

# IMPROVING QUALITY AND AGENT'S PERFORMANCE IN BANGKOK CALL CENTRES

Aruna Chawla\* and Srobol Smutkupt\*\*

Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University of Thailand

## ABSTRACT

*Quality in the call center industry is one of the major objectives difficult to achieve when considering call center agents, with their need to find a balance between the number of calls received, average handling time of calls, or post wrap-up time in each call. The focal firm, AURSA Company, realizes the importance of helping agents to develop and deliver the right kind of quality to customers on call. From data analysis, the researcher found that the company's call center agents' performance throughout 2017 was lower than expected. Therefore, this paper proposes a set of best practices for the company, gained from a review of the relevant literature. Under the proposed strategy, the best practices which were found to help agents to improve and deliver better quality service on call included weekly call assessment, coach model, and a knowledge management model. In addition, the researcher also suggests solutions to improve agent's performance through ongoing support and communication, such as weekly one-on-one sessions, weekly team meetings, and training coaching sessions.*

**Keywords:** *Quality, performance, call centre*

### บทคัดย่อ

การบริการอย่างมีคุณภาพในธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า นั้น มักจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ยากในการจะทำให้สำเร็จสำหรับเจ้าหน้าที่รับสาย เนื่องจากมีหลาย ๆ อย่างที่ต้องคิดคำนึงถึงทุกครั้งในการรับสาย ไม่ว่าจะเป็นจำนวนสายที่ต้องรับ เวลาที่จำกัดในการคุยกับลูกค้าต่อสาย หรือแม้กระทั่งเวลาในการจัดบันทึกข้อมูลลงระบบหลังจากสนทนากับลูกค้าเสร็จ และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อช่วยให้เจ้าหน้าที่รับสายพัฒนาและเรียนรู้การให้บริการที่ดีต่อลูกค้าอย่างมีคุณภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง งาน วิจัยนี้ได้ทำการศึกษา บริษัท AURSA พบว่าในปี พ.ศ. 2560 เจ้าหน้าที่รับสายมีคะแนนทางคุณภาพสายที่ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำงานทุกเดือน การเสนอให้บริษัทใช้วิธีการจากกรอบทบทวนวรรณกรรม เช่น วัดคุณภาพสายต่ออาทิตย์แทนต่อเดือน การใช้โค้ชโมเดล และ โมเดลการจัดการความรู้ พบว่าสามารถช่วยให้เจ้าหน้าที่รับสายเพิ่มคุณภาพทางสายในการให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการประชุมกับเจ้าหน้าที่รับสายเป็นรายบุคคล การประชุมเป็นทีมและการอบรมเจ้าหน้าที่รับสายเป็นระยะ ๆ ทุกอาทิตย์

คำสำคัญ: คุณภาพ ผลประกอบการ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า

## INTRODUCTION

The focus company in this case study is the leading strategic partner of automotive manufacturers in the provision of mobility services across Australia: its pseudonym in this paper, for confidentiality, is "AURSA Company". The company decided to outsource to

---

**Received: December 23, 2018; Revised: March 16, 2019; Accepted: April 2, 2019**

\*This is a much condensed version of Ms. Aruna Chawla's research report in part fulfillment of the requirements for the MSc degree in Supply Chain Management at Assumption University. Email: aruna8chawla@gmail.com

\*\*Dr. Srobol Smutkupt is a lecturer in MSc program in Supply Chain Management, Martin de Tours School of Management and Economics at Assumption University. Corresponding author Email: srobol.smutkupt@gmail.com