

# Eszközök vannak!

Mindenki panaszkodik, hogy zsugorodik a piac, nem fizetnek az ügyfelek, éleződik a verseny. Ugyanakkor tele van a világ sikeres, fejlődő cégekkel, és közülük nem is kevesen éppen a távközlési (pontosabban: a távközlési-informatikai) területen érték el eredményeiket.



**Értő szóval**

**BEDŐ ERIK,  
AZ ITBUSINESS  
TÁVKÖZLÉSI SZAKÉRTŐJE**

**T**ekintettel arra, hogy egyre okosabbak az okostelefonok, és mind több van belőlük, itt az idő, hogy bevonjuk őket a mindennapi üzleti gondolkodásunkba – és nem csak szórakoztató eszközként.

Az, hogy a (mobil-) telefon jelentősen képes növelni cégünk hatékonyságát – mindenkit könnyebb elérni – ma már mindenki számára egyértelmű. Magyarországon azonban kevesen ismerik fel a távközlésben rejlő további lehetőségeket, főleg a kis- és középvállalati szektorban.

## Helyzetkép Magyarországról

Itthon még nagyon kevesen gondolkoznak azon, hogyan lehet a bevétel növelésére használni a távközlést. A mostani helyzetben csökkennek a távközlési kiadások, ez az egyik részről helyes, azonban sohasem szabad elfelejteni, hogy költségcsökkenésből még senki sem gazdagodott meg – ahhoz bevétel kell.

Minden üzleti tevékenységnél fontos, hogy el tudjuk érni ügyfeleinket, és ők is el tudjanak érni minket. No de hogyan?

Már a közepesenél kissé nagyobb cégeknek is célszerű elgondolkozniuk valamilyen kék szám (06-40-xxxxx) meghirdetésén és egy kisebb ügyfélszolgálat működésén, főleg, ha a vevőkört a kisfogyasztók alkotják. Persze nincs szükség teljes call centerre, csupán arra, hogy az ügyfelek egy ismert, meghirdetett csatornán keresztül hívhassák a céget. Költség szempontból ezt mindenképpen egy vezetékes szolgáltatónál kell megrendelni, és akkor az üzemeltetési költségek sem lesznek túl magasak. Zöld számot – ami teljesen ingyenes az ügyfelek számára – ebben a körben nem javasolunk, mivel annak üzemeltetési költségei lényegesen nagyobbak.

Ahelyett, hogy mindenki saját névjegyeit tárolja, érdemes egy központosított ügyfélkapcsolati adatbázist létrehozni, ezzel az ügyfél nem az ügyfélmenedzser „tulajdona” lesz, hanem a cégé. Min-

denki számára készülhetnek ebből olyan részhalmozatok, amelyeket a munkatársak szinkronizálnak a mobiltelefonjaikkal. Így egy telefonhiba vagy -csere esetén sem vesznek el az ügyfélkapcsolatok.

## Bárhol, bármit

Az okostelefonokkal lassan elérjük azt a kívánatos/nemkívánatos állapotot, hogy bárhol és bármit lehet csinálni, illetve mindig online vagyunk. Online megrendeléseket lehet felvenni, e-maileket lehet írni és válaszolni azokra stb. Bár mindenkinek át kell gondolnia, mit is jelent ez, de elvben minden űrlap kitöltése feleslegessé válik!

Nincs többé olyan, hogy „beviszem a megrendeléseket az irodába, ott feldolgozzák”, vagy „holnap látom a raktárkészletet”. Sőt, megfelelő felülettel az ügyfél közvetlenül rendelhet online – és ez nem lehet csupán a nagy cégek luxusa.

A következő terület a távmunka. Ez sem új keletű, azonban ma már nem szükségszerűen otthoni munkavégzésről beszélünk, hanem megint a bárhol bármit elve érvényesül. Fekhetek a nyugágyban a kertben, és olvashatom az e-mailjeimet, vagy írhatom ezt a cikket. Ma még meglepően kevés cég él ezzel a lehetőséggel Magyarországon!

Várok az orvosnál, mert csúszásban van. A női lapokat olvasom unalmamban? Nem, éppen válaszolok az utolsó órában beérkezett e-mailekre. Sőt... Várok a villamosra a megállóban. Előveszem az okostelefont, és elolvasom az e-mailjeimet, vagy megnézem a legutolsó híreket. Magyarországon, 2010-ben.

## Mobilrobbanás

A mobilrobbanás második lépcsőfoka következik. Akkor beszélhetünk igazi mobilpenetrációról, amikor majd az emberek többsége így gondolkozik és cselekszik. És az amerikaiak, európaiak, kínaiak, brazilok biztosan ezt is fogják tenni...

Hányan küldtek már ki marketing jellegű üzeneteket ügyfeleiknek sms-ben? Igen, nagyon drága, de ha olcsóbb lenne, megtennék? Hányan gondolkoznak mobilportálon? A jövőben a standardizált mobilplatformok kiváló lehetőséget fognak nyújtani arra, hogy szorosabbá tegyük kapcsolatunkat ügyfeleinkkel. Ehhez elengedhetetlen lesz a mobilportál: vagy külön alkalmazásként, vagy telefonra specializált webalkalmazásként.

## Géptől gépig

A machine-to-machine, vagyis géptől gépig terjedő kommunikáció szintén robbanás előtt áll. Ma már ismertek a gépjárműkövető rendszerek, de hányan gondolták át, milyen sok lehetőség van ezen a területen?

Néhány saját ötlet:

**Parkolóoptimalizálás.** Beütjük, hová megyünk, és a rendszer felajánl egy személyes parkolót, sőt, meg is mondja, mikor érek oda, a partnert pedig tájékoztatja a pontos érkezésemről. (Ehhez természetesen a város fejlesztése is szükséges, itt nem vagyok annyira optimista.)

**Futárszolgálat.** Tájékoztatja az ügyfelet, mikor érkezik a küldemény, nem napra, hanem percre pontosan. A céges futár is kap egy olyan mobilt, amelynek segítségével online látom, hol tart, és át tudom irányítani, amikor kell.

**Forgalom.** Hányan tudják, hogy a forgalmi lámpák egy része már ma mobilgprs-szel van felszerelve? Már csak az kellene, hogy a rendszer figyelje a forgalmat, és dinamikusan váltson...

**Készpénz helyett.** Az ügynököm nemcsak a megrendelést rögzíti a mobilján, hanem az előleget is elektronikusan szedi be rajta. Minek is a készpénzforgalom?

Mindezek kellő nyitottságot feltételeznek mind a munkáltató, mind a munkavállaló oldaláról. Meggyőződésem azonban, hogy ha ez nincs meg, hamarosan nem lesz munkahelye a munkavállalónak, és nem lesz cége a munkáltatónak, mert a verseny térdre kényszerítette. Utána pedig lehet a válságra hivatkozni. ■