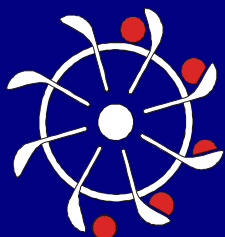


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНКА УСЛУГ АУТСОРСИНГОВЫХ CALL- ЦЕНТРОВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
март 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка аутсорсинговых call-центров, а также выявление стратегий продвижения основных игроков Рынка.	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диаграмм	7
Список таблиц	8
Список схем	9
Выдержки из исследования.....	10
Сегментация Услуг.....	10
Тенденции Рынка	12
Тенденции в ценовых сегментах	12
Тенденции по основным количественным показателям Рынка	12
Тенденции на конкурентном поле.....	12
Тенденции в потребительском сегменте	12

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка аутсорсинговых call-центров, а также выявление стратегий продвижения основных игроков Рынка.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования: анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка аутсорсинговых call-центров, а также выявление стратегий продвижения основных игроков Рынка.

Предметом исследования является российский рынок аутсорсинговых call-центров.

Метод сбора данных: кабинетное исследование.

В исследовании подробно рассмотрены факторы, в том числе и макроэкономические, влияющие на развитие рынка аутсорсинговых call-центров.

В отчете произведена сегментация услуг аутсорсинговых call-центров и разобрана структура Рынка, получена оценка количественных показателей исследуемого рынка, изучен вопрос ценообразования на Рынке, структура движения средств, а также логика построения тарифов, подробно представлен анализ крупнейших игроков Рынка. Произведен их конкурентный анализ.

Исследование содержит анализ потребителей услуг аутсорсинговых call-центров, описание основных критериев выбора call-центров и тенденции в потребительском сегменте.

В отчет входит описание способов продвижения на рынке аутсорсинговых call-центров.

По результатам исследования представлен STEP-анализ Рынка и возможные риски.

МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ:

Кабинетное исследование

Кол-во страниц: 71 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 11 диаграмм, 6 таблиц, 4 схемы.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Целевая аудитория

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общая экономическая ситуация в России

Резюме

Сегментация и структура Рынка

Структура Рынка

Сегментация Услуг

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Темпы роста Рынка

Ценообразование на Рынке

Структура распределения средств

Основные принципы ценообразования

Ценовое сегментирование Услуги

Конкурентный анализ

Уровень конкуренции на Рынке

Основные параметры конкуренции

Сегментация основных игроков

Региональные Рынки

Стратегии развития аутсорсинговых call-центров

Продвижение аутсорсинговых call-центров

Прямая реклама

Проведение рекламной кампании в Интернете

Проведение не прямых рекламных работ

Кадровая политика

Характеристика персонала call-центра

Управление кадрами

Обучение операторов

Удержание кадров

Анализ потребителей

Потребители услуг call-центров

Сегментация потребителей услуг call-центра

Критерии выбора call-центра

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, влияющие на развитие Рынка

Благоприятные факторы

Сдерживающие факторы/Анализ рисков

Тенденции Рынка

Общие выводы по отчету

Приложение

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика роста реального объема ВВП 2002 – 2006 г., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика уровня инфляции в России, в %, 2006 г.

Диаграмма 3 Динамика роста инвестиций в основной капитал 2000 – 2006г., млрд. руб.

Диаграмма 4. Объем рынка аутсорсинговых call-центров в натуральном выражении

Диаграмма 5. Распределение call-центров по типам

Диаграмма 6 Объем рынка аутсорсинговых call-центров в денежном выражении

Диаграмма 7 Темпы роста Рынка

Диаграмма 8. Распределение call-центров по стоимости обработки входящих вызовов операторами

Диаграмма 9. Распределение call-центров по размерам

Диаграмма 10. Уровень проникновения call-центров

Диаграмма 11. Уровень проникновения аутсорсинговых call-центров в компаниях по видам деятельности

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сегментация основных игроков Рынка

Таблица 2. Сравнительная характеристика основных игроков рынка

Таблица 3. Перечень компаний, появляющихся на первой странице, при запросе в крупнейших поисковых системах

Таблица 4. Перечень компаний, использующих контекстную рекламу

Таблица 5. STEP-анализ российского рынка аутсорсинговых call-центров

Таблица 6. Возможные риски, связанные с Рынком

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. Структуры рынка call-центров
- Схема 2. Структура распределения средств
- Схема 3. Структура стоимости услуг call-центров
- Схема 4. Способы управления ротацией в call-центрах

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕГМЕНТАЦИЯ УСЛУГ

Возможности среднего call-центра достаточно многообразны и включают в себя¹:

- ∅ Приём вызовов и идентификация вызывающей стороны.
- ∅ Диалог оператора с абонентами, предоставление автоматического меню услуг.
- ∅ Автоматические информационные услуги и возможность переключения на специализирующегося на данных задачах оператора (инженера, администратора).
- ∅ На экране каждого работающего с системой появляется информация о клиенте (из базы данных) и о его требованиях и действиях.
- ∅ Возможность различного рода конференций (абонент – система – оператор – администратор).
- ∅ Фиксация в протоколе системы необходимой информации о совершенных абонентом и оператором действиях.
- ∅ Возможность перевода абонента в любую точку диалога с системой.
- ∅ Автоматическое разъединение в случае завершения сеанса связи.
- ∅ Тарификация услуг.
- ∅ Программирование сценариев работы системы в зависимости от приоритетов компании.
- ∅ Статистика на текущий момент (real-time) и накопительная (off-time).

Основные задачи, решаемые при помощи call-центров:

Поддержка пользователей:

- ∅ Служба поддержки пользователей
- ∅ Служба по работе с клиентами
- ∅ Контроль состояния счетов
- ∅ Услуги во внерабочее время
- ∅ Информационные услуги
- ∅ Размещение и обслуживание заказов

¹ РосБизнесКонсалтинг

- Ø Техническая поддержка
- Ø Ведение клиентов

Продажа и маркетинг:

- Ø Определение эффективности рекламы
- Ø Продажа по каталогам
- Ø Поддержка дистрибьюторов
- Ø Прямой маркетинг
- Ø Система бронирования
- Ø Телемаркетинг
- Ø Использование баз данных
- Ø Расширение круга потенциальных клиентов
- Ø Формирование баз данных
- Ø Структуризация баз данных
- Ø Обзоры и исследования

Аутсорсинговые или коммерческие call-центры предоставляют в основном **три вида услуг:**

2. Услуга «Виртуальный офис» - подразумевает под собой предоставления call-центром многоканального телефонного номера с переадресацией телефонных звонков в офисы заказчика. Для реализации данной услуги в основном используется система IVR (интерактивный голосовой ответчик).
3. Услуга «Горячая линия» - используется для ответов на вопросы клиентов заказчика, при этом звонок на этот номер бесплатен.
4. Услуга «Исходящие компании» - подразумевает под собой проведение маркетинговых исследований или прямых продаж в интересах компании заказчика.

Также зачастую call-центры предлагают своим клиентам уже готовые решения для тех или иных бизнес-задач. Это связано с тем, что клиенты довольно часто просто не видят области применения call-центров. Например, компания «Аудиотеле» предлагает следующие пакеты:

- Ø «Схема удержания покупателей при смене дилера»
- Ø «Система оперативного сбора клиентской базы»

- Ø «Гарантированный посетитель»
- Ø «Стимуляция совершения покупки посетителями»
- Ø Другие

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

В тарифах на услуги аутсорсинговых call-центров наблюдается стабильность. За прошедший год тарифы call-центров практически не изменились.

ТЕНДЕНЦИИ ПО ОСНОВНЫМ КОЛИЧЕСТВЕННЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ РЫНКА

В ближайшие 2-3 года темпы развития рынка аутсорсинговых call-центров будут находиться на уровне 50-75%.

ТЕНДЕНЦИИ НА КОНКУРЕНТНОМ ПОЛЕ

На сегодняшний день конкуренция на рынке аутсорсинговых call-центров характеризуется следующими тенденциями:

- Ø Усиление конкуренции за счет появления большого числа маленьких call-центров на 10-30 операторов.
- Ø Нехватка крупных call-центров
- Ø Сотрудничество разных call-центров во время масштабных проектов
- Ø Многие call-центры наращивают свои мощности, увеличивают количество рабочих мест

ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

Основными тенденциями в потребительском секторе являются:

- Ø Растущий уровень понимания заказчиками сути услуг call-центров, задают «правильные вопросы», что свидетельствует о развитии Рынка.
- Ø Повышение требований клиентов к качеству предоставляемых услуг
- Ø Увеличение доверия среди малых и средних компаний-заказчиков.
- Ø Появление крупных клиентов как банки и страховые компании.

- Ø Переход с внутреннего (корпоративного) call-центра на внешний (аутсорсинговый)
- Ø Отмечается потребность в оказании консалтинговых услуг

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА

ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРСОНАЛА CALL-ЦЕНТРА

По мнению всех участников Рынка, операторы являются важным элементом функционирования call-центра, и одной из составляющих его успеха. И, как было сказано выше, расходы, связанные с оплатой труда операторов, являются наиболее значительными в структуре распределения средств.

К оператору предъявляются следующие требования:

- Ø Приятный голос
- Ø Четкая дикция
- Ø Быстрая реакция
- Ø Сообразительность
- Ø Высокая скорость печати
- Ø И другие

По заявлениям участников Рынка для нормального функционирования аутсорсингового call-центра, у которого ярко выраженная проектная деятельность, требуются два типа операторов:

- Ø Постоянный костяк – опытные операторы, работающие в центре дольше остальных, которым необходимо платить повышенную зарплату.
- Ø Стратегический резерв – операторы, которые привлекаются на отдельные проекты.

УПРАВЛЕНИЕ КАДРАМИ

Во всех call-центрах высокая текучесть (ротация) кадров, к чему руководители относятся спокойно. Текучесть кадров связана с:

- Ø Низкой заработной платой
- Ø Нестабильной загрузкой
- Ø Напряженной работой
- Ø Строгой дисциплиной
- Ø Высокой регламентацией деятельности

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI Ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honeywell, Colan, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.