

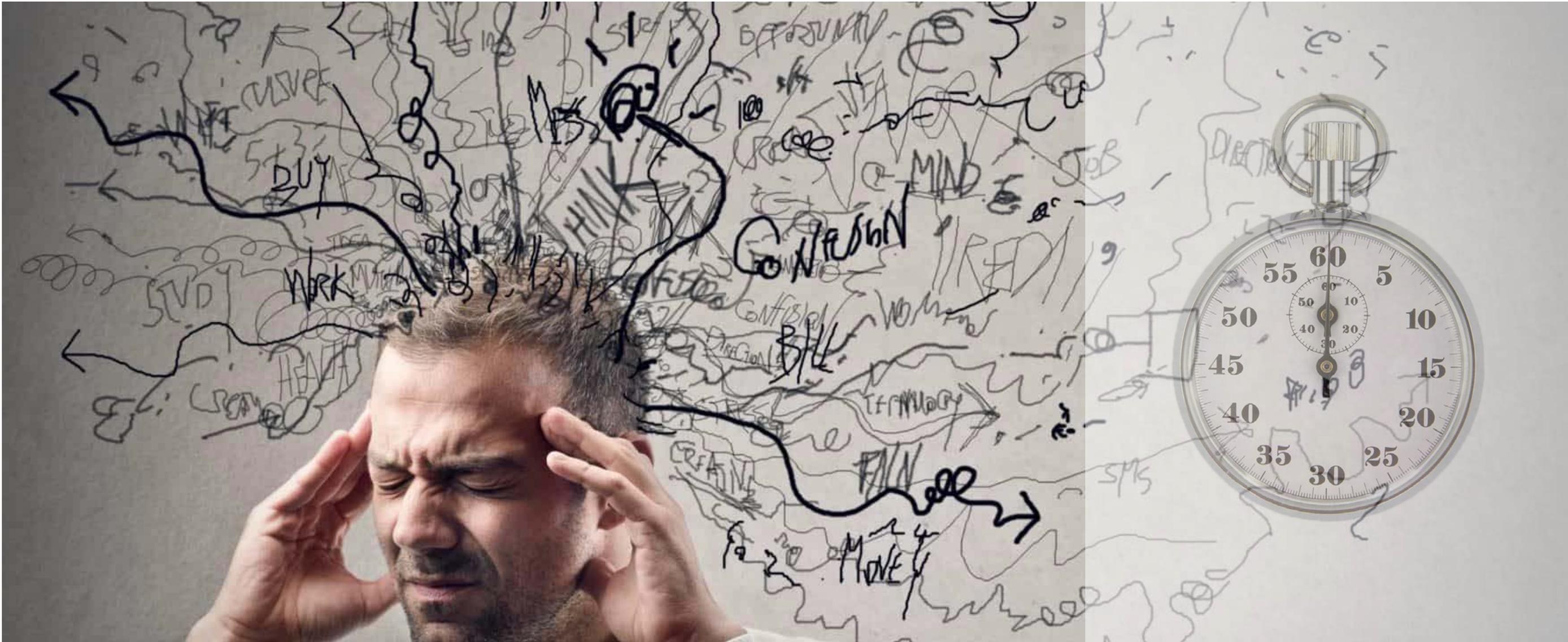
The Avaya logo is positioned in the top left corner of the slide. It consists of the word "AVAYA" in a white, bold, sans-serif font. The background of the slide is a blue-tinted photograph of a group of business professionals in a meeting room, silhouetted against a large window with blinds. The sun is visible through the window, creating a bright glow and lens flare. The people are engaged in various activities: some are seated at a long table, some are standing and talking, and one person on the left is on a mobile phone. The overall atmosphere is professional and collaborative.

AVAYA

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ **КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР**

Антон Корнильев

СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ ВАЖНЕЕ ЗНАНИЙ И ДЕНЕГ



ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ



**ТЕХНОЛОГИИ
В РУКАХ У
ПОТРЕБИТЕЛЯ**



**МОБИЛЬНЫЕ
УСТРОЙСТВА**



BIG DATA

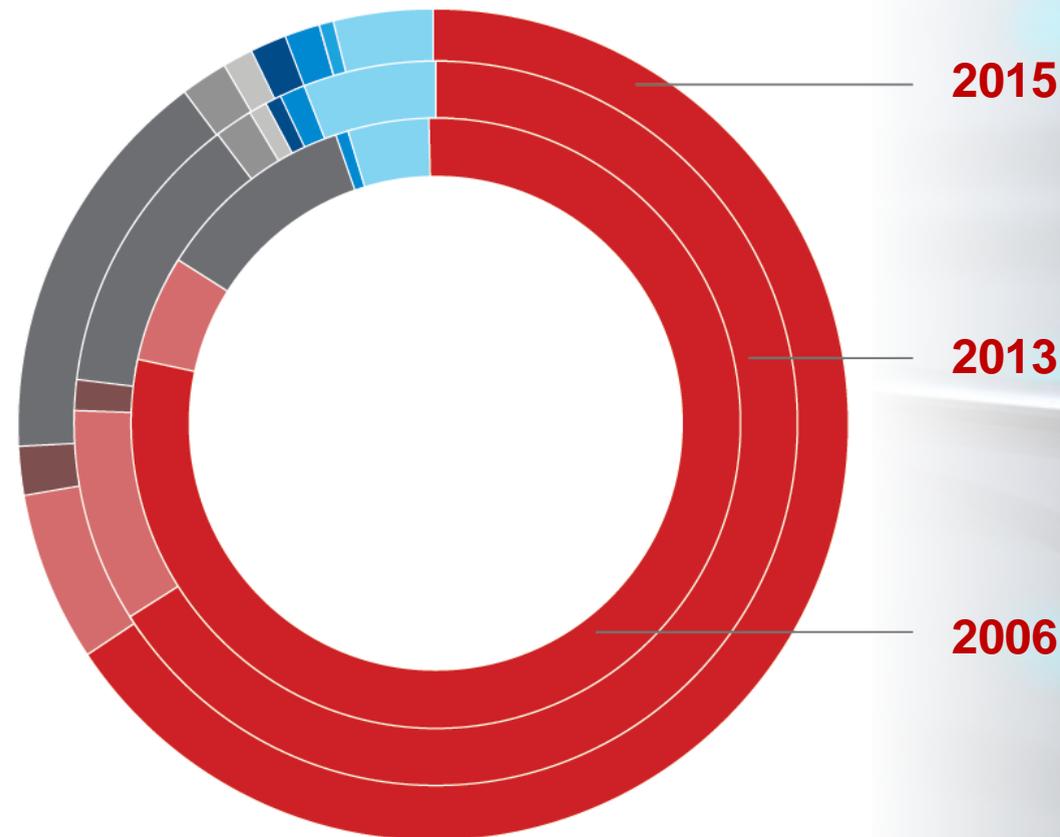
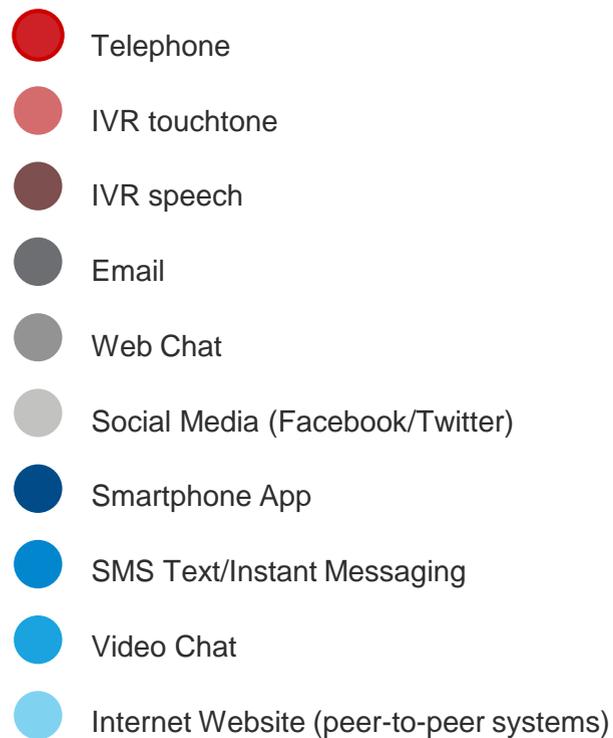


**СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ**

Поддерживающие их технологические и архитектурные тренды: software-defined, масштабируемость, безопасность, мобильные приложения, веб-технологии, омниканальность, API в основе разработки и транзакций

КАНАЛЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

10 лет назад не было веб-чат, мобильных приложений, соц. сетей и очень мало email. Сегодня на цифровые каналы приходится более **35%** всех взаимодействий, текущими темпами цифра обгонит голос в течении двух лет.



Переход от голосового к цифровому взаимодействию

DIMENSION DATA CX BENCHMARK 2017



69.7%

Improve CX

69.7% vote CX as top reason driving digital strategies



56.3%

Customer demand

at 56.3% emerges as second top priority



52.2%

Cost reduction

versus 52.2% motivated by commercials

Phone contacts have dropped 17% since 2015

2017 Actual

54.7% Phone

25.2% Assisted-service

20.1% Automated-service

...but digital transformation has slowed 2017 Desired

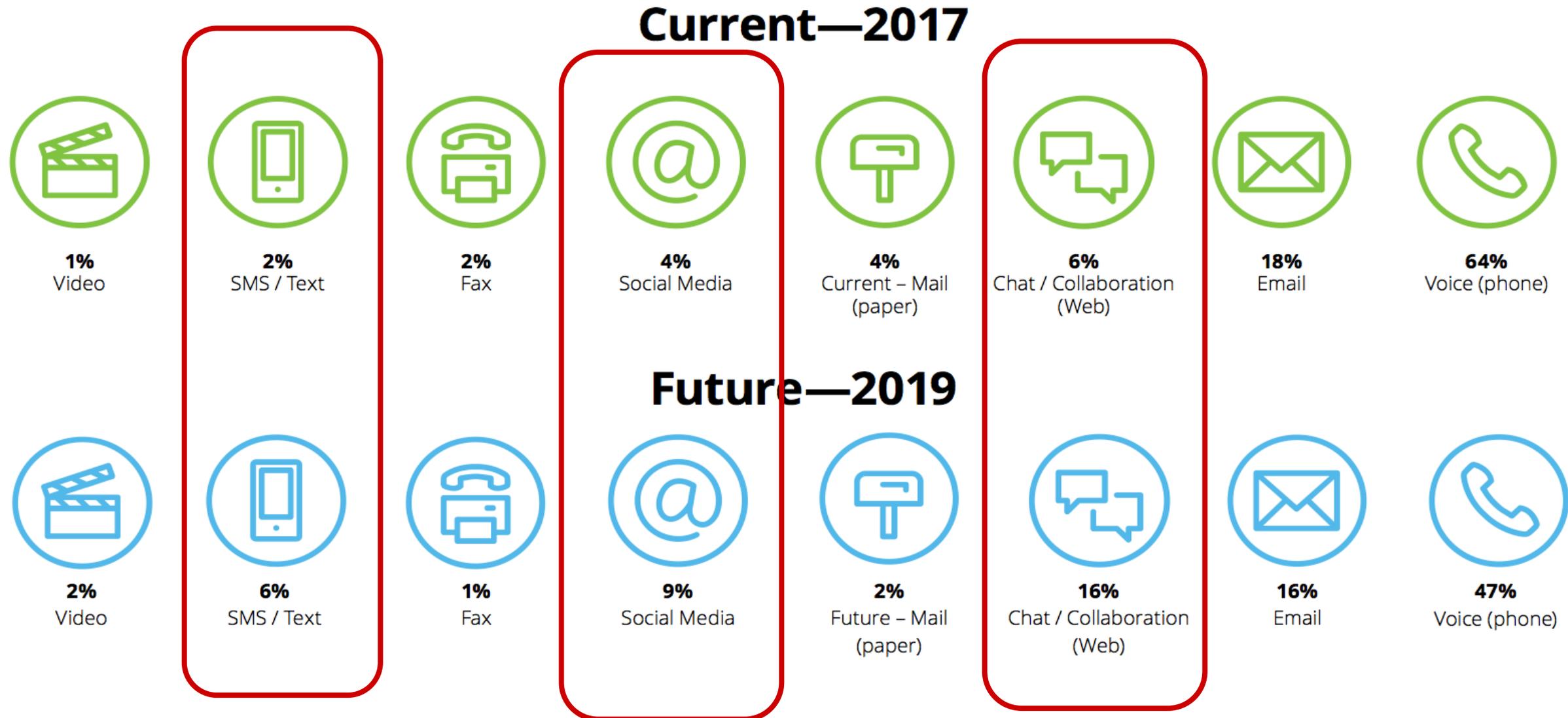
39.8% Phone

36.5% Assisted-service

23.7% Automated-service

МНЕНИЕ DELOITTE

How does your company anticipate interacting with customers in two years compared to your current distribution?



ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ



Клиенты

- «Цифровые» клиенты заставляют компанию адаптироваться
 - Персонализация
 - Омниканальный опыт клиента
 - Самообслуживание

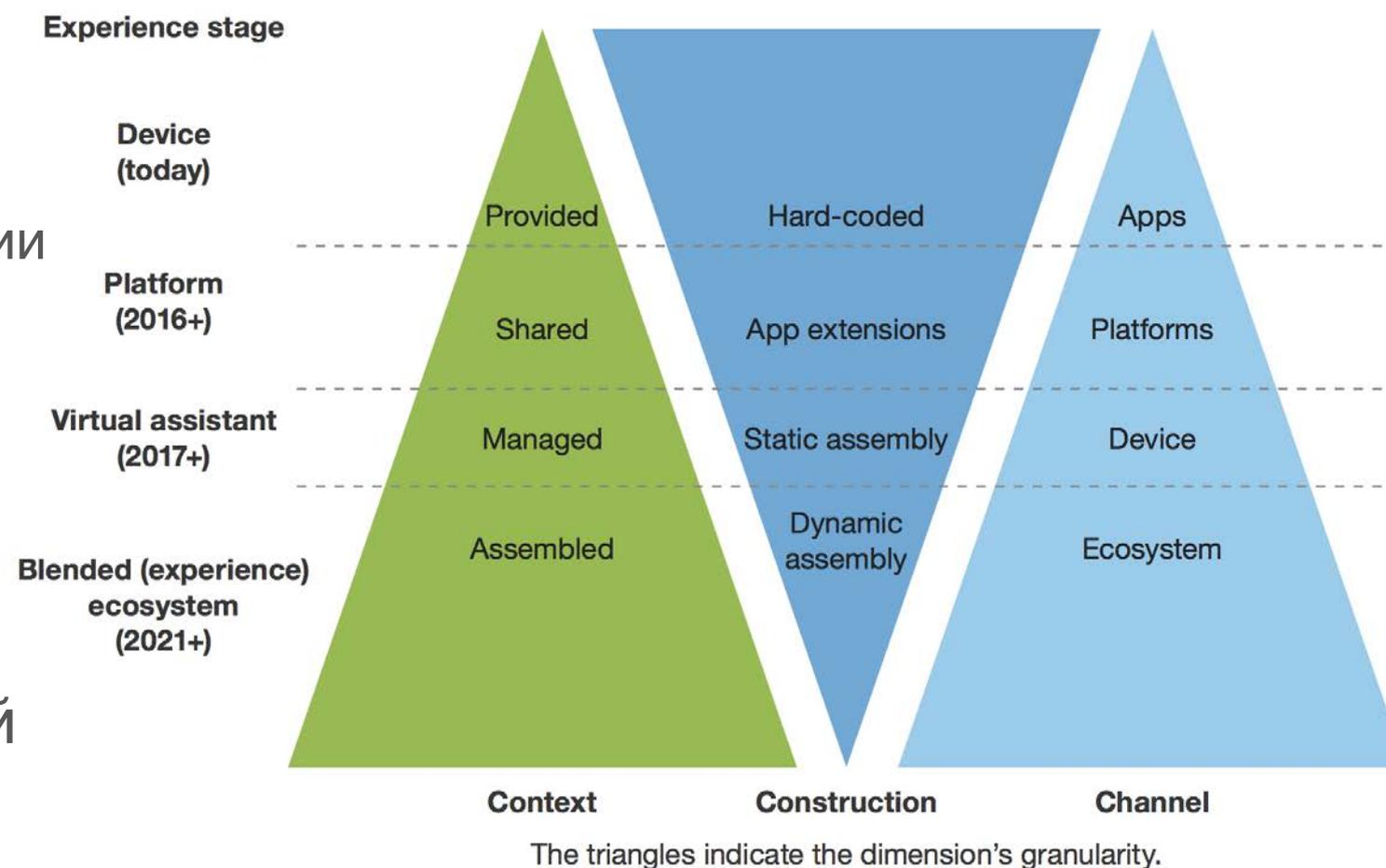


Компания

- Должна соответствовать ожиданиям клиентов:
 - Искусственный интеллект/роботизация
 - Динамические сценарии взаимодействия
 - Учет контекста
 - Аналитика

МНЕНИЕ FORRESTER

- ▶ Технологии меняют то, как компании взаимодействуют с клиентами
 - Искусственный интеллект открывает новые возможности
 - Биометрия становится одним из основных инструментов идентификации
 - Взаимодействия становятся более персонализированными
- ▶ Мобильное устройство останется ключевым элементом, формирующим опыт клиента в будущем 10 лет. Формат будет меняться от отдельных приложений к элементам единой экосистемы услуг.



ОМНИКАНАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ – СЛЕДУЮЩАЯ СТУПЕНЬ ЭВОЛЮЦИИ **КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА**

		Отдельные системы	Омниканальный опыт клиента
	Call Center	Contact Center	Customer Engagement Center
Самообслуживание			
С участием оператора			
Характеристики	• Очереди	• Навыки	• Атрибуты
	• Фокус на взаимодействии	• Фокус на взаимодействии	• Фокус на опыте клиента
	• Один канал	• Много каналов без связей	• Омниканальность
	• Низкая персонализация	• Немного персонализации	• Контекст и персонализация
	• Утилизация	• Утилизация	• Бизнес-цели
	• Базовое планирование	• WFO для каждого канала	• Омниканальное WFO
	• Мониторинг звонков	• Контроль качества	• Аналитика речи
	• Голосовая отчетность	• Независимая отчетность	• Омниканальная отчетность и аналитика

РЕШЕНИЕ AVAYA

КЛЮЧЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Оmnиканальность

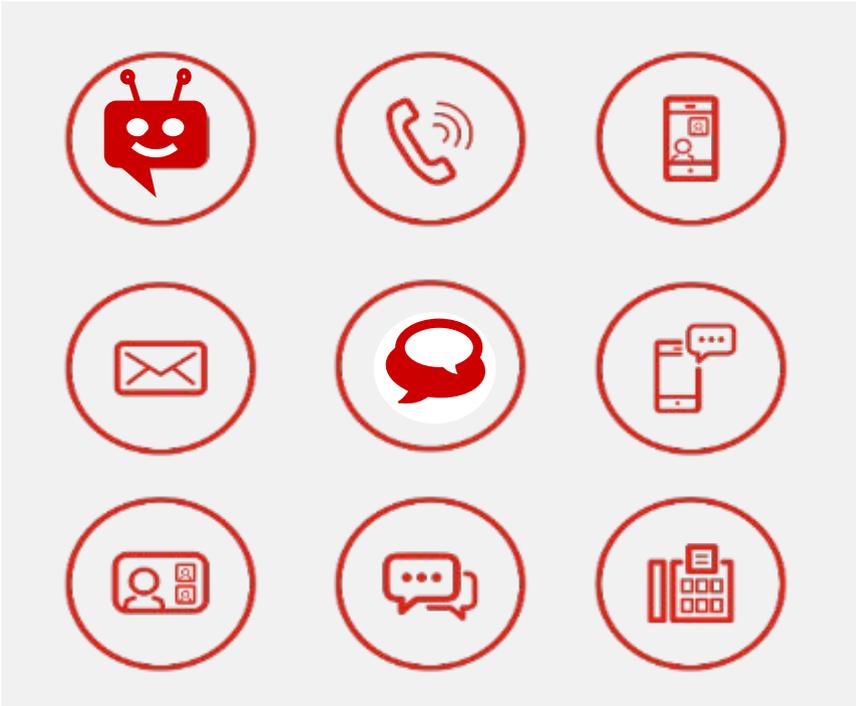
Оптимизация

Искусственный интеллект

Большие данные



Клиенты



Back-Office



Руководство



Контактный центр

EXPERIENCE AVAYA

MOSCOW

SHAPING

INTELLIGENT CONNECTIONS

К 2020 клиентский опыт полностью вытеснит ценовые и функциональные особенности товара или услуги как ключевой фактор принятия решения клиентом

Dimension Data



ОПЫТ AVAYA: ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ В КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР



Каждый \$1, потраченный на улучшение опыта клиента, может принести \$3 в течение нескольких лет

+ 10% Повышение уровня автоматизации

+ 19% Рост доходов от продажи через контакт-центр

+ 20% Рост удовлетворенности клиентов

+ 22% Рост Customer Lifetime Value

Source – Avanade and Sitecore, Customer Experience and Your Bottom Line, 2017