

ПО СЛЕДАМ
ХРУСТАЛЬНОЙ
ГАРНИТУРЫ 2025

УРОКИ, ТРЕНДЫ,
АНТИТРЕНДЫ И НОВЫЕ
ТОЧКИ РОСТА ДЛЯ СХ И ЕХ В
КОНТАКТНЫХ ЦЕНТРАХ

Передовой Опыт Контактных Центров

Ежегодная встреча руководителей и ведущих менеджеров КЦ

АЛЕКСЕЙ ШЕМЕТОВ

- Руководитель **CX** в **IEK Group**
- 13 лет в CX и клиентском сервисе (контакт-центры, банки, юридические и телемедицинские услуги, IT, ритейл (строительные материалы и зоотовары).
- **Сертифицированный** внутренний аудитор **ISO 18295**
- **Аттестованный эксперт** по независимой оценке квалификаций для профессий ДИСО (проф.стандарт МинТруда №1149)
- Сооснователь АПКОР – **Ассоциации Профессионалов Клиентского Опыта России**
- **Член жюри** профессиональных премий CCGuru (Хрустальная Гарнитура) и CX World Awards
- Партнёр-преподаватель в **Integria CX University**



ЧТО БУДЕТ СЕГОДНЯ?

Цифровая трансформация уже кардинально изменила работу контактных центров.

При этом это не отменяет важности человеческого фактора: **эмпатия по-прежнему** влияет на лояльность.

Также эти годы всё чаще и больше говорят и про **СХ в КЦ**.

И в этом есть вызов: **удержать баланс** между автоматизацией и человеческим участием и интегрировать опыт сотрудников (ЕХ) и клиентов (СХ).

Через эту призму и собрал то, о чём Вы прочитали в программе: антитренды, недотренды, мегатренды, просто тренды, короче говоря – **тренды КЦ по следам Хрустальной Гарнитур 2025**.

**антиТРЕНД – потеря доверия к
традиционным процессам контроля
качества** и неаккуратное внедрение речевой
аналитики.

?

**Речевая аналитика (не) может полностью
заменить выборочный контроль, чек-листы и
контролёров?**

недоТРЕНД – низкая вовлеченность
контактных центров в управление
клиентским опытом и особенно **в CJM.**

КАК (БЫЛО)
ПРИНЯТО
РАБОТАТЬ С ЕХ И
СХ?

РАЗДЕЛЬНЫЕ СИЛОСЫ



И ПОЧЕМУ ЭТО
НОРМАЛЬНО?

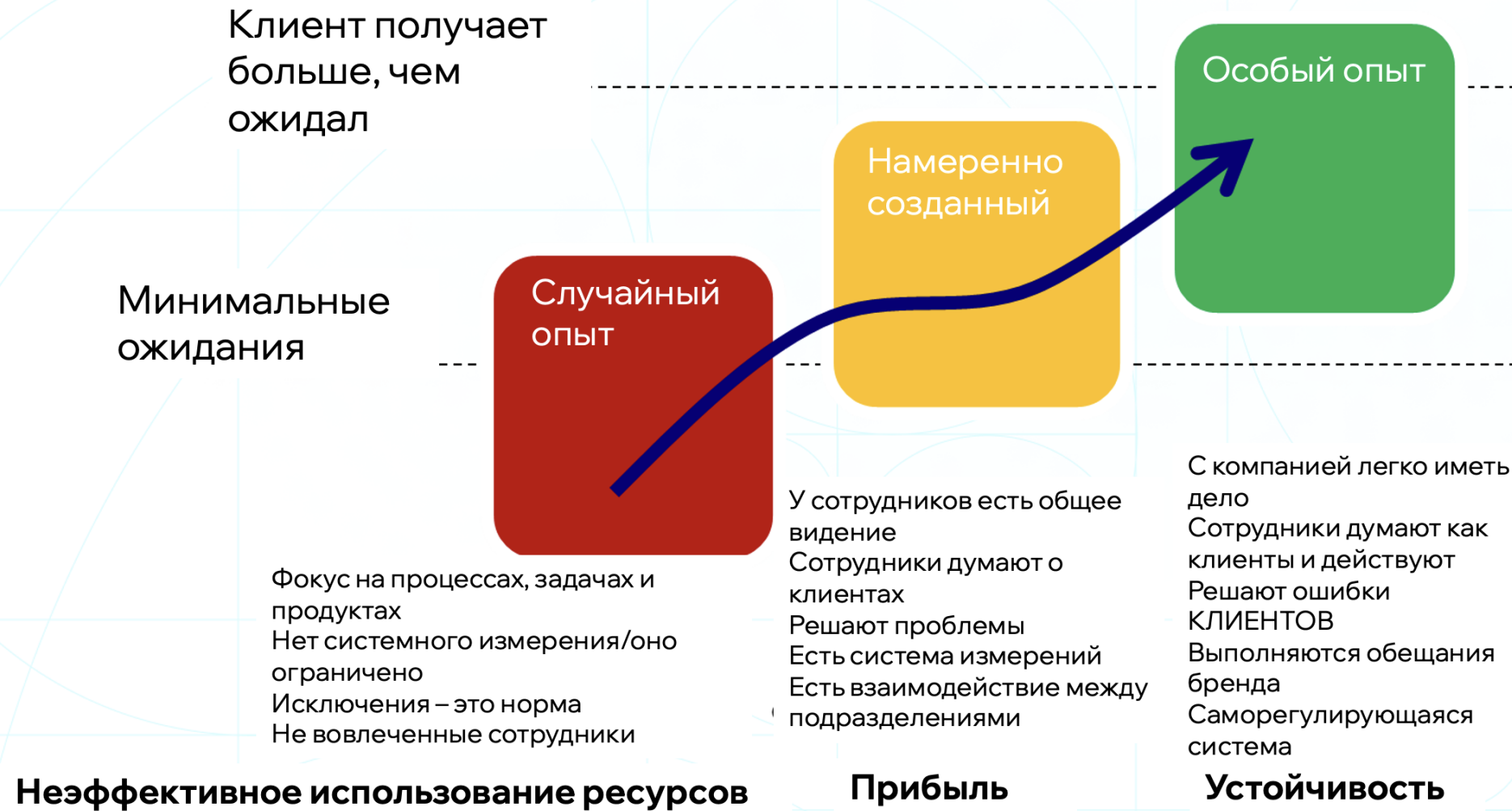
- А так можно было?
- Можно!
- А это нормально?
- Нормально!



И не осудят. Это **НОРМАЛЬНЫЙ
ЭТАП РАЗВИТИЯ.**

БЫЛ 😊

ЭВОЛЮЦИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В КОМПАНИИ



КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР И БИЗНЕС

➤ КЦ как **источник ОС**:

КЦ влияет на опыт лишь частично, но является одним из ключевых источников ОС.

Идеальный КЦ – тот, в котором Клиент не нуждается? 😊

➤ **От реагирования в проактивность.**

Проактивность КЦ при работе с ОС клиентов - один из основных трендов развития этого «одного из ключевых источников обратной связи».



РКЦ И БИЗНЕС

SL

ASA

AHT

LCR

Occupancy

Utilization

В общем, операционка – наше всё!



CSI / CSat / CDSat

FCR

CES

NPS

eNPS и текучесть

А всё, что слева, это уже «база».

ЧТО МОЖЕТ (ДОЛЖЕН?) РУКОВОДИТЕЛЬ КОНТАКТНОГО ЦЕНТРА В РАМКАХ СХ:

- 1) Расширить функции: контактный центр становится активным участником улучшения клиентского опыта;
- 2) Глубже понимать клиента и **проактивно делиться** этими знаниями с другими подразделениями;
- 3) Снизить затраты: **устранить причины повторных обращений** и оптимизировать процессы;
- 4) Предвосхищать тренды: генерировать идеи для новых услуг, основанные на реальных данных и актуальных потребностях клиентов.

КЦ ЗАГЛУБЛЯЕТСЯ В СХ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ☐ Погружается во входные и выходные данные по Клиентам (**путь Клиентов до обращения в КЦ и после обращения в КЦ**);
- ☐ Проводит качественные и количественные **исследования** Клиентов (в т.ч. **«по запросу» коллег**);
 - ☐ **Сопоставляет** «голос процесса» с голосом Клиента;
- ☐ На основе этих данных – составляет **CJM**, ищет разрывы и **предлагает решения** = выступает ИНИЦИАТОРОМ;
 - ☐ Обучается 😊

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

как контактному центру
занять активную
позицию и стать
полноценным
владельцем или
соавтором CJM, что
делать руководителю
контактного центра?

Найти CJM

Провести встречу

**Развивать свои CX-компетенции
как РКЦ**

КОМПЕТЕНЦИИ РКЦ

Бизнес-мышление

Знание операционки

Здоровые **амбиции**

Готовность **принимать
решения и нести
ответственность**

Мышление на уровне
клиентских путей и
жизненного цикла
клиента

Принятие, что КС –
инструмент, а не цель и
не следствие работы

по-прежнему ТРЕНД –
гиперперсонализация (которая становится
нормой, а не опцией) **и минимизация**
усилий клиента.

по-прежнему ТРЕНД – фиджитал.

Интеграция офлайна и онлайн в контактных
центрах.

по-прежнему ТРЕНДЫ:

- 1) функциональное самообслуживание;
- 2) эмоциональная поддержка.

Клиенты всё больше стремятся к эффективному **самообслуживанию**, но одновременно возрастает потребность в **эмоциональном** взаимодействии.

ВЫЗОВ!

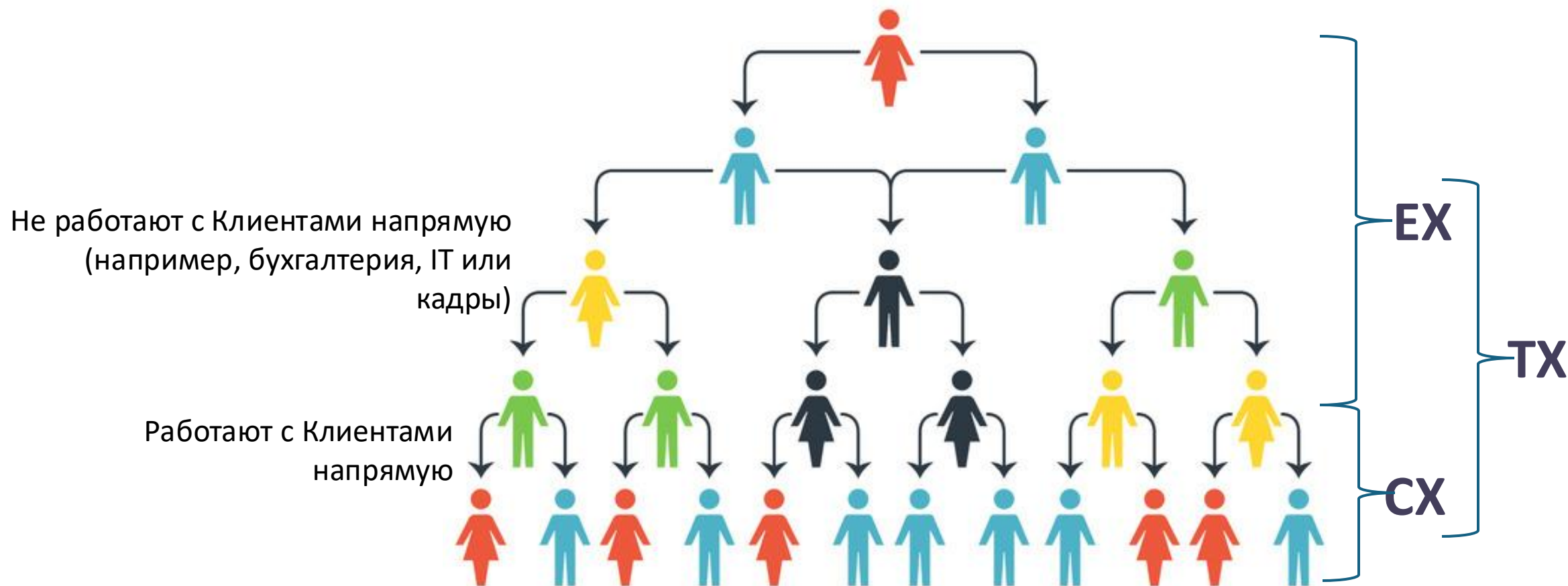
Предстоит найти **баланс** между автоматизацией рутинных запросов и сохранением эмпатии в обслуживании.

А ещё роботы общаются с роботами. Это уже началось 😊

МЕГАТРЕНД – Total Experience.

ЕХ влияет на СХ. Хотим улучшить СХ?
Улучшаем ЕХ. Рассматриваем их в связке, как единое целое, а точнее как сообщающиеся сосуды.

ПОЧЕМУ И КАК ЕХ НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ НА СХ



Влияние на клиентский опыт и клиентский сервис у специалистов, которые напрямую НЕ работают с Клиентами, зачастую даже **ВЫШЕ, так как они опосредованно влияют накратно бОльшее количество Клиентов.**

КАК ЕХ НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ НА СХ И ПРИБЫЛЬ

+1 п.п. к опыту Сотрудников

=

+2 п.п. к опыту Клиентов

=

+ 0,5 п.п. к прибыли

ЧТО ТАКОЕ TX – TOTAL EXPERIENCE

2022, по **Gartner**:
CX + EX + UX + MX.

Моя вольная интерпретация для упрощения понимания:

Единая стратегия управления опытом в целом, без силосов, сквозная, без «стен», зато через понимание, что через X влияем на Y (**через EX влияем** на CX, **через CX влияем** на EX и так далее, главное понять и принять логику «**влиаем через**»).

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ ТХ НА БИЗНЕС-ПОКАЗАТЕЛИ

25%

«Организации <...> превзойдут конкурентов на 25% по показателям удовлетворенности как для CX, так и для EX», - говорит **Gartner**.

С деньгами, как обычно, сложнее.

Предлагаю опереться разве что на свежий **Forrester**:
«customer-obsessed» компании **растут на 41 % быстрее по выручке и на 49 % по прибыли.**

ТХ — НЕ НОВОМОДНАЯ АББРЕВИАТУРА И НЕ
ЗАМЕНА СХ, А ЗАКОНОМЕРНОЕ **РАЗВИТИЕ**
СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К
УПРАВЛЕНИЮ ОПЫТОМ.

ТОЧНО НЕ ПРОСТО НОВОМОДНЫЙ ТРЕНД?

60% к 2026 году

60% организаций к 2026 году планируют опереться (перейти) на TX стратегию, - говорит Gartner.

Алексей Шеметов: отмечу, что Gartner всё-таки консалтеры, TX – их «изобретение», а прогноз – от 2022 года,. Да и в целом «не верю» в такой охват к этой дате. Однако это никак не отменяет всего, что я сегодня уже сказал: TX – логичное развитие CX/EX управления. Этакая омни-стратегия управления опытом действительно снижает koszty и растит прибыль (а бонусом – устойчивость бизнеса как структуры).

ИТОГОВЫЙ СПИСОК ТРЕНДОВ КЦ 2025

Потеря доверия к
традиционным
процессам контроля
качества

Низкая вовлеченность
контактных центров в
управление клиентским
опытом и особенно в
CJM

Гипер-персонализация
(которая становится
нормой, а не опцией) и
минимизация усилий
клиента.

Фиджитал. Интеграция
офлайна и онлайн в
контактных центрах.

Функциональное
самообслуживание,
но эмоциональная
поддержка.

Total Experience



НО ЭТИМ ЗАЙМЁМСЯ
ПОСЛЕ КОНФЕРЕНЦИИ...

А ПОКА:



+
●

ОБЗОР ЛУЧШИХ ПРАКТИК УПРАВЛЕНИЯ В КОНТАКТ-ЦЕНТРАХ
НАИБОЛЕЕ ЧАСТЫЕ ОШИБКИ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КЦ
ОТ ПЕРВОГО ЗВОНКА ДО ФИНАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ: КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОЦЕСС ОБРАБОТКИ КЛИЕНТСКИХ
ОБРАЩЕНИЙ, КОТОРЫЕ НЕВОЗМОЖНО РЕШИТЬ В МОМЕНТЕ?
КАК ВЫСТРОИТЬ ПОЛНЫЙ ЦИКЛ РАБОТЫ С SERVICE JOURNEYS НА УРОВНЕ КЦ: АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ СТАНДАРТОВ И ЛУЧШИХ
ПРАКТИК
КАК НЕ ДОПУСТИТЬ, ЧТОБЫ ЗАПУСК ИСХОДЯЩИХ ПРОЕКТОВ ПРЕВРАЩАЛСЯ В ХАОС?
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИИ В АНАЛИТИКЕ
РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА НА БАЗЕ LLM: КЕЙС ЗАСТРОЙЩИКА A101 ПО ЦИФРОВОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА
КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА
ЭВОЛЮЦИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ГЕНЕРАТИВНОГО ИИ ОТ «БОЛТАЛОК» ДО AGENTIC-AI И МУЛЬТИАГЕНТНЫХ СИСТЕМ. ПРАКТИЧЕСКИЙ
ПРИМЕР ПРИМЕНЕНИЯ В РЕЧЕВОЙ АНАЛИТИКЕ
ВНЕДРЕНИЕ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ В РЕЧЕВУЮ АНАЛИТИКУ
СОЗДАНИЕ СИСТЕМНОГО WOW-ЭФФЕКТА С ПОМОЩЬЮ ИИ И ОПЕРАТОРОВ КОНТАКТ-ЦЕНТРОВ
КАК АВТОМАТИЗИРОВАТЬ МАССОВЫЙ ПОДБОР И УДВОИТЬ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ
КАК ИИ МОЖЕТ ПОМОЧЬ ОПЕРАТОРАМ КЦ
ПРОБЛЕМАТИКА ПРИ ВНЕДРЕНИИ GenAI В КОНТАКТНЫХ ЦЕНТРАХ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕГРАЦИЯ С БАЗОЙ ЗНАНИЙ
JOB QUALITY 2025: КАК ОПЕРАТОРЫ КЦ ОЦЕНИВАЮТ УСЛОВИЯ ТРУДА СЕГОДНЯ
ЧТО ТАКОЕ «НЕГАТИВНЫЙ УКЛОН» ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И КАК ЭТО УЧИТЫВАТЬ ПРИ ИЗМЕРЕНИИ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА?
ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА: СЛОЖНОСТИ И ПУТИ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ДИСТАНЦИОННОГО СЕРВИСА T2

...

И ЭТО ТОЛЬКО ПЕРВЫЙ ДЕНЬ КОНФЕРЕНЦИИ

+

○

●

СПАСИБО, У МЕНЯ ВСЁ!

Переходим к конференции:

Передовой Опыт Контактных Центров

Ежегодная встреча руководителей и ведущих менеджеров КЦ