

BSS

WWW.BSSYS.COM

СХ СТРАТЕГИЯ:

**КАК ПОНЯТЬ ГРАНИЦЫ И ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ,
ЧТОБЫ НЕ ПАЛИТЬ РЕСУРСЫ «ИЗ ПУШКИ ПО
ВОРОБЬЯМ» И НЕ СБИТЬСЯ С ПУТИ?**

Юлия Вдовина

Директор по продукту цифровизации клиентского
сервиса в дистанционных каналах

BSS





Сет Годин

Маркетолог,
автор идеи
доверительного
маркетинга



Маркетинг это не про то,
что вы продаете, а про то,
как вы заставляете людей
чувствовать себя



Культура – это то, что происходит, когда
вы не смотрите. Если вы хотите создать
замечательный клиентский опыт, вам
нужно начать с замечательной культуры



Тони Шей

Американский
интернет-
предприниматель

Тренды и перспективы: персонализация и технологичность

AI-решения уже внедряются в различные функции

Более **40%** компаний находятся на этапе внедрения
70% потенциала приходится на 6 отраслей (транспорт, банки, ритейл, добывающая промышленность, производство потребительских товаров, ИТ)

Потенциал AI рынка 2028 года оценивается*

₽ 22 - 36 трлн – экономический потенциал
₽ 4,2 - 6,9 трлн – прогнозируемый реализованный эффект (4% ВВП)

Использование ИИ для персонализации опыта клиента

Около **60%** российских ретейлеров используют ИИ для анализа покупательского спроса и персонализации предложений, что увеличивает конверсию на **15 - 30%**

Аналитика данных и прогнозирование

Более **70%** компаний применяют ИИ для анализа больших данных

ПРЕДВОСХИЩАТЬ, ПРЕДУГАДЫВАТЬ, ОПЕРЕЖАТЬ



Внедрение чат-ботов и виртуальных ассистентов

~ **40%** компаний используют ботов для улучшения сервиса.
К 2027 г. боты станут основным каналом взаимодействия с клиентом и решения внутренних нужд компаний

Интеграция омниканальных платформ обслуживания (прогноз 2025-2026)

60-70% компаний планируют улучшение взаимодействия с клиентом счет омниканальности. Использование омниканальных платформ увеличивает конверсию на **30-40%**
Прогноз объёма инвестиций к 2025 году более **₽ 100 млрд**
~ **80% клиентов** взаимодействуют через несколько каналов

ЕДИНЫЙ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА КОНТАКТА С КЛИЕНТОМ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТОЧКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ВРЕМЕНИ ФОРМИРУЕТ ДОВЕРИЕ КЛИЕНТА

Трансформация клиентского пути: CX на базе AI

2024 – Customer Experience

Требования клиента диктуют правила выстраивания коммуникаций с компанией

Продукто- и канало-центричная модель:

1. Выстраивание клиентского опыта отдельно в каждом канале коммуникации или отдельно по каждому продукту
2. КЦ – центр затрат, фокус на оптимизацию без потери качества
3. Роботизация без потери качества
4. Новый формат отделений (Phygital)
5. Определение кейсов использования AI в сервисе

- Долго
- Дорого
- Локальная персонификация



2025+ – Total Experience

Объединение Customer Experience, User Experience, Employee Experience, Multi Experience – единый клиентский опыт

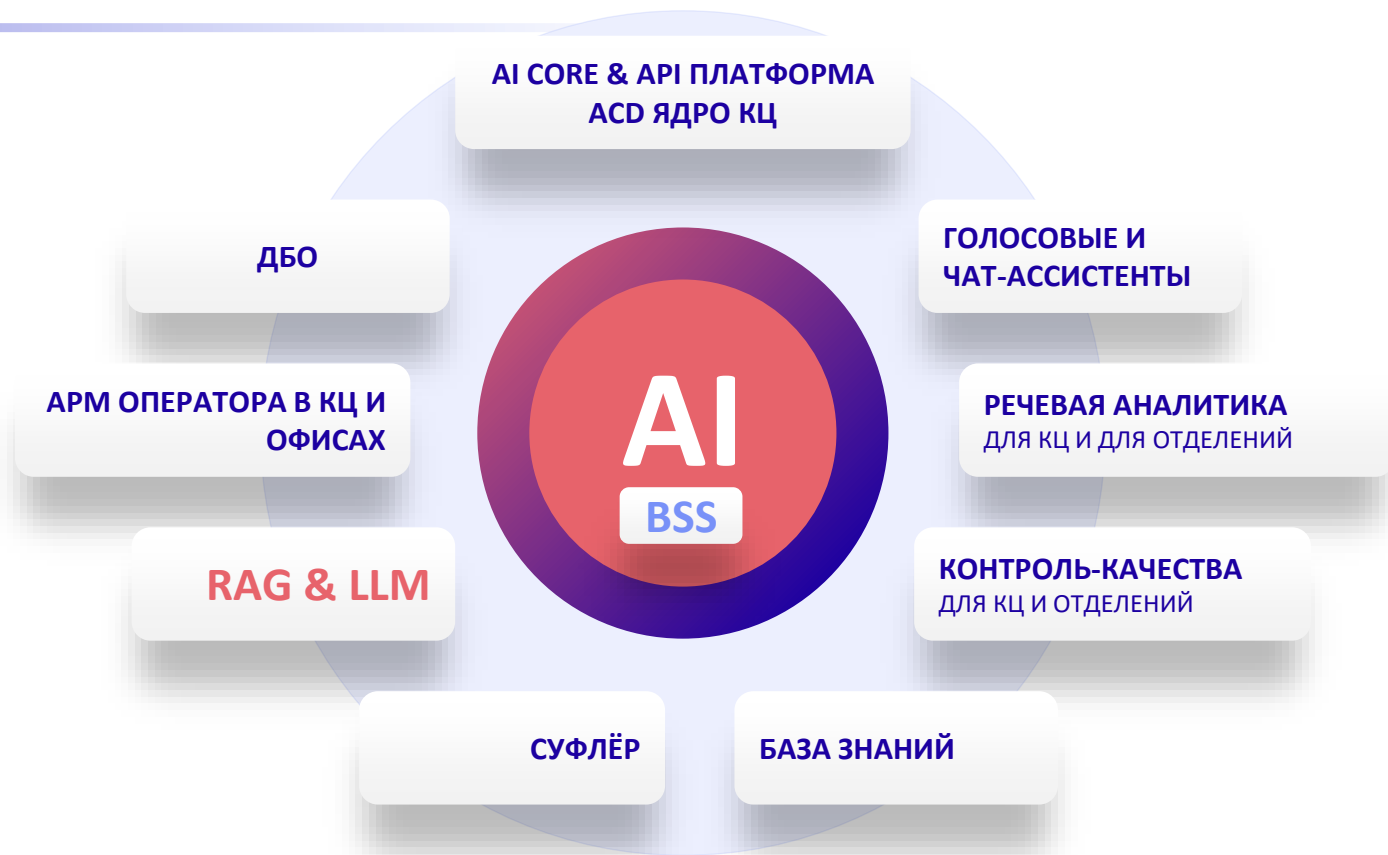
Клиентоцентричная модель:

1. КЦ – центр коммуникации и знаний о клиенте, канал продаж
2. AI автоматизация
3. Роль оператора -> финансовый консультант
4. Персонализация на основе глубокой аналитики и проактивный подход
5. Синергия в использовании каналов и ресурсов
6. Значительный рост выручки за счёт доп. продаж

- Быстро
- Эффективнее
- Предвосхищая

Построение AI CX-Platform

- Единый способ управления знаниями о клиенте
- Модульное решение – конструктор
- Каждый компонент решения проинтегрирован
- Использование инноваций ИИ: RAG & LLM
- Команда с AI и Бизнес-экспертизой по построению AI процессов обслуживания



Внедрение AI в отдельные каналы и продукты **удлиняет и удорожает** такое внедрение, снижая конкурентные преимущества



AI модели лежат в основе персонализации и без единых моделей **невозможно построить сквозную** персонализацию



Внедрение AI **требует наличия** инструментов подготовки данных, обучения и внедрения моделей единых для всех точек применения

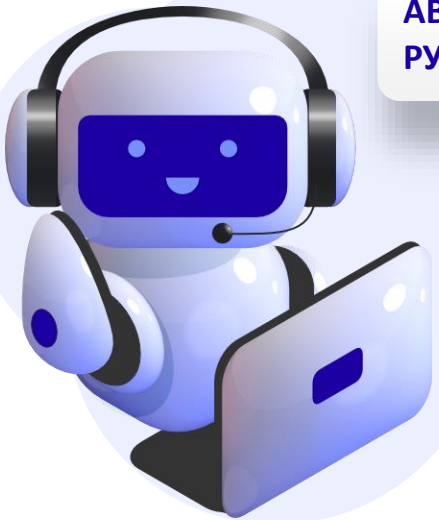
Умные боты: может ли бот улучшить CX?

ОБРАБОТКА
ЕСТЕСТВЕННОГО ЯЗЫКА

МАШИННОЕ
ОБУЧЕНИЕ

УДЕРЖАНИЕ
КОНТЕКСТА

АВТОМАТИЗАЦИЯ
РУТИНЫ



AI анализ данных

Выявление паттернов и тенденций -> персонализация



AI прогнозирование

Суммаризация, предсказание потребностей, предложение решений до того как они будут запрошены



AI анализ эмоций

Адаптация ответов в зависимости от настроения пользователя



AI моделирование диалогов

Модели, учитывающие стили общения, эмоциональные оттенки



AI выявление новых интенгов

Поиск новых интенгов для повышения уровня автоматизации



GPT+ RAG

Беспрецедентный T2M: целое направление консультаций автоматизируется загрузкой документов



Чем генеративные модели еще могут улучшить CX?



Быстрый ответ на запрос (GPT-поиск по БЗ)

- краткий ответ «Да / Нет»
- структурированный ответ из неструктурированных данных
- консолидированного ответа из информации из разных источников



Повышение качества коммуникаций (GPT-анализ)

- аудит и выявление достижений и зон роста сотрудников
- определение эмоциональной температуры оператора и клиента
- формирование рекомендаций для улучшений



Улучшение опыта сотрудников

- автоматизация подбора сотрудников
- персонализированные программы обучения
- предсказание текучести кадров и анализ настроений
- поддержка принятия решений



Построение качественно новых моделей продаж

- выявление потребностей в моменте и предложение релевантного продукта
- отработка возражений, индивидуальные рекомендации для сотрудников
- распространение лучших практик продаж
- оценка склонности клиента к покупке (вероятность продажи)
- улучшение продуктов, фокус на бенефитах, оптимизация скриптов

BSS

WWW.BSSYS.COM

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

Юлия Вдовина

Директор по продукту цифровизации
клиентского сервиса в дистанционных
каналах

BSS

