



Бенчмаркинг клиентского сервиса: текущие тренды развития индустрии



Михаил Тришкин | Апекс Берг

О чем пойдет речь?



1

Зачем нужен
хороший сервис:
влияние CX на
лояльность и на
бизнес-
результаты

2

Стратегические
тренды развития
сервиса

3

Каналы
обслуживания

4

Технологии КЦ

5

Применение
искусственного
интеллекта

Зачем нужен хороший
сервис?



Ключевая парадигма: взаимосвязи СХ, лояльности и влияния на бизнес-результаты



Критерий успешности бизнеса для
коммерческой компании

Прибыль

Основной фактор влияния на прибыль
на конкурентном рынке

Лояльность
клиентов

Характеристика, ключевым образом
влияющая на лояльность

Клиентский опыт

Факторы, определяющие клиентский
опыт

Бренд

Продукт / цена

Сервис

Характеристики, снижающие количество усилий
клиента на сервис и определяющие рост
удовлетворенности от сервиса

Удобная модель
обслуживания

Приемлемая
доступность

Высокое качество
обработки
контактов

Насколько CX связан с лояльностью клиентов и бизнес-результатами?



Исследование Qualtrics. 2023 год. Мир. География и количество респондентов

Австралия
Аргентина
Бельгия
Бразилия
Великобритания
Вьетнам
Германия
Гонконг
Индия
Индонезия
Испания
Италия
Канада

Нидерланды
Новая Зеландия
Филиппины
Сингапур
Южная Африка
Южная Корея
Испания
Тайвань
Таиланд
Великобритания
ОАЭ
США
Вьетнам



29 стран

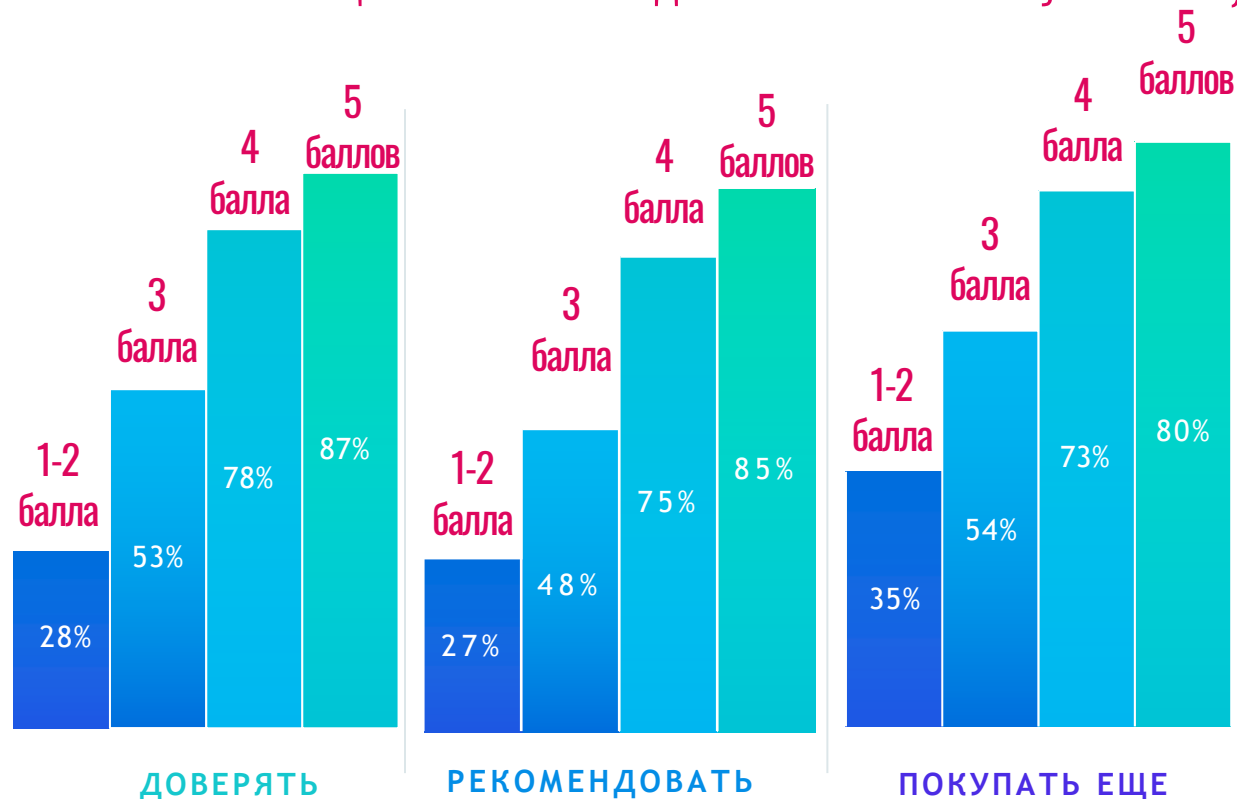
20 различных индустрий

33093 клиента

Результаты исследований: CX-лояльность-прибыль



Клиенты, которые заявили, что с высокой долей вероятности будут:
(на основании их оценок CSAT от 1 до 5 по итогам обслуживания)



- **59 пунктов** разрыв в вероятности **доверять бренду** между теми клиентами, которые поставили **5 баллов** и теми, кто поставил **1-2 балла** за сервис

- **58 пунктов** разрыв в вероятности **рекомендовать бренд** между теми клиентами, которые поставили **5 баллов** и теми, кто поставил **1-2 балла** за сервис

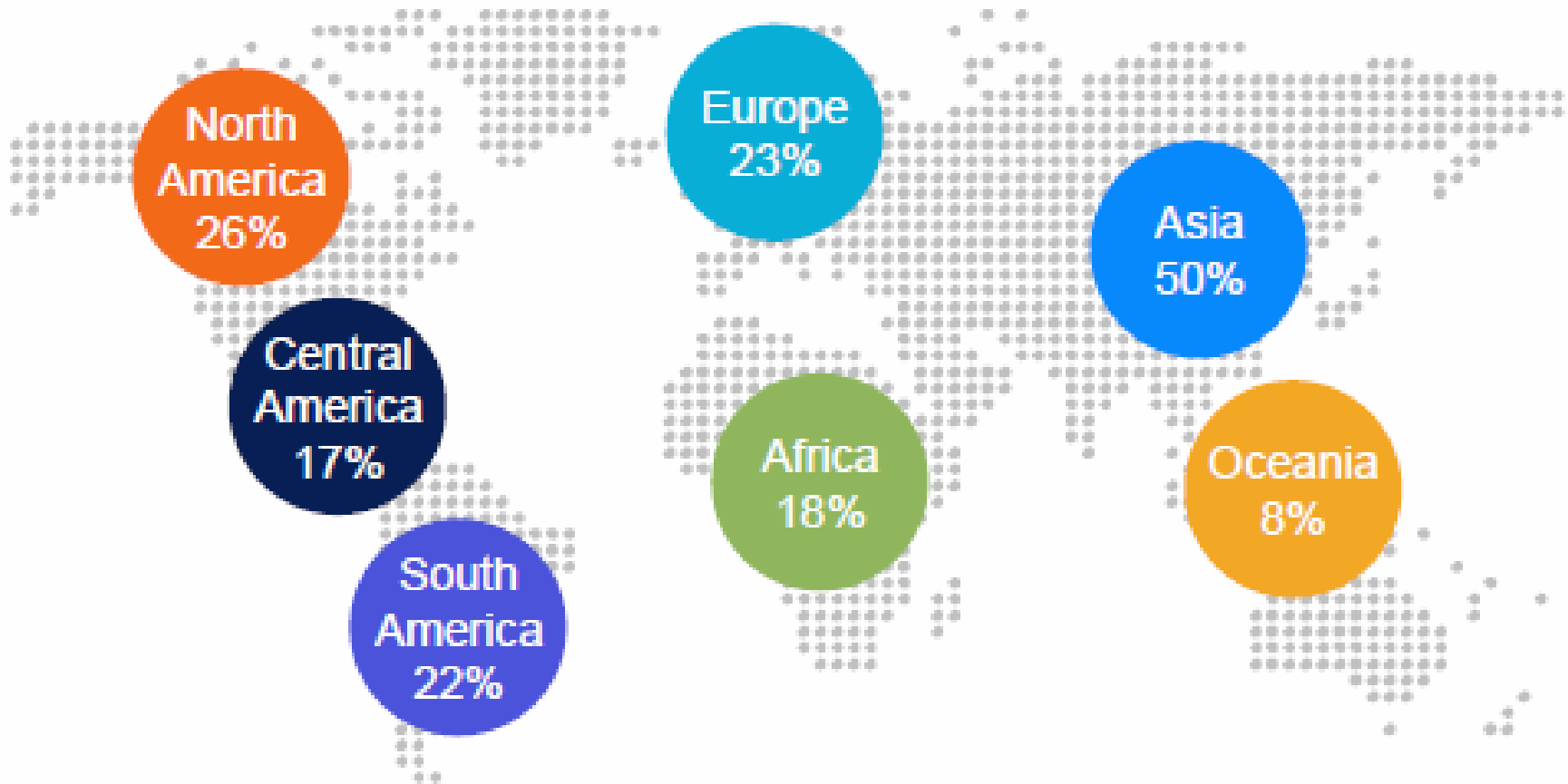
- В **2,3 раза** возрастает вероятность **совершения повторных покупок** теми клиентами, которые поставили **5 баллов** в сравнении с теми, кто поставил **1-2 балла** за сервис

Стратегические тренды развития сервиса



Группа исследований СОРС. 2023 год. Мир.

География и количество респондентов



1000 руководителей КЦ

6203 оператора КЦ

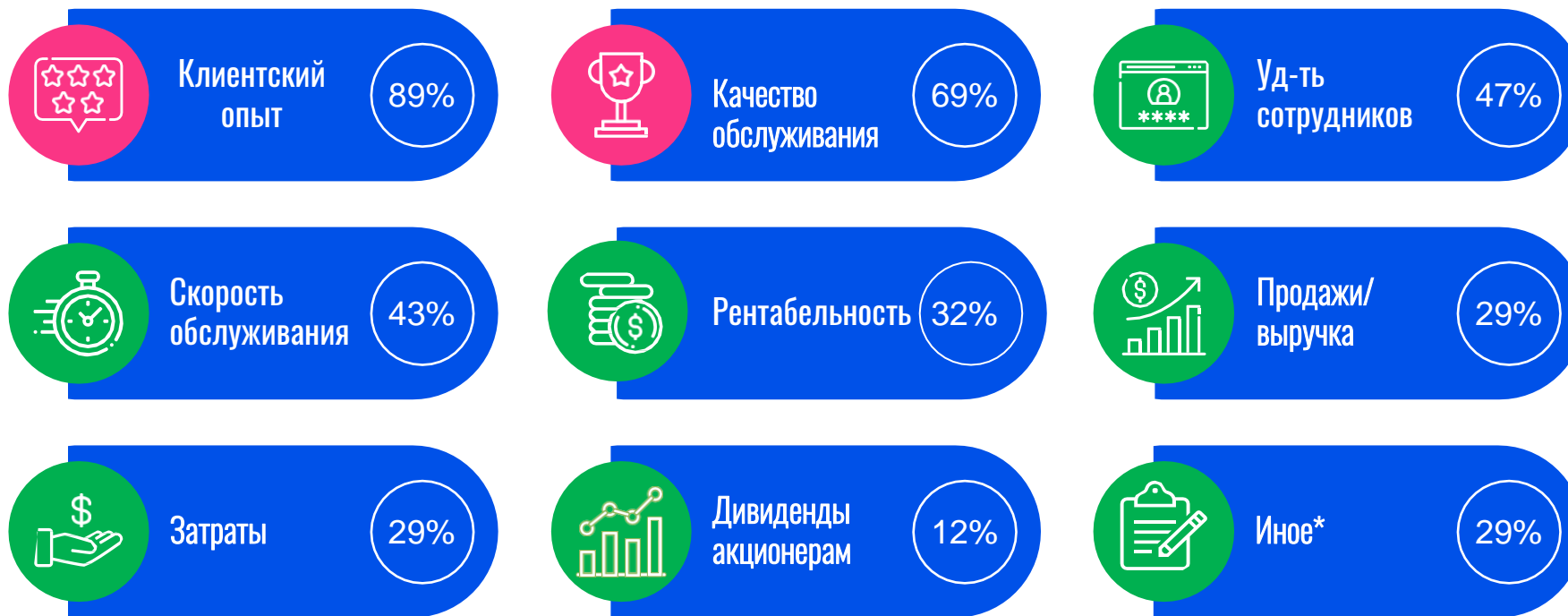
1373 менеджера КЦ

5600+ клиентов

Стратегические ориентиры



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Какие из указанных аспектов входят в вашу стратегию развития в качестве стратегических ориентиров?



Стандарт COPC CX Contact Centers, 7.0 требует, чтобы у подразделений по обслуживанию клиентов были установлены стратегические ориентиры, как минимум, в одной из следующих областей:

- клиентский опыт
- качество обслуживания,
- продажи (выручка)
- затраты

* Иное: развитие цифровых каналов и систем самообслуживания, прозрачность и открытость, развитие компетенций персонала, наращивание рабочей силы и т.д.



Стратегические задачи



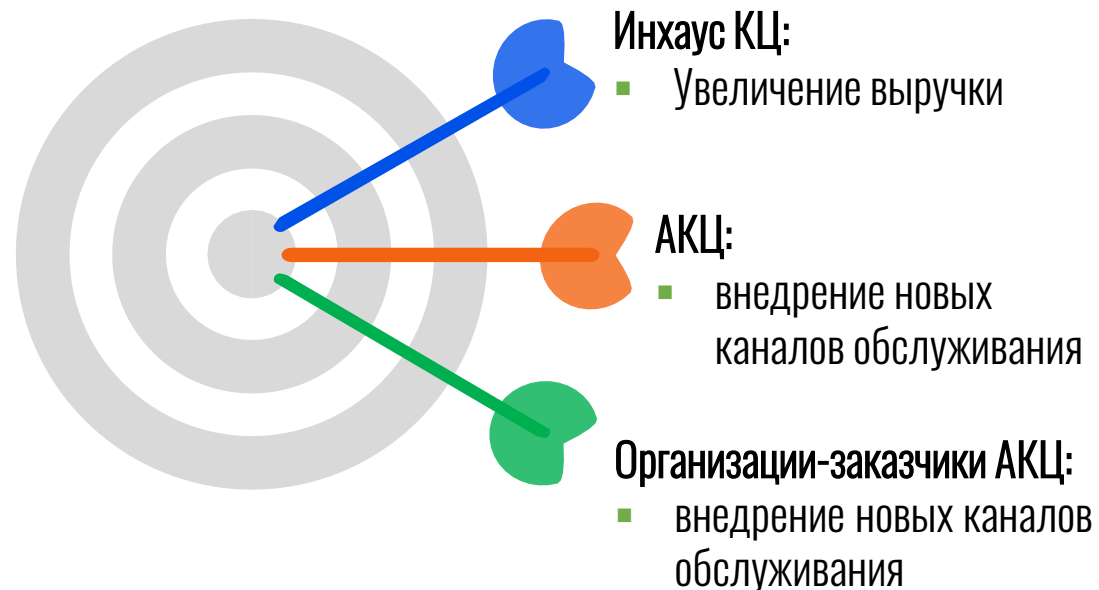
ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Какие стратегические задачи являются самыми приоритетными в рамках вашей стратегии развития сервиса на ближайшие 2 года?



Иное: удержание клиентов, развитие инфраструктуры и т.д.

- На ближайшие 2 года главными стратегическими задачами КЦ различного типа является **улучшение клиентского опыта и повышение операционной эффективности**

Стратегические задачи обладающие наименьшим приоритетом на ближайшие 2 года:



Развитие сервиса. Вызовы и проблемы



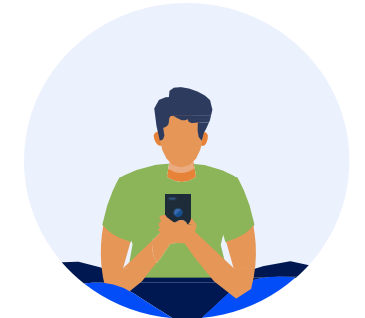
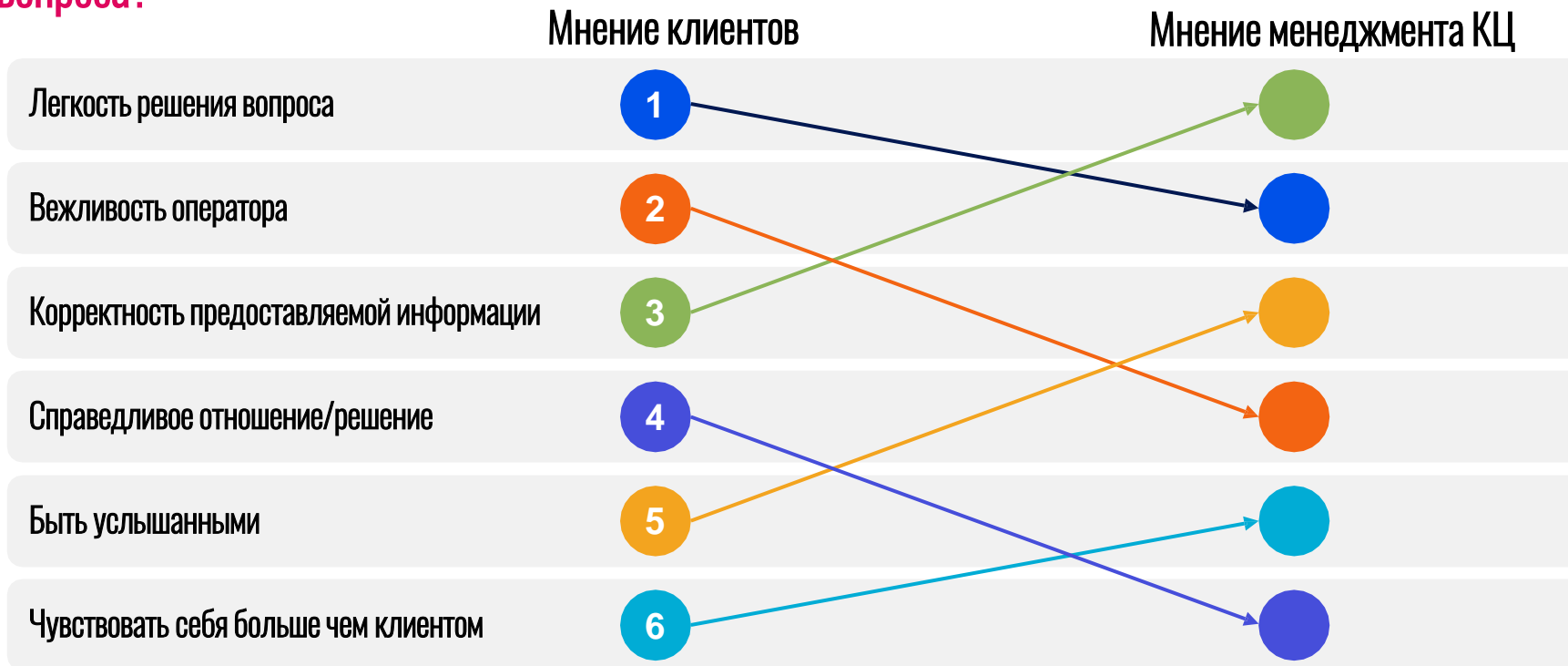
ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: С какими проблемами сталкивается ваша компания при развитии сервиса?



Хороший сервис глазами клиента и КЦ



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Кто является для вас наиболее важным аспектом при обращении в КЦ, кроме решения своего вопроса?



- Для клиента важно **быстро и легко** решить свой вопрос и чтобы персонал был **вежливым**.
- Однако, организации часто **недооценивают важность** минимизации усилий клиента, не ставя ее на первое место.

Ожидания клиентов и соответствие им



«Решите мой запрос с минимумом усилий с моей стороны»

Ваш клиент

«Сделать путь клиента, т.е. его *Customer/Service Journey* максимально легким»

Ключевая задача менеджмента КЦ для улучшения клиентского опыта

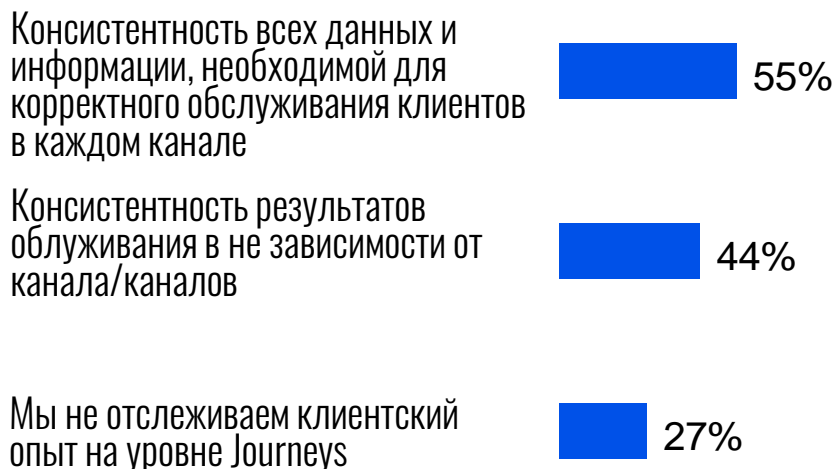
Работа с концепцией Customer/Service Journey



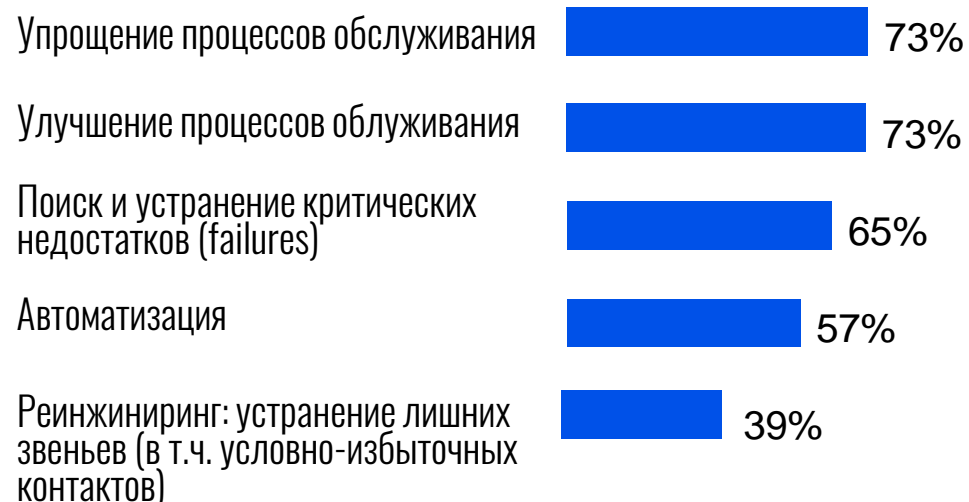
ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Проводились ли в вашей компании работы по проектированию и оптимизации карт клиентских путей за последние 12 месяцев?



Каким аспектам тех Customer/Service Journeys, которые можно пройти по нескольким каналам взаимодействия с КЦ вы уделили наибольшее внимание?



Каковы были ваши приоритетные действия при оптимизации Customer/Service Journeys?

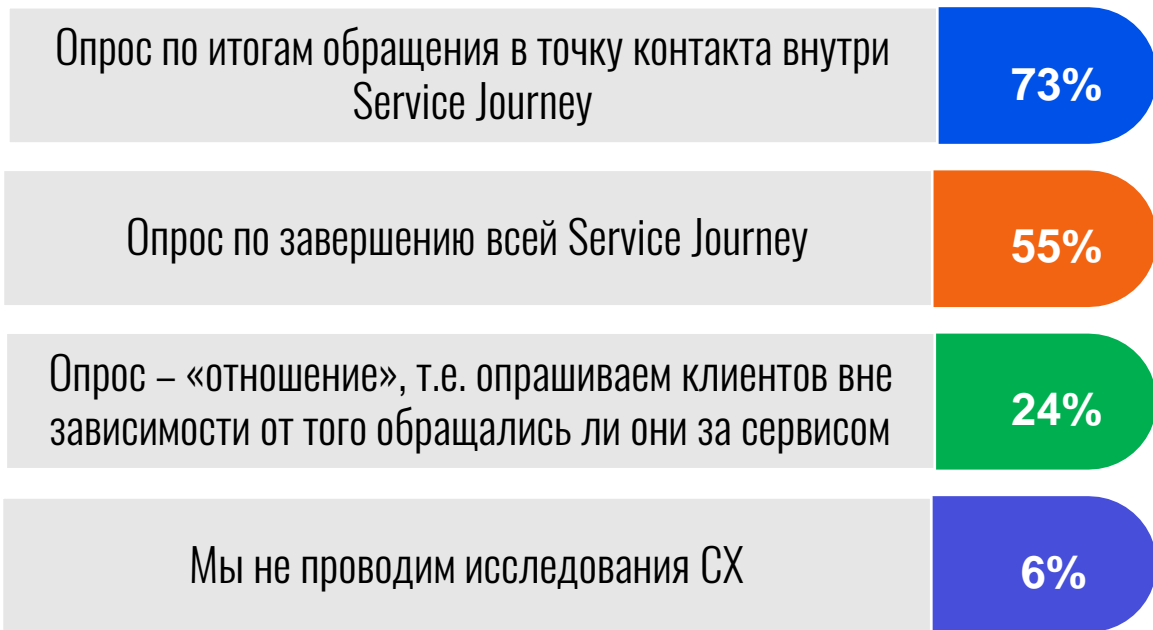


- 51% респондентов заявили что проводили работу по проектированию и оптимизации карт клиентских путей.
- Более того 50% тех организаций, которые испытывали сложности с повышением своей операционной эффективности и улучшением клиентского опыта, начали работать над проектированием и оптимизацией карт клиентских путей

Измерение CX: точка контакта, Journey...



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: На каком этапе вы собираете обратную связь от клиентов?



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Сколько времени проходит от момента обращения клиента до сбора обратной связи?



Измерение CX в точке контакта остается **главным источником** сбора обратной связи от клиентов, однако положительным трендом является **рост популярности** измерений CX на уровне Journey



Доля респондентов, которые заявили, что собирают обратную связь от клиентов спустя 14 дней и более после обращения, **существенно снизилась с 17% в 2022 году до всего 3% в 2023.**

Каналы обслуживания

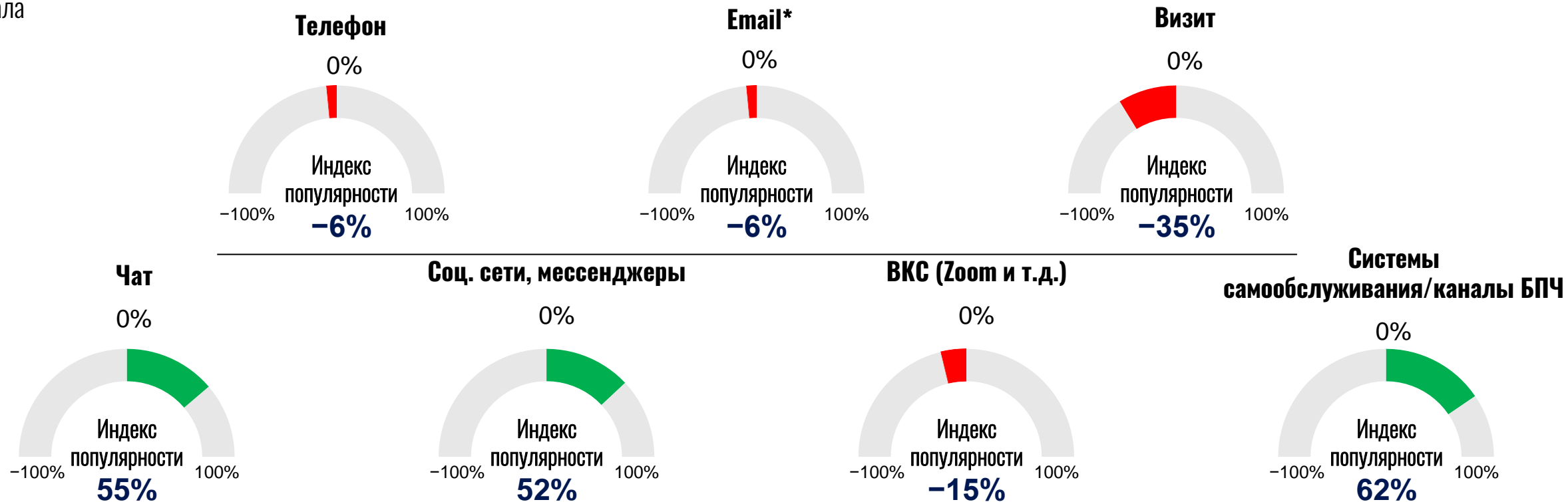


Индекс популярности каналов



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: В какую сторону, по Вашему мнению, изменилась популярность каналов у клиентов?

Примечание: %индекс популярности – это доля менеджеров, заявивших о росте популярности каналам, минус доля менеджеров заявивших о снижении популярности канала

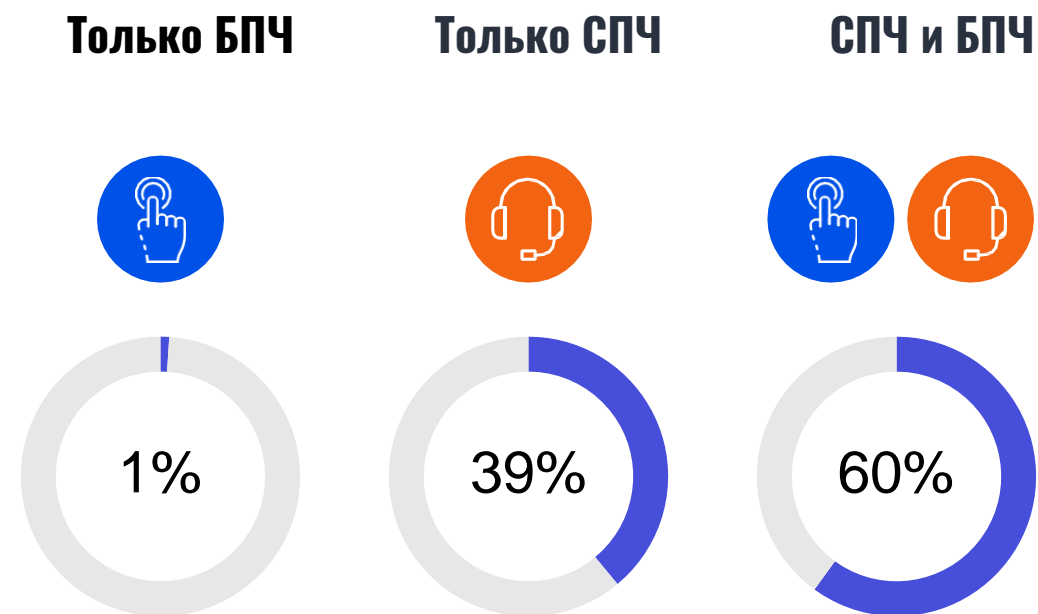


64% опрошенных менеджеров заявили, что популярность систем самообслуживания **возросла** и только **2%** полагают, что она **снизилась**.

Каналы и управление трафиком



ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Какие каналы обслуживания предоставляются вашим клиентам?

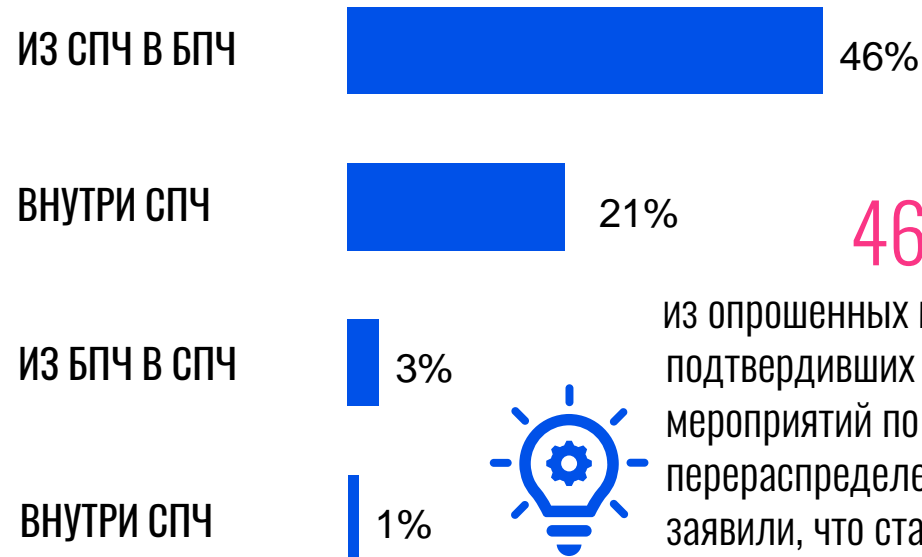


99% респондентов предоставляют своим клиентам каналы СПЧ

ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ: Проводите ли вы мероприятия по перераспределению трафика между каналами?



С какого канал и в какой?



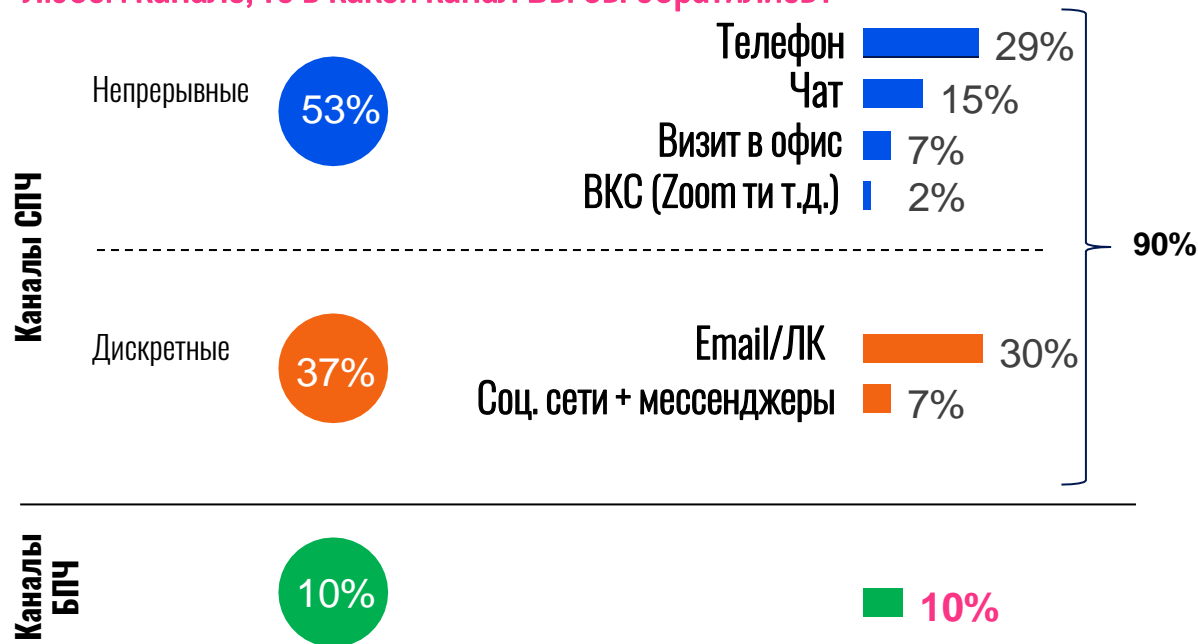
из опрошенных менеджеров, подтвердивших проведение мероприятий по перераспределению трафика, заявили, что стараются **перенаправить трафик в каналы БПЧ.**

Предпочтения в выборе каналов



ВОПРОС КЛИЕНТАМ:

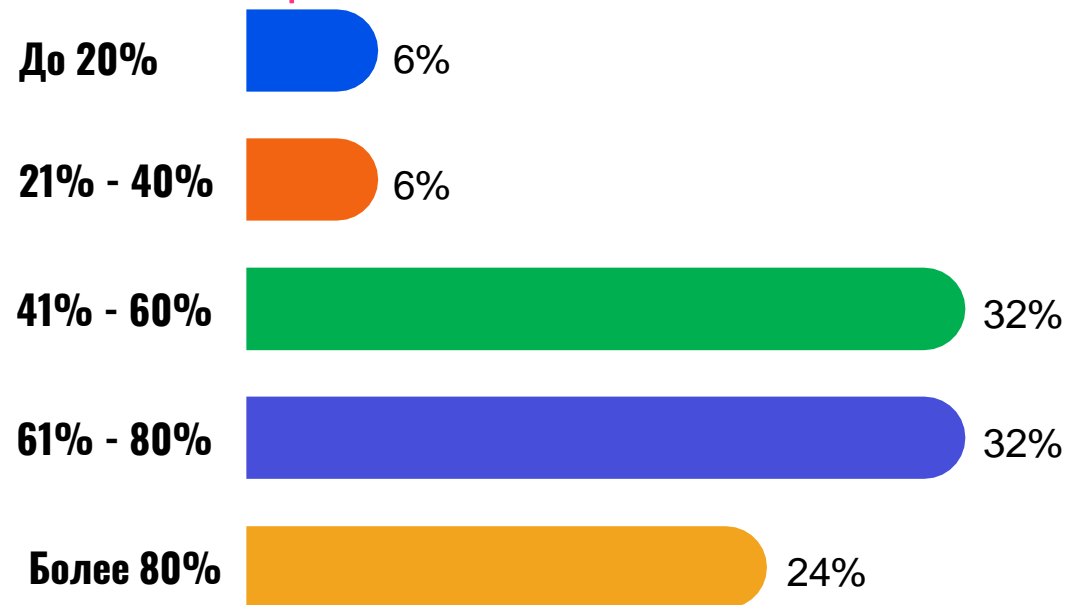
Если бы Вы были уверены, что Ваш вопрос будет полностью решен в любом канале, то в какой канал Вы бы обратились?



Большинство клиентов, около 53%, предпочитают непрерывные каналы СПЧ, а подавляющее большинство клиентов в принципе предпочитает каналы с поддержкой человеком, чем каналы без поддержки человеком

ВОПРОС МЕНЕДЖМЕНТУ КЦ:

Какая, по Вашему мнению, доля клиентов выберет канал СПЧ для решения своего вопроса?



Менеджмент КЦ существенно переоценивает популярность каналов без поддержки человеком у клиентов.

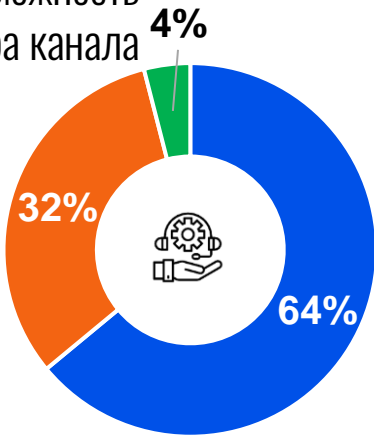
Почти четверть менеджеров КЦ полагает, 80% клиентов предпочтут канал без поддержки человеком, в то время его предпочитают 10% клиентов

Использование каналов БПЧ



ВОПРОС КЛИЕНТАМ: Если бы у компании была бы такая система самообслуживания в канале БПЧ, которая бы позволила быстро и эффективно решить Ваш вопрос, Вы бы ей воспользовались?

Я предпочитаю, чтобы у меня была возможность выбора канала



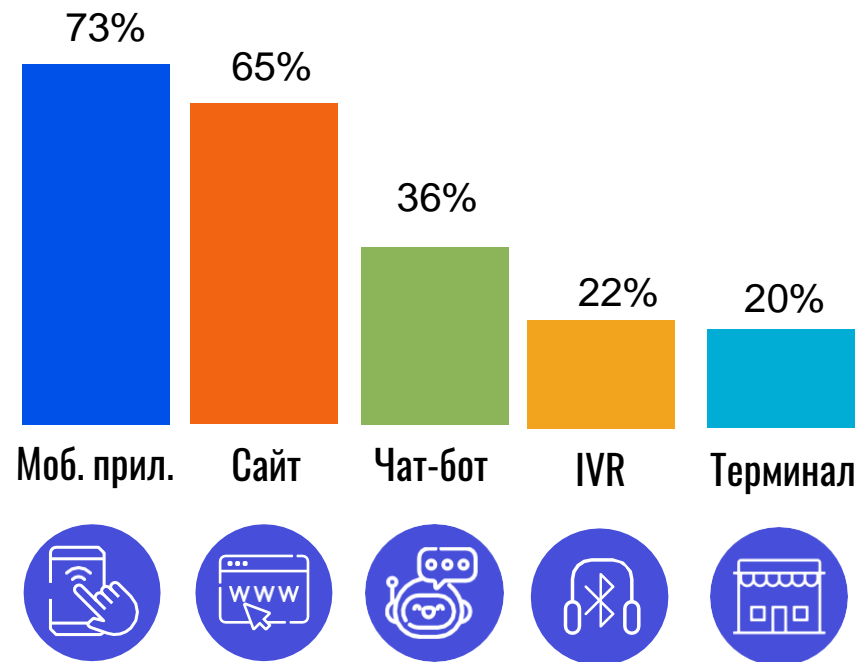
Да, если она точно решит мой вопрос

64%

респондентов готовы воспользоваться системами БПЧ, но только при условии, что она точно решит их вопрос.



ВОПРОС КЛИЕНТАМ: Вспомните, пожалуйста, на Вашем личном примере, каким из каналов БПЧ Вы воспользовались, чтобы решить свой вопрос

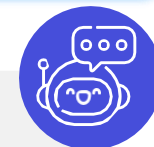


Самая популярная технология – мобильное приложение, за ней следуют сайты и чат-боты

Немного про чат-ботов...

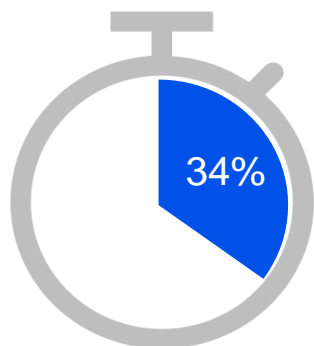


ВОПРОС КЛИЕНТАМ: Вспомните, пожалуйста, на Вашем личном примере, корректно ли распознал бот Ваш вопрос

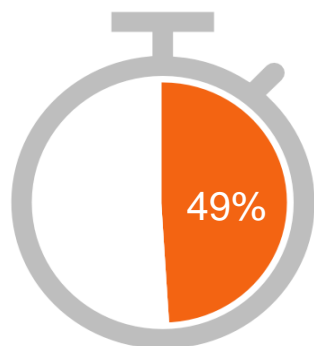


Менее 3/4 респондентов заявили, что чат-бот корректно распознал их суть их вопроса/ обращения и только **около 1/3** заявили, что он смог сделать это с **первой попытки**

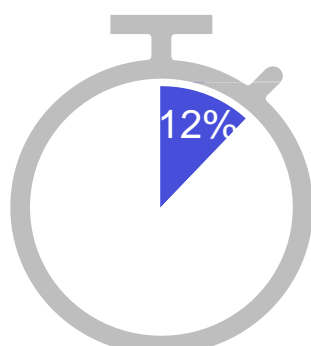
Сколько раз вам пришлось разьяснять суть своего обращения/ задать вопрос?



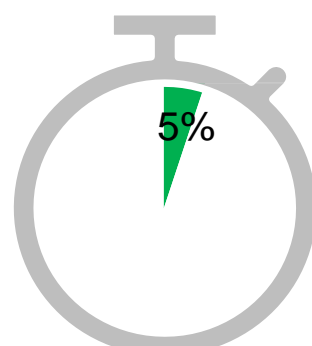
менее 5 минут



5-10 минут



10-15 минут



Более 15 минут

Какова была примерная продолжительность чат-сессии?



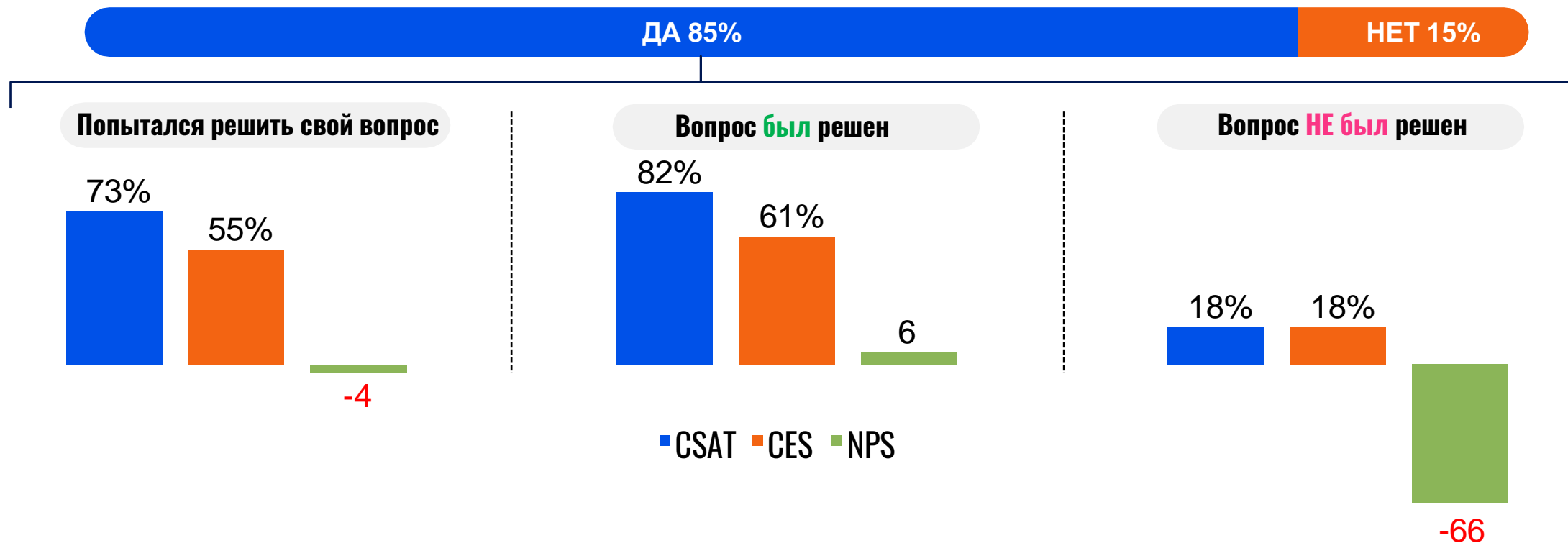
83% респондентов заявили, что продолжительность сессии с чат-ботом составила **менее 10 минут**, в 2022 году таких ответов было **66%**



Решение вопроса клиента чат-ботами и СХ

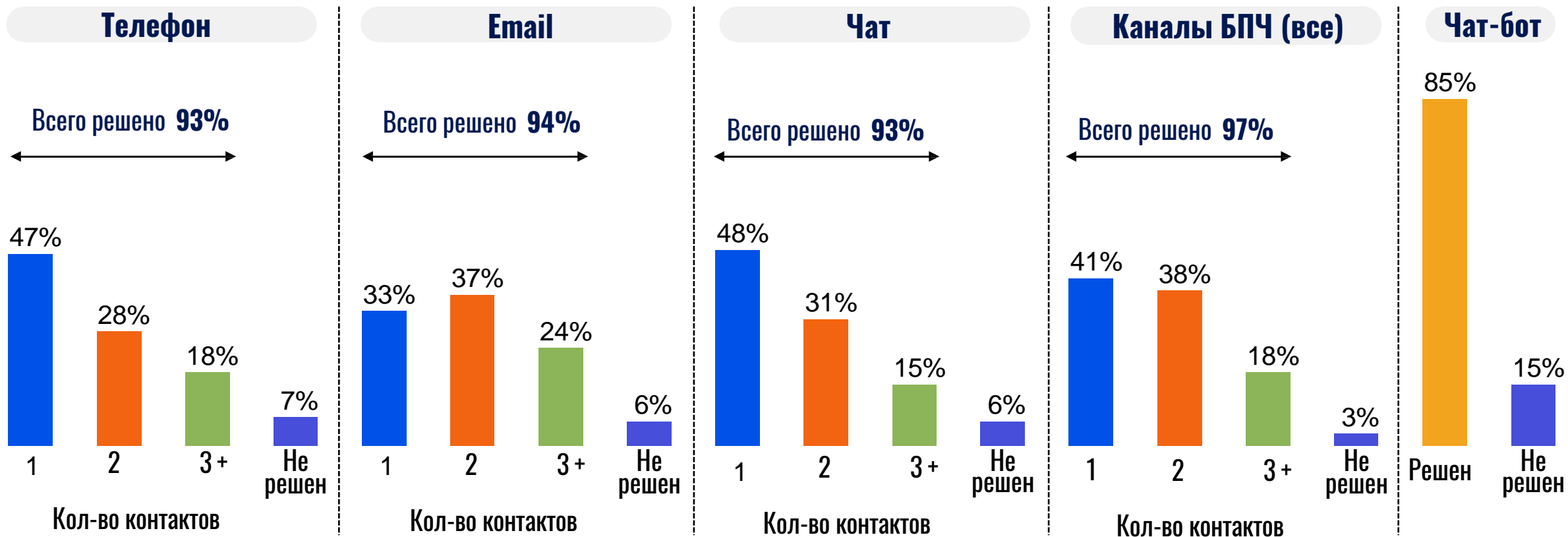


ВОПРОС КЛИЕНТАМ: Был ли решен Ваш вопрос чат-ботом, когда Вы обращались к нему в последний раз?



Показатели **CSAT**, **CES**, **NPS** выше у тех клиентов, которые решили свой вопрос, однако вероятность того, что они порекомендуют чат-бота **существенно ниже**, чем в каналах СПЧ.

Решение вопроса клиента в разных каналах

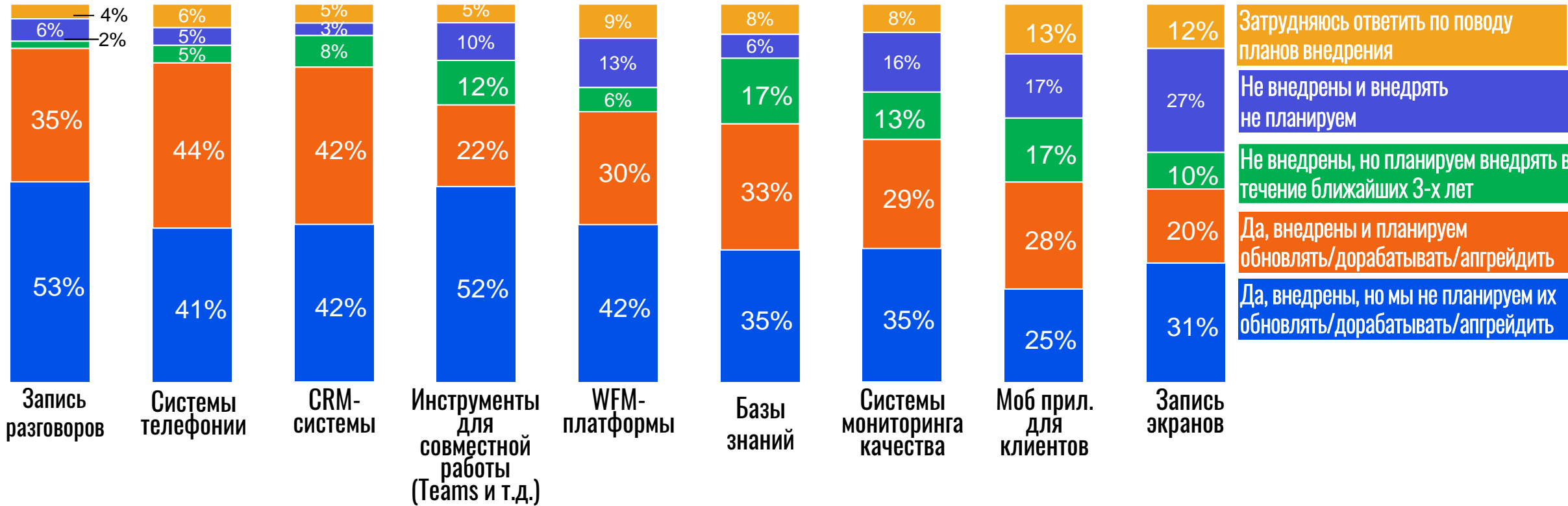


В чатах и телефонном канале наблюдаются **самые высокие** значения показателя FCR. В канале **Email** – **самые низкие**. Каналы БПЧ имеют **самую высокую** долю решенных вопросов (в рамках своего функционала), однако чат-боты при этом имеют самую низкую из всех каналов (как СПЧ так и БПЧ) долю в решенных вопросах, в принципе.

Технологии КЦ

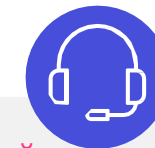
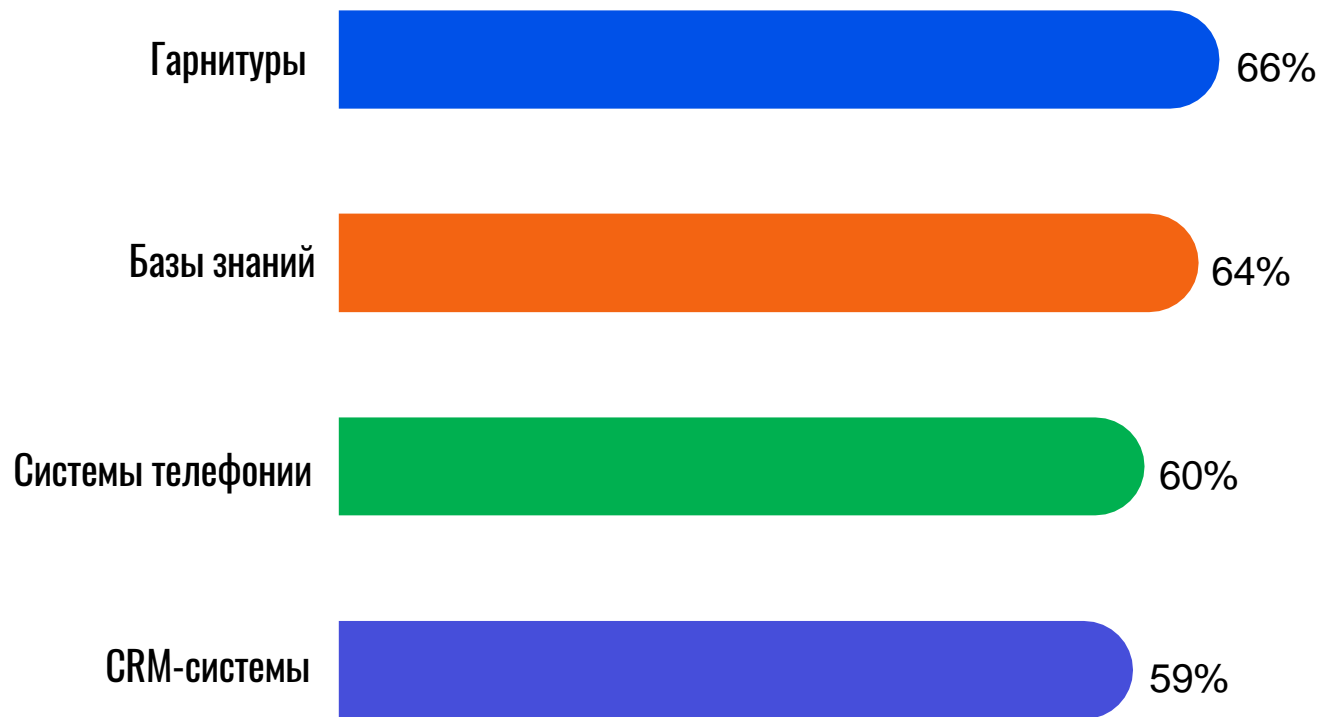


Технологии КЦ: степень внедрения



Самая распространенная технология КЦ – система записи разговоров, также популярность стремительно набирают инструменты для совместной работы: в 2022 году они были внедрены в 64% КЦ, а теперь – в 74%

Удовлетворенность фронтального персонала технологиями



Гарнитуры и базы знаний являются самыми удобными для операторов инструментами



Развитие функционала баз знаний

Вопрос менеджменту КЦ: Какой функционал вы планируете внедрить в свою базу знаний в ближайший год?

Чат-бот для помощи операторам 50%


Голосовая и текстовая аналитика, чтобы проактивно предоставлять операторам релевантную информацию 50%

Ничего внедрять не планируем 26%

Интеграция с CRM-системой (единое окно в привязке к обращению) 24%

Иное 8%

Иное: модуль обучения новичков, ChatGPT и т.д.



Половина из опрошенных планирует внедрять технологии, направленные на автоматизацию снабжения операторов необходимой информацией для качественного обслуживания клиентов



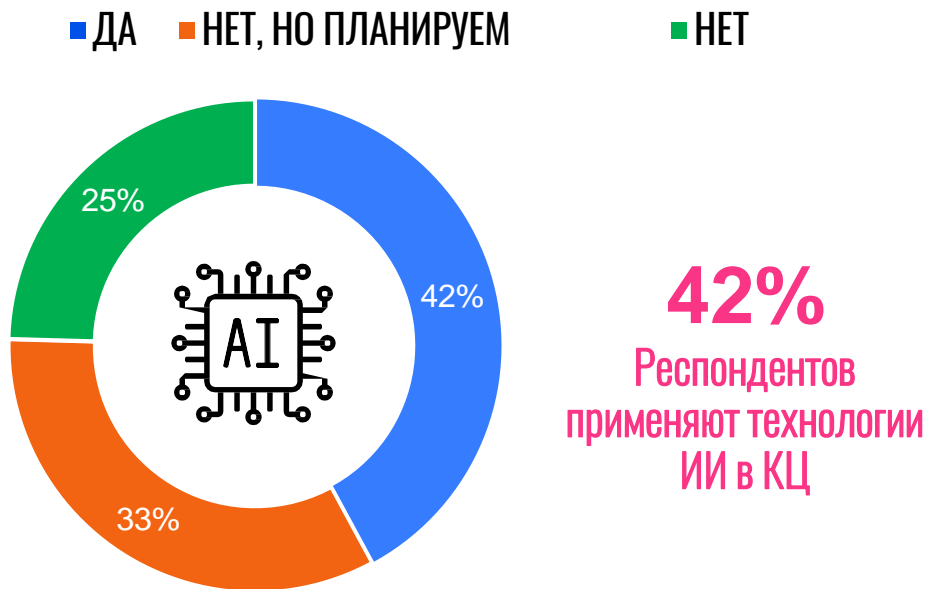
Применение искусственного интеллекта



Применение искусственного интеллекта

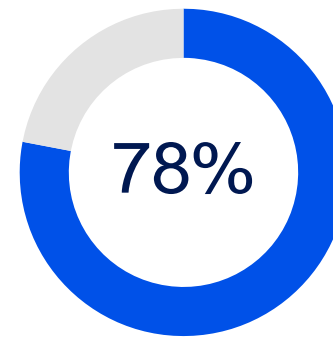


Вопрос менеджменту КЦ: Применяете ли вы технологии искусственного интеллекта в КЦ?

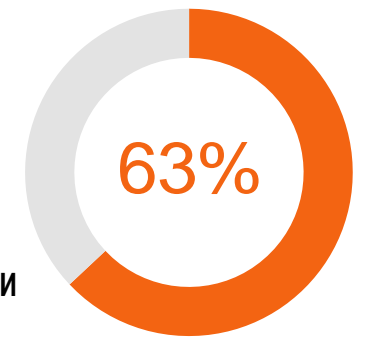


Вопрос менеджменту КЦ: Как конкретно вы применяете технологии ИИ?

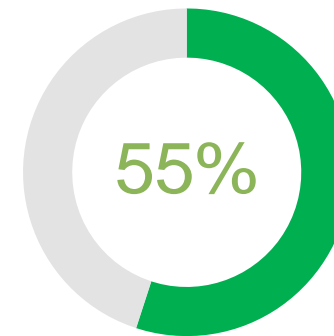
Обслуживание клиентов в каналах БПЧ



Поддержка операторов



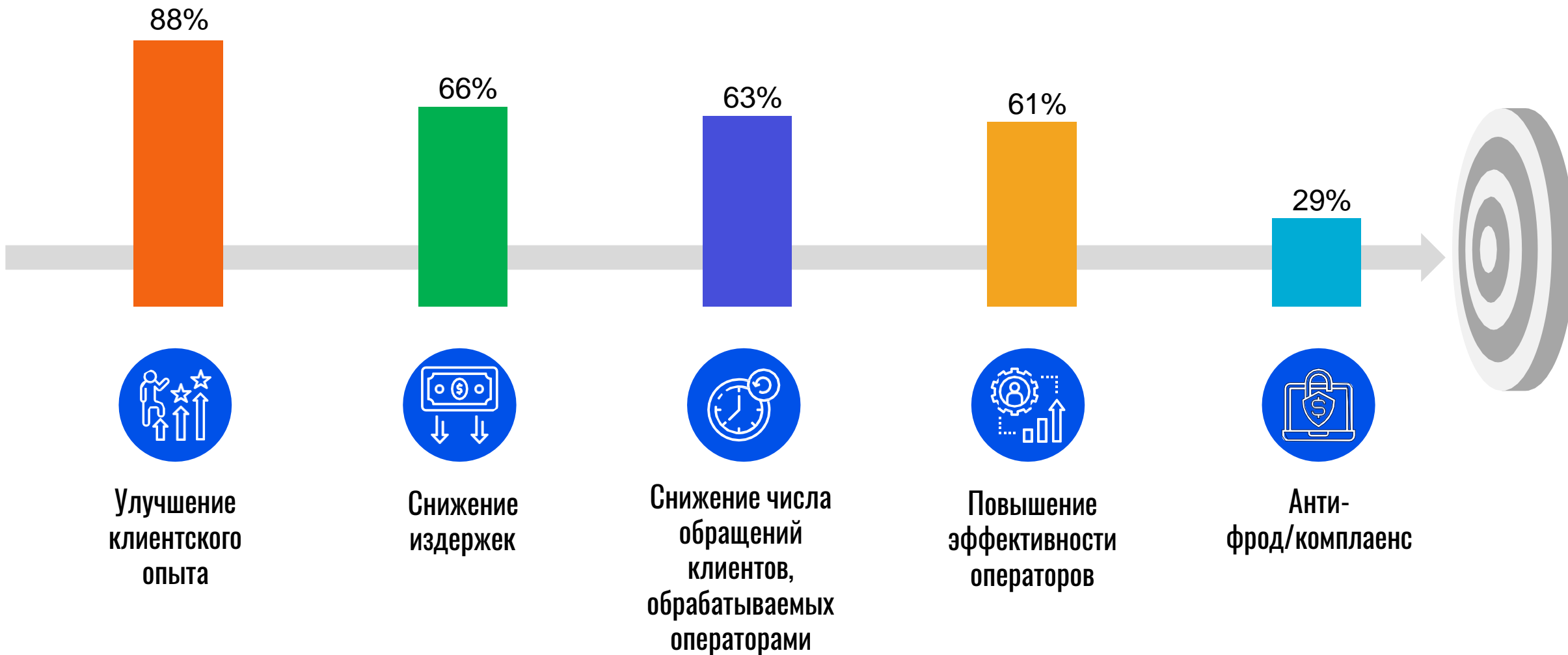
Управление данными/процессами



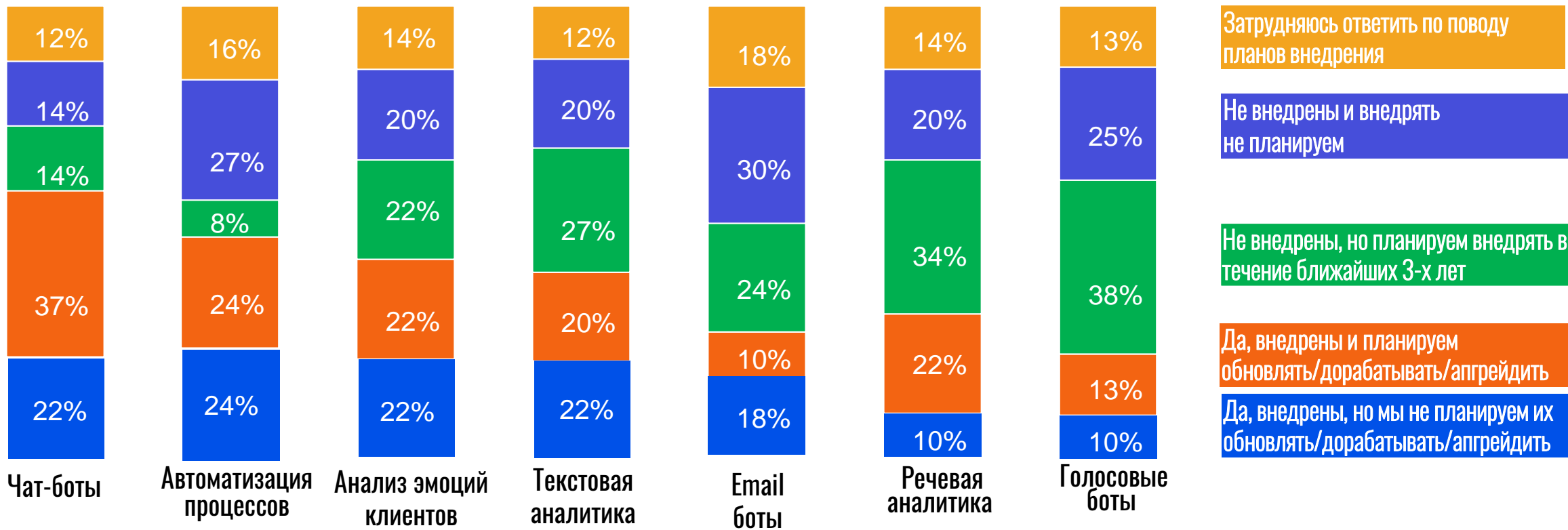
Цели применения искусственного интеллекта



Вопрос менеджменту КЦ: Какие главные цели вы преследуете при внедрении/будущем внедрении технологий искусственного интеллекта?



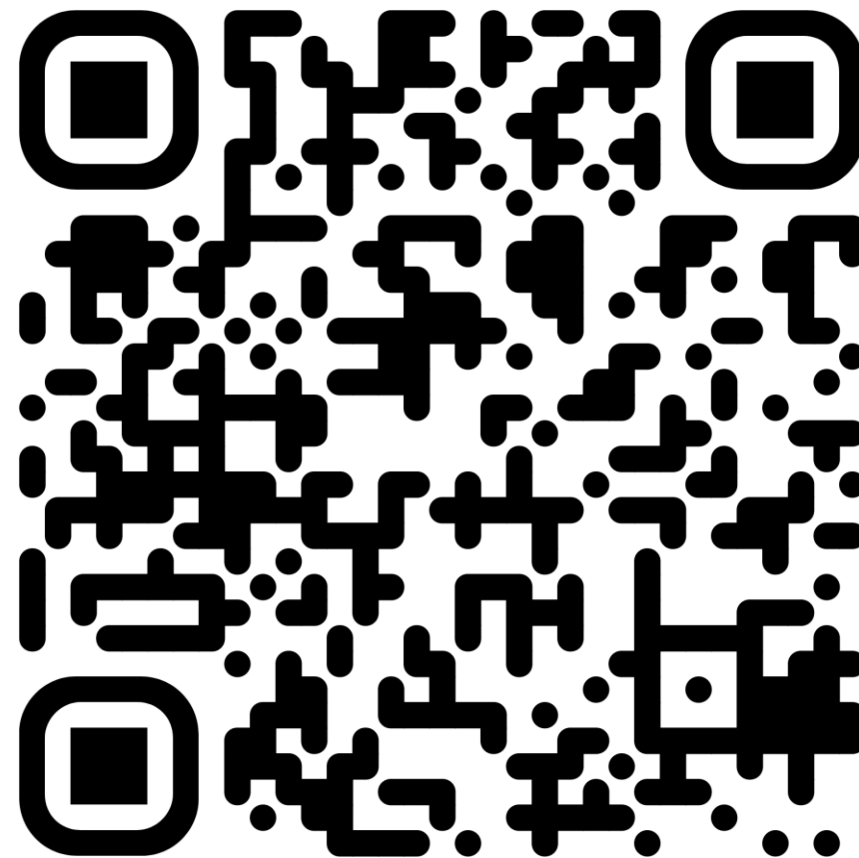
Искусственный интеллект: степень внедрения



Наблюдается **растущий интерес** к применению технологий ИИ в КЦ. Самые популярные направления: **чат-боты – 59%** и **автоматизация процессов – 48%**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

apexberg.ru



ТГ-КАНАЛ:
Клиентский сервис –
искусство служить людям