

2019

Потребности рынка контактных центров Украины в обучении



СОДЕРЖАНИЕ:

СОДЕРЖАНИЕ:.....	2
1. Методология.....	3
2. Общие потребности в обучении рынка КЦ Украины	4
2.1. Общее понятие или специализация?	4
2.2. Виды и формы обучающих активностей.	6
2.3. Немного о деньгах.....	8
3. Заключение.....	11

1. Методология.

Результаты данного исследования базируются на информации, полученной:

- при заполнении онлайн-анкеты сотрудниками различных контактных центров Украины в 2017 и 2019 годах,
- при ответах на различные вопросы анкеты, размещенные в социальных сетях (Facebook, Telegram, LinkedIn).

Полученные с помощью анкетирования данные консолидировались в общем файле, на основании которого была получена информация в целом по рынку КЦ Украины, используя принципы бенчмаркингowego исследования.

На Рис.1 продемонстрировано соотношение количества контактных центров различных размеров, принявших участие в исследовании 2019г. Результаты в целом соответствуют соотношению размеров КЦ в Украине, поэтому считаем полученные данные весьма достоверными.

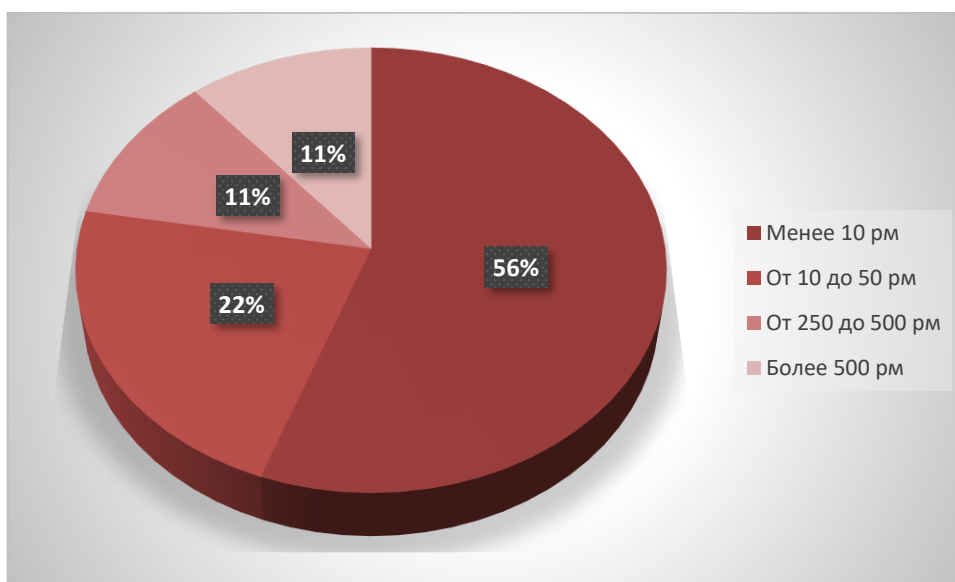


Рисунок 1. Размеры КЦ, принявших участие в анкетировании.

Информация собиралась и обрабатывалась инициативной группой Исследовательского комитета ВАКЦ под руководством Ирины Величко. Отдельно хотим отметить Татьяну Сквирскую и Ольгу Чабай, принимавших участие в создании этого отчета.

2. Общие потребности в обучении рынка КЦ Украины

2.1. Общее понятие или специализация?

Рынок контактных центров (КЦ) Украины состоит из большого количества как крупных (более 500 рабочих мест), так и малых (менее 10 рабочих мест) контактных центров, в которых, по предварительным оценкам, работает не менее 2,5 % работающего населения Украины. Основную часть сотрудников КЦ – операторов, – обучают преимущественно силами внутренних ресурсов КЦ. Однако, административному персоналу КЦ (составляющего от 16 до 25% общего количества сотрудников), преимущественно менеджменту среднего и высшего звена, для работы и продвижения по карьерной лестнице явно не хватает внутреннего обучения. Во многих странах с большим количеством КЦ локальные ассоциации разрабатывают целые системы обучения менеджмента контактных центров и сертификации персонала, поскольку сегодня КЦ уже сформировали отрасль со своей спецификой и требованиями. Безусловно, и Украина к этому придет, а пока мы только на пути к этой системе.

Для помощи в формировании рынка тренингов для отрасли КЦ Исследовательский комитет ВАКЦ периодически проводит фокусные опросы. В данном отчете предоставлены результаты опросов, проводившихся в 2017 и 2019гг.

Рис.2 отражает мнение респондентов в 2019г - какого вида тренинги их интересуют, каких именно не хватает на рынке КЦ Украины, общих или специализированных.



Рисунок 2. Виды тренингов, необходимых менеджменту КЦ Украины

Большинство респондентов отмечают высокую нехватку тренингов каждого вида, как общих, так и специализированных. Предпочтения по видам тренингов достаточно четко коррелируются в зависимости от выбора социальной сети. Так, респондентам в Facebook преимущественно не хватает специализированных тренингов, а в Telegram – общих (пока это первоначальные наблюдения).

Отдельно нужно обратить внимание на то, что на сегодняшний день тренинги проводятся практически исключительно в Киеве, хотя контактные центры располагаются

по всей территории Украины, в областных и даже в районных центрах. Данная ситуация объясняется тем, что пока региональные КЦ не особенно проявляют активности по обучению персонала, обычно в нем больше заинтересованы крупные КЦ с головными офисами в Киеве. Но не исключено, что в ближайшее время ситуация может измениться.

Супервайзеры/руководители групп формируют наибольший запрос на обучение, вторую целевую аудиторию с высокой потребностью в тренингах составляют специалисты по анализу данных, контролю качества и работе с людьми (Рис.3). Тренинги для руководителей и тренеров КЦ давно существуют на рынке и уже удовлетворили спрос, поэтому находятся внизу списка. Эксперты отрасли считают, что для рекрутеров будут более востребованы мастер-классы, повышающие квалификацию, так как в основном их обучением занимается руководитель отдела персонала. На тренинги же для первых трех категорий на рынке явно будет спрос в ближайшее время.

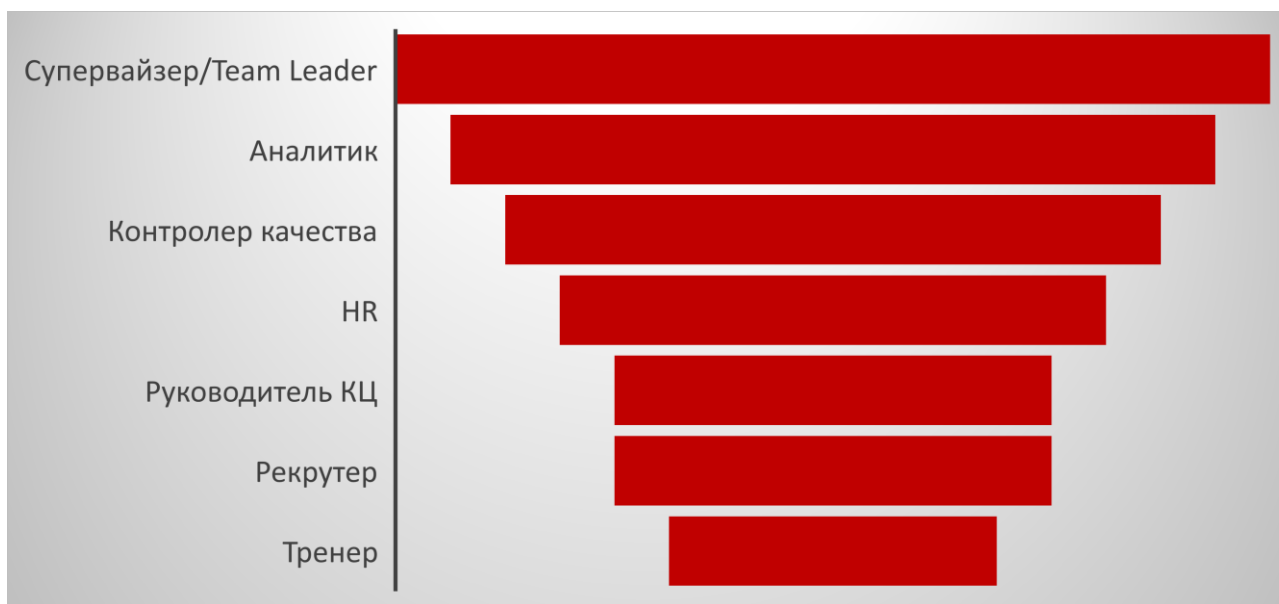


Рисунок 3. У какой категории сотрудников КЦ не удовлетворен запрос на внешнее обучение?

Этот же вопрос был задан участникам практической конференции ВАКЦ «Лучшие практики обслуживания клиентов» 24 октября 2019г. На время проведения опросов в зале присутствовало более 100 человек, поэтому информацию вполне можно сравнивать полученной при помощи опросов (см.Рис.4).

Результаты обоих опросов однозначно показывают, что сегодня наибольшей популярностью пользуются тренинги для супервайзеров, аналитиков и контролеров качества, причем тренинги для супервайзеров востребованы в первую очередь. Отмечая

ету тенденцію, ВАКЦ уже пропонує на ринку певні навчальні активності і планує розширити їх спектр.

Практическая конференция
ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ
обслуживания клиентов



Для какой категории сотрудников КЦ сегодня явно не хватает внешнего обучения



www.crm.cca.org.ua

Рисунок 4. Результаты опроса по запросу тренинговых активностей на конференции ВАКЦ.

2.2. Виды и формы обучающих активностей.

На Рис.5 представлена информация об изменении в выборе форматов обучения за последние два года. Стоит обратить внимание на несомненное падение интереса к длительным традиционным форматам дневных тренингов – 2 и 3-дневным (особенно если для участия в них надо ехать в другой город и платить за проживание там). Стабильный интерес аудитории вызывают мастер-классы и круглые столы и явный рост в предпочтениях по отношению к дискуссионным панелям, клубному формату общения и онлайн-обучению. Несколько респондентов отметили, что предпочитают просматривать записи вебинаров или онлайн-тренингов в свободное время. Учитывая это, ВАКЦ сейчас пробует различные форматы обучающих активностей, в результате чего на рынке в скором времени могут появиться новые обучающие продукты с разнообразной тематикой.



Рисунк 5. Какой формат обучения более предпочтителен?

В 2017 году приоритет отдавался стандартным тренингам в рабочее время. Спустя два года сотрудники КЦ больше склонны обучаться в выходные дни и в вечернее время после работы (все тот же «клубный формат», см.Рис.6). Перед тренерами появляются вызовы - упаковать большой объем сложных знаний по управлению КЦ и создать новые обучающие продукты в варианте, позволяющем адекватно подать его в сжатые сроки.



Рисунк 6. Когда удобнее учиться ?

Важно знать, что именно интересует заказчика, что обязательно должно быть на тренинге (Рис.7). Безусловно, самое важное и ценное – это материал, который требует правильной упаковки: в игровой форме, с рассмотрением практических примеров/кейсов, видеоматериалов и т.п. Не менее важно на тренинге получить раздаточные материалы, к которым можно будет возвращаться в случае необходимости. Несколько

менее значим комфорт помещения. Стоит учитывать, что в тренингах могут участвовать опытные сотрудники, которые готовы поделиться опытом и знаниями с менее опытными коллегами, поэтому во время тренинга необходимо уделять внимание нетворкингу. Часто менеджеры КЦ, познакомившись на тренинге, продолжают общение по рабочим вопросам уже после окончания процесса обучения.

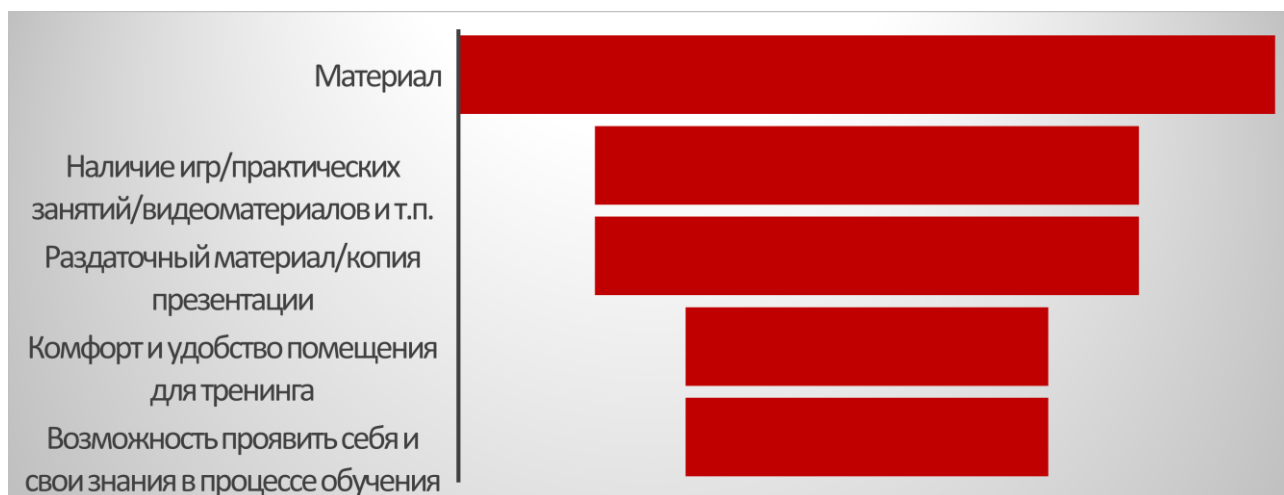


Рисунок 7. Что наиболее важно в обучающем процессе?

2.3. Немного о деньгах.

Интересно отследить изменение позиции личной оплаты тренингов (см.Рис.8). В целом в 2017г потенциально оплатить тренинги самостоятельно соглашалось 55% сотрудников КЦ. В 2019г это количество выросло до более чем 70%. В сети LinkedIn все отвечавшие респонденты подтверждали свою готовность вкладывать личные средства в саморазвитие, и если 10 лет назад на рынке КЦ таких были единицы, то сегодня ситуация существенно изменилась в положительную сторону.

Стоит отметить, что в 2019г респонденты значительно меньше стали уделять внимание персоналиям тренеров. В 2017г отмечали, что тренер и его компетенции также важны в тренинге (6% опрошенных), а в 2019г этот критерий не отметили ни в обязательных условиях проведения, ни в условиях для личной оплаты тренинга.

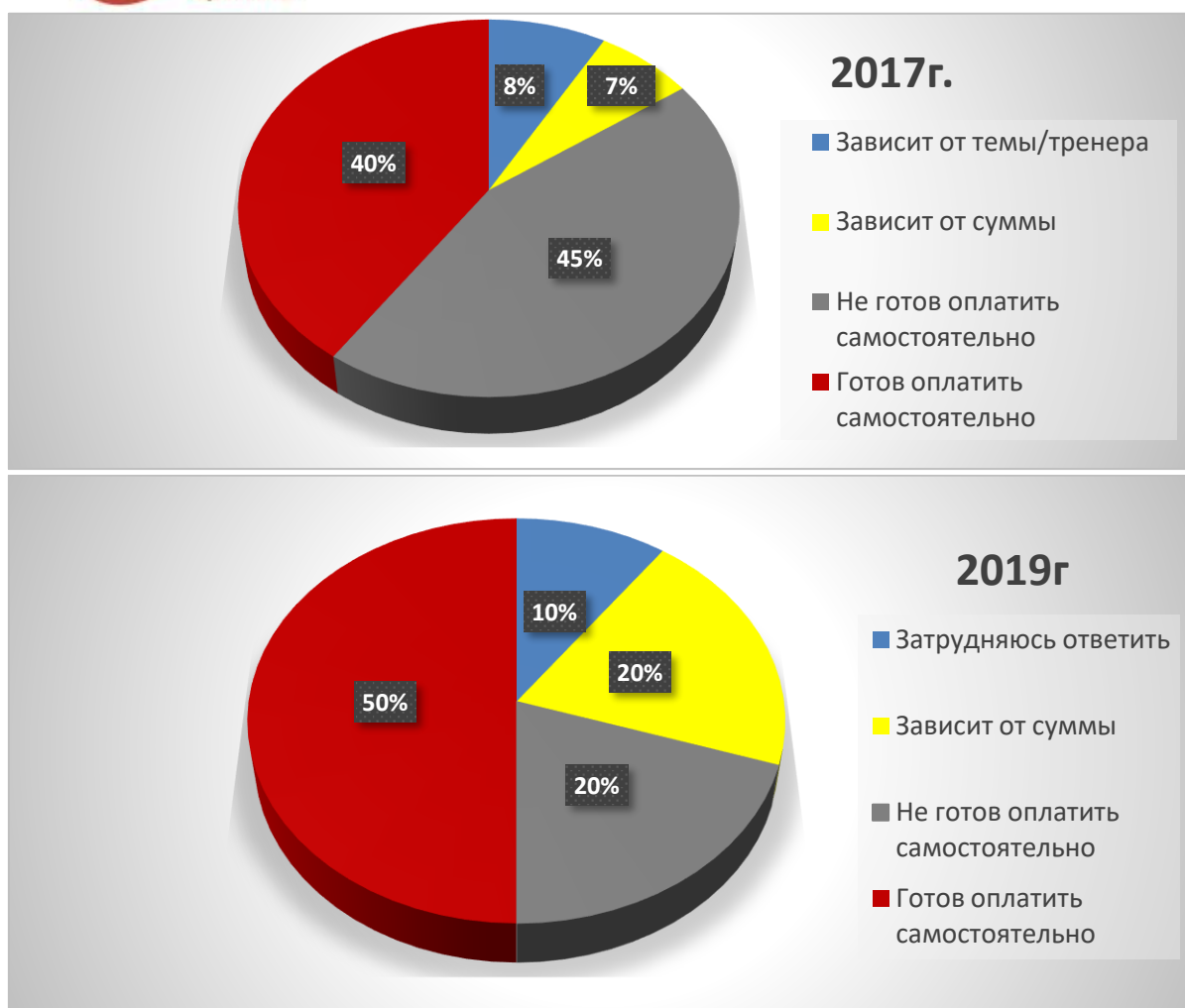


Рисунок 8. Готовность самостоятельно оплатить обучение.

Мы также задали этот вопрос на конференции ВАКЦ «Лучшие практики обслуживания клиентов» (см.Рис.9). Среди участников конференции практически все готовы платить за обучение самостоятельно (что не удивительно, отказалось менее 3%), но существенное количество респондентов ставит ответ в зависимость от суммы (почти 54%) и темы/тренера (32%).

Готовы ли вы платить за обучение самостоятельно?



www.crm.cca.org.ua

Рисунок 9. Готовность самостоятельно оплатить за обучение (конференция ВАКЦ).

Рис.10 говорит о том, что 46% респондентов в 2017г готовы были самостоятельно потратить в месяц на обучение до 500 гривен, что соответствует стоимости вебинара/круглого стола/мастер-класса/дискуссионного стола. Появление новых продуктов по этой стоимости расширит рынок обучения для региональных КЦ, что дает надежду на реальное изменение отношения персонала КЦ к процессу самообучения. В 2019г этот вопрос респондентам не задавался, но можно предположить, что размер ежемесячной суммы, скорее всего, увеличился.

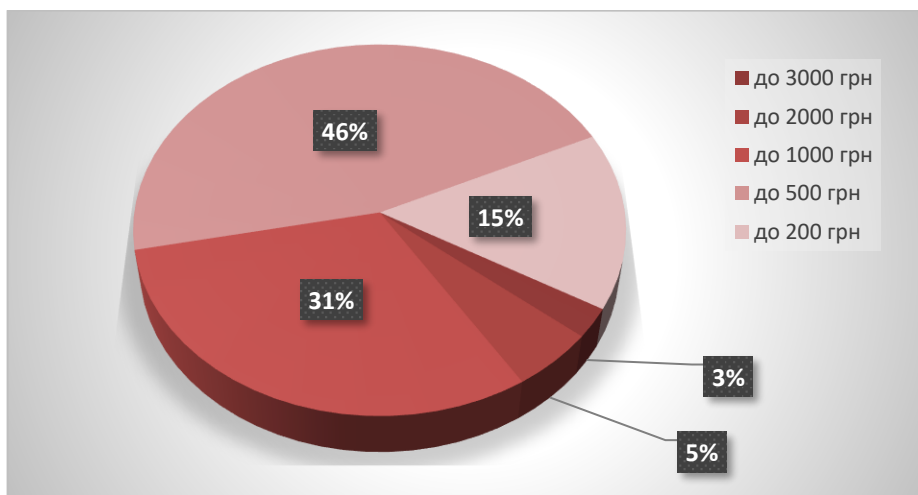


Рисунок 10. Какую сумму Вы готовы потратить на обучение в месяц?



3. Заключение.

ВАКЦ констатирует, что сегодня на рынке появляется все большее количество экспертов, специализирующихся на отрасли контактных центров и готовых предоставлять различные образовательные продукты. Со своей стороны ВАКЦ заинтересована в качестве, фундаментальности и системности тренингов. Поэтому мы будем регулярно проводить аналогичные исследования, помогающие создавать комплексную систему обучения, соответствующую современным запросам. Призываем представителей рынка контактных центров Украины активнее принимать в них участие.