industrija. Učlanjenjem u program vjernosti i

skupljanjem bodova osiguranik ima mogućnost doći do gratis proizvoda ili usluge iz neke od komplementarnih branši za pojedino osiguranje, poput farmacije, wellnesa, ugostiteljstva, automobilske industrije itd., a osiguratelju je cilj uspostava kvalitetnijeg i dugoročnijeg odnosa s osiguranikom, te mogućnost bolje segmentacije korisnikovih želja i potreba.

■ Što biste istaknuli kao najznačajnije komparativne prednosti CRM-a i kontakt centra u cloudu?

Jednostavnost i "user friendly" sučelje je na prvu loptu uočljivo. Ono što ga razlikuje od drugih, naoko sličnih rješenja, je i činjenica da je sustav u velikoj mjeri prilagodljiv, što minimizira vrijeme odziva, ali i troškove.

Kao prednost istaknuo bih još i brzu implementaciju te jednostavnu integraciju i u zamršenim heterogenim sustavima. Implementacija može biti centralna, a korištenje multinacionalno, te se osim jednostavne geografske progresije to isto događa i na funkcionalnoj razini: zapravo pokretanjem operativnog CRM-a iniciramo kolaborativni CRM te generiramo potrebu za analitičkim CRM-om, gdje se CRM filozofija širi kroz cijelu organizaciju i ne ostaje samo na operaterima, agentima, terminerima ili prodajnim predstavnicima u kontakt centru. Rješenje je zapravo neovisno o infrastrukturi te može biti u bilo kojoj varijanti: on premise, cloud, hibrid. Iz svega toga proizlazi, u današnje vrijeme presudni element - da je financijski povoljno i prihvatljivo kako za srednje i male osiguratelje, tako i za one najveće.

■ Kako se te prednosti u konkretnim primjerima očituju, možete li nam dati neki primjer iz prakse?

Jedan od glavnih ciljeva našeg poslovanja je zadovoljstvo korisnika i ispunjenje očekivanja ne samo u aplikativnom dijelu, nego i u procesnom i organizacijskom. Smatramo da se to može postići isključivo postavljanjem poslovnih mjera za praćenje uspješnosti sustava. Ovisno o glavnim ciljevima koji su bili postavljeni na početku kretanja u sam projekt, vrše se i mjerenja.

Neki od ciljeva u konkretnim slučajevima iz prakse su bili: povećanje prodaje, mogućnost krizne i nadprodaje, smanjenje odlaska konkurentskom osiguravajućem društvu, stvaranje osobnije, emocionalnije veze s osigurateljem, identificiranje korisnika te segmentacija za marketinške kampanje i akcije itd. Svaki od ciljeva se kvantificira i definira mu se zadani rok ostvarenja. U procjenjivanju uspješnosti implementacije potrebno je definirati vrijeme između početka i trenutka kad je taj utjecaj mjerljiv. Vrlo je važno mjeriti svaku komponentu zasebno.



ContactInCloud

ContactInCloud omogućava jednostavan rad i brzo zaprimanje korisničkih zahtjeva. Prepoznavanje poziva i korisnika koji poziva kod dolaznih poziva znatno ubrzava rad agenata, a funkcionalnost "Click to dial" kod odlaznih poziva omogućava korisnicima sustava rad iz jedinstvene aplikacije. Na temelju integracije i automatizacije dolaznih i odlaznih poziva svi pozivi spremaju se u CRM sustav na temelju čega je moguće dobiti de-

taljne izvještaje o pozivima.

Detaljna kontrola i nadzor rada u korisničkoj službi kao i u prodajnim aktivnostima omogućena je i snimanjem razgovora. Datoteke se spremaju na poslužitelje i omogućuju voditeljima naknadno preslušavanje pojedinih poziva, kako onih propuštenih, tako i onih koje su sami agenti preuzeli. Pokrivni su razni komunikacijski kanali - telefon, e-mail, SMS, faks i socijalne mreže. ■

Zbog svoje jednostavnosti i prilagodljivosti, adaptacija i edukacija krajnjih korisnika se ubrzava te ne postoji uobičajen strah od nepoznatog koji u početku prati svako novo implementirano rješenje. S druge strane, sustav se u potpunosti može personalizirati za svakog korisnika. Takva personalizacija podrazumijeva prilagodbu njegovim nadzornim pločama, pogledima, listama, izvještajima i procesima, što dodatno spriječava korisnikov rad s aplikacijom. Jednostavnom integracijom svi relevantni podaci iz postojećih sustava mogu biti prikazani u bilo kojem od Compingovih rješenja, te na taj način koristiti već stvoreni set funkcionalnosti s novim korisnički orijentiranim scenarijima.

■ Koliko ContactInCloud analize i izvještavanja predstavljaju temelj za postavljanje komunikacijske strategije? Koliki je rast takvih oblika komunikacijskih kanala?

Sve je veći broj osiguranika koji preferiraju kontaktirati svoja osiguravajuća društva putem self-service kanala. Povećana adopcija IVR tehnologija i rast u e-billing i web-baziranim rješenjima za pružanje usluga daje osiguranicima sve veći broj komunikacijskih kanala u odnosu na situaciju una-

trag nekoliko godina. Očekivanja osiguranika variraju od jednostavne prezentacije računa i rješavanje manjih reklamacija do uvida u status rješavanja njihovih zahtjeva ili upita s mogućnosti ažuriranja bazičnih podataka, tipa promjene naziva, adrese i slično.

Self-service rješenja šire spektar usluga koje je osiguratelj u stanju ponuditi svojim osiguranicima. U podršci za izvršavanje ovih procesa, osiguranicima su na raspolaganju isti alati i podaci koji su inače dostupni zaposlenicima, a mogu znatno utjecati na ukupno smanjenje troškova servisnog dijela organizacije, te povećanje zadovoljstva osiguranika i posljedično povećavaju vrijednosti korisnika za organizaciju.

■ Koji su daljnji planovi Compinga vezano uz osigurateljski posao u cloudu?

Comping ima planove širenja te daljnji razvoj cloud rješenja, koristeći se prilagodljivim i skalabilnim sustavima te posebice kroz ponudu vlastitih inovativnih aplikativnih rješenja koja pokazuju najveći porast potražnje.

Cilj nam je i u budućnosti pratiti trendove i stvarati nove, te nuditi svoja rješenja i uz pomoć partnera koji su prepoznali vrijednost samih rješenja za krajnje korisnike. ■