Sazka zefektivňuje péči o zákazníky. Novou divizi povede David Schenk

28.11.2023 - | SAZKA

Automatizace a digitalizace Základ nově vzniklé divize Customer experience vznikl spojením tří dosud samostatných oddělení: Kontaktního centra, Zákaznického backofficu a Oddělení reklamací.

„Sehrané týmy nyní propojíme v jeden funkční celek a doplníme o nástroje umělé inteligence, jako je nová generace chatbotů nebo rozšířený voicebot. Výsledkem by mělo být efektivní zvládnutí rostoucího počtu interakcí s našimi zákazníky a také zkvalitnění práce našich zaměstnanců, kterým odpadnou monotónní a stále se opakující úkoly a budou mít více času na zákazníky," vysvětlil David Schenk. *„Umělá inteligence bude v nějaké formě součástí všeho, co dnes děláme. Hodně nástrojů již existuje a my je musíme začít používat a implementovat do naší každodenní práce*," říká Aleš Veselý, generální ředitel společnosti Sazka, a doplňuje: *„Vidíme zde také obrovskou příležitost k digitální transformaci Sazky, zvýšení naší agility, a tím i celkovému zlepšení zákaznické zkušenosti. Jsem velmi rád, že toto téma zastřeší právě David*." Nedílnou součástí nové divize je také Oddělení inovací. *„Naším cílem není centralizovat inovace na jedno místo. Protože víme, že by to nefungovalo. Ale na druhou stranu existují témata, které mají celofiremní přesah a potřebují centrální koordinaci, jako je automatizace a digitalizace*," doplnil Schenk, a pokračuje: *„Mnohé naše týmy už s různými nástroji umělé inteligence pracují. Nové možnosti komunikace ovlivňují především práci operátorů na kontaktním centru. V CRM jsme již nyní pracovali s prediktivními modely, s kolegy z technologických týmů řešíme co-piloty pro tvorbu reportů a prezentací. Nástroje využívající generativní AI v marketingu potřebujeme trénovat na našich datech a pravidlech, aby nám byla co nejvíc k užitku*." **Méně papíru** Digitalizace procesů s sebou nese také důležitý aspekt — odbourávání „papírové" komunikace. *„S ohledem na životní prostředí budeme minimalizovat používání papíru. Jak v komunikaci s koncovým zákazníkem, tak v B2B komunikaci, stejně jako v rámci interních procesů u nás v Sazce*," řekl Schenk. Zákazníci navštěvující prodejní místa Sazky, kterých má česká loterijní jednička více než 7 500 po celém Česku, tak budou mít již v příštím roce na výběr, zda u svých oblíbených produktů použijí papírovou, nebo digitální variantu. Jde o další krok v dlouhodobé strategii Sazky, která chce přecházet od tradičních papírových forem komunikace k většímu využití nových moderních technologií. Další kroky Sazka představí v nadcházejících měsících. **David Schenk** Do Sazky nastoupil v roce 2015 s cílem vybudovat oddělení řízení vztahů se zákazníky (CRM). Útvar má dnes před 20 lidí a významným způsobem přispívá k tomu, že má Sazka mnoho spokojených a pravidelně sázejících zákazníků. Dočasně řídil v Sazce divizi marketingu. Dříve působil ve společnostech Hewlett-Packard, L'Oreal, T-Mobile, O2, zejména v oblasti marketingu. Mezi jeho zájmy patří lyže, kolo, vysokohorská turistika a potápění. Má manželku a 3 děti.

http://www.sazka.cz/sazka-svet/pro-media/tiskove-zpravy/brezen/sazka-zefektivnuje-peci-o-zakazniky-novou-divizi-povede-david-schenk