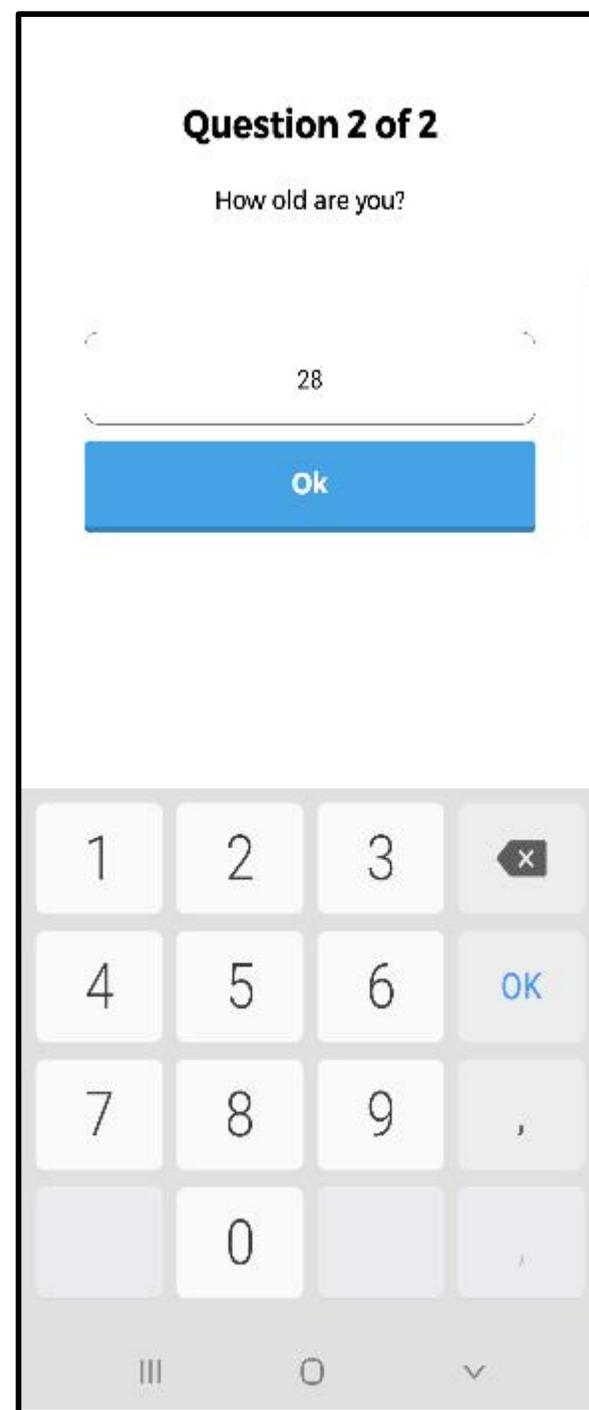
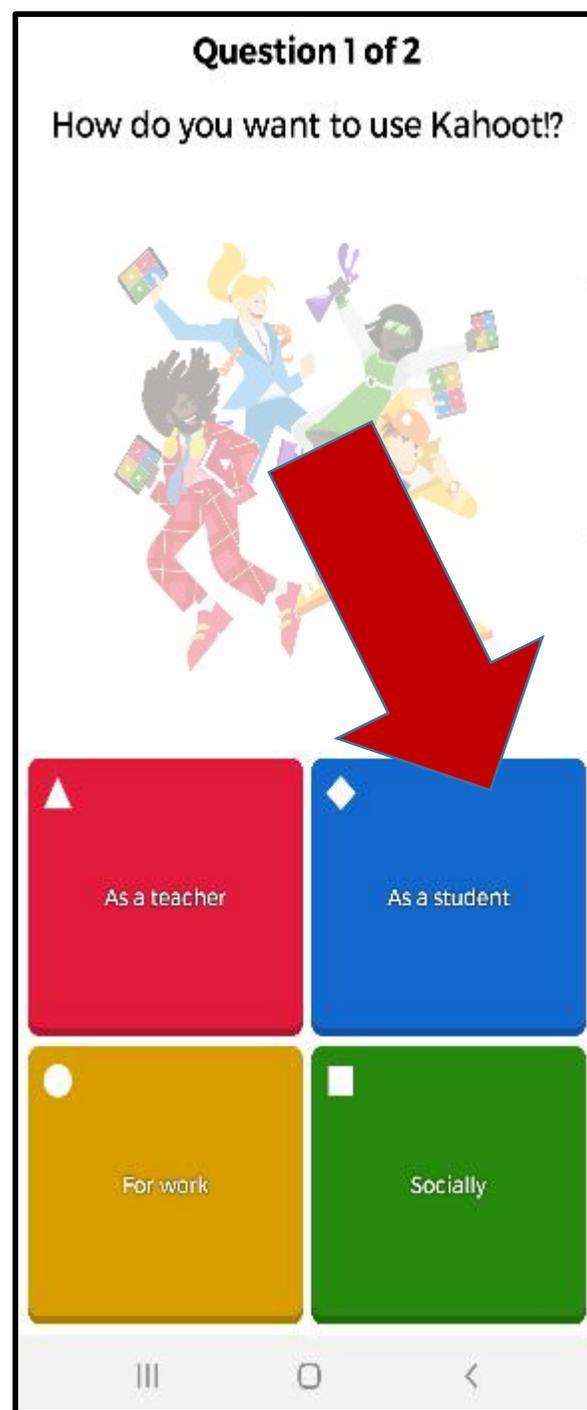
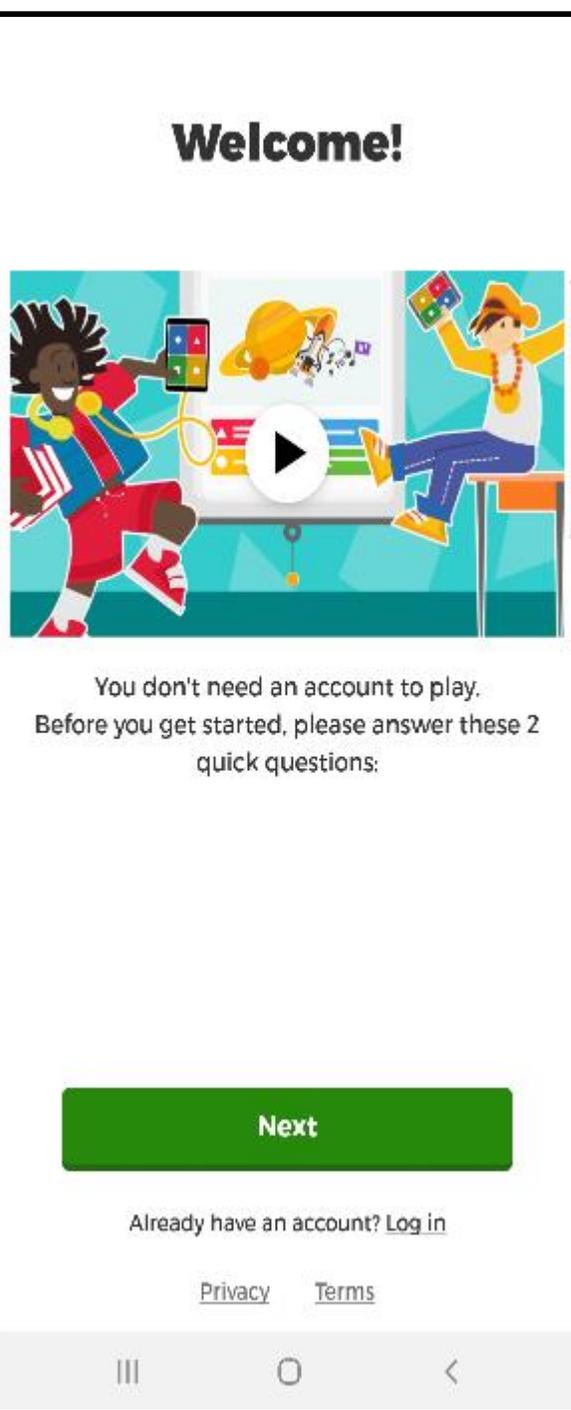


Kahoot!

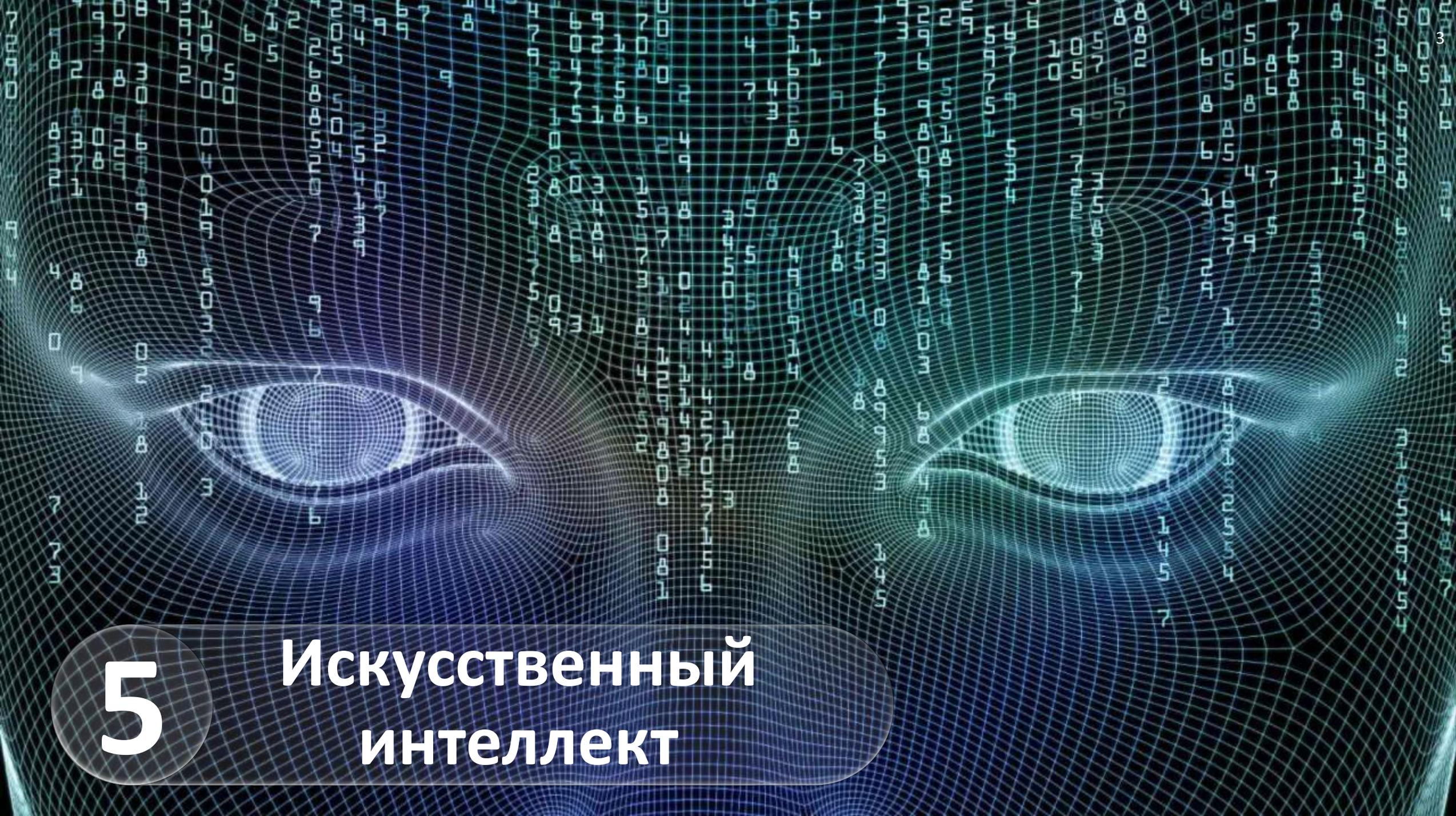




Технологические тренды в индустрии клиентского сервиса.

О чем стоит подумать сейчас, чтобы быть лидером в будущем

Юрий Мельников, Апекс Берг Контакт-Центр Консалтинг



5

Искусственный интеллект

«ИИ - Способность системы правильно интерпретировать внешние данные, извлекать уроки из таких данных и использовать полученные знания для достижения конкретных целей и задач при помощи гибкой адаптации»

Андреас Каплан и Майкл Хенлейн

Обслуживание клиентов

- Системы самообслуживания в различных каналах (чат-боты, NLU IVR)
- Помощники – суфлеры для операторов в режиме реального времени
- Персональные ассистенты
- Анализ мошеннических операций и фрода

Управление КЦ и развитие процессов

- Подбор и оценка персонала КЦ
- Обучение персонала (в т.ч. с использованием NLU технологий)
- Контроль качества работы операторов
- Речевая и текстовая аналитика



34%
Artificial
Intelligence

34% компаний по мнению исследования Deloitte (2018) готовы делать стратегические инвестиции в ИИ для клиентского сервиса

Ранее эксперты Gartner предсказывали, что к 2020 году 85% взаимодействий клиентов с компаниями будут обрабатываться без взаимодействия с живым оператором — эту задачу будет выполнять искусственный интеллект.



Основные риски / опасения по мнению менеджмента компаний



45,5%

Стоимость владения решениями ИИ



45,4%

Уязвимость к угрозам кибербезопасности



45,0%

Негативный клиентский опыт

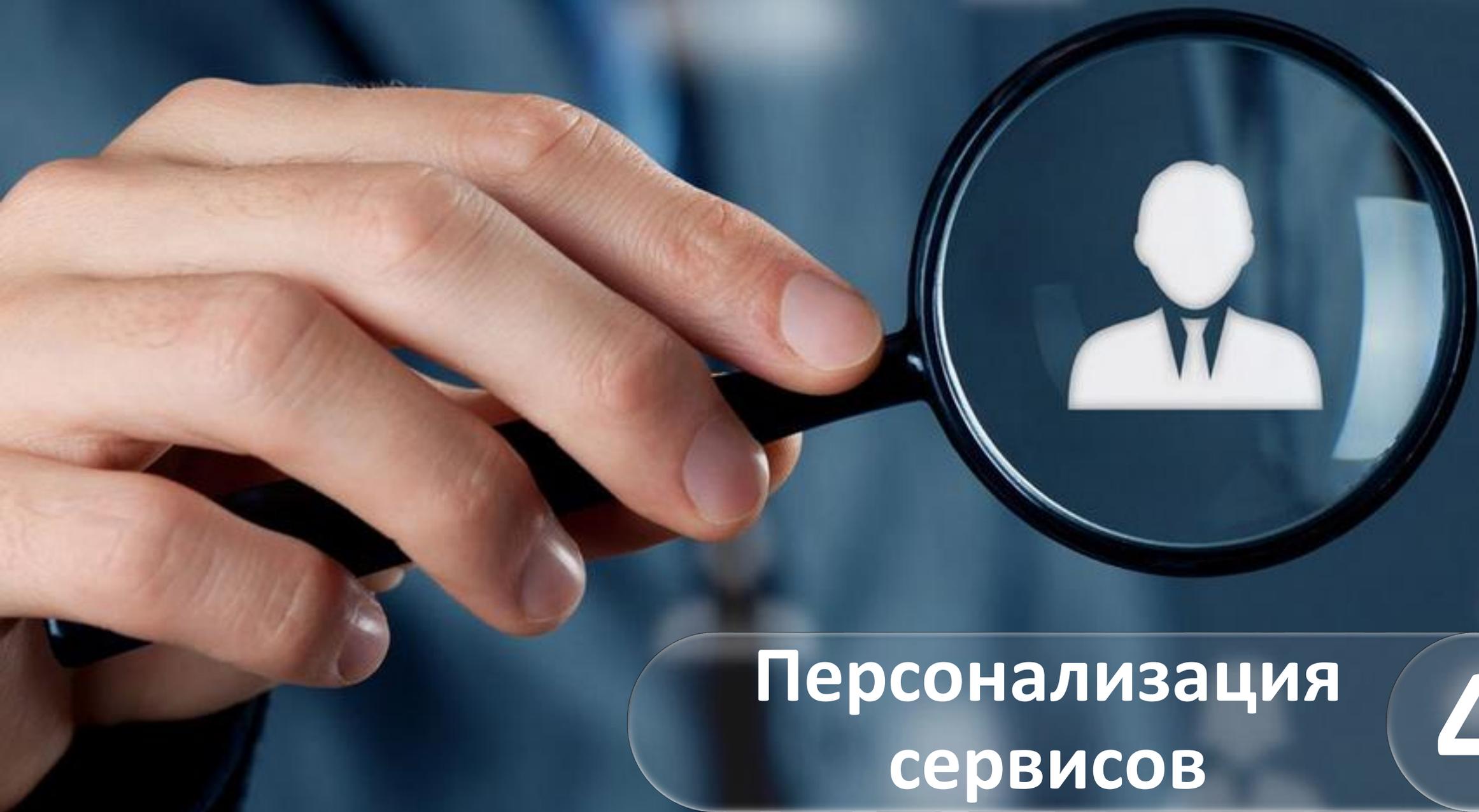
О чем необходимо думать уже сейчас:

Исторические **размеченные** данных для обучения ИИ

Метрики, позволяющие контролировать системы ИИ

Для систем ИИ, обслуживающих клиентов – **сценарии действий** – более детальные, чем для оператора

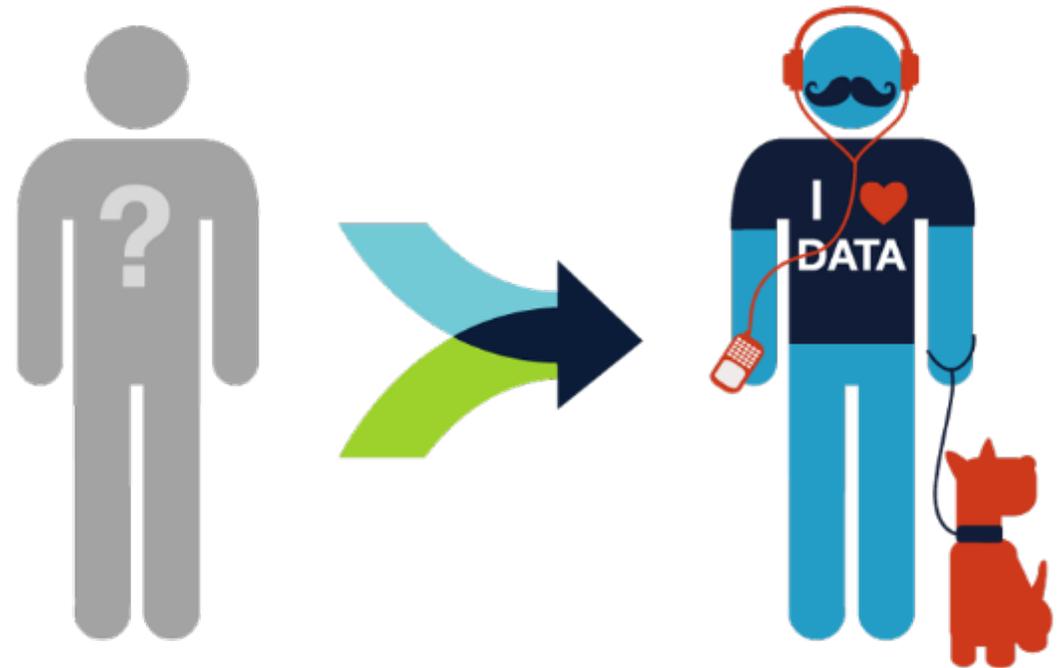
Процессы и ресурсы для последующего **непрерывного обучения ИИ**



**Персонализация
сервисов**

4

Отчет Salesforce State of the Connected Customer показал, что 51% розничных клиентов **ожидают**, что к 2020 году компании будут предвидеть их потребности и проводить соответствующие изменения, прежде чем связаться с клиентом или предоставлять ответ



Пока методы персонализации в основном ручные и реактивные...



49.7%

Персонализация реактивна (только после того, как клиент сам идентифицируется)



37.1%

Персонализация частично автоматизирована



13.2%

Персонализация проактивна и полностью автоматизирована

Наиболее популярные области применения анализа для персонализации



35.1%

Таргетированный маркетинг



31.1%

Определение предпочитаемых клиентами каналов



30.5%

Программы лояльности

Текущий уровень конкуренции предъявляет высокие требования к персонализации сервиса

Уровень персонализации должен учитывать не только сегмент клиента, **но и его персону, а также контекст, в котором происходит обслуживание**

Аналитика клиентских данных – важнейшее условие для обеспечения продвинутой персонализации.



3

Оmnиканальность

Оmnиканальность: Уровень развития мультиканального сервиса, в результате которого усилия клиентов для достижения результата коммуникаций минимальны и не зависят от выбранного канала.

Критерии омниканальности сервиса:

Наполненность
сервисно-
канальной
матрицы

Минимум усилий
клиента при
переключении
каналов

Консистентность
обслуживания в
разных каналах

НАСКОЛЬКО ЧЕТКО ОПРЕДЕЛЕНА ВАША СТРАТЕГИЯ В ОТНОШЕНИИ КАНАЛОВ ДОСТУПА?

Многоканальная стратегия развивается и включает клиентоориентированный план перехода на цифровые технологии (цифровые каналы доступа)

54%

Стратегия формально не определена, существует минимальная кроссканальная функциональность

22%

Омниканальная стратегия разработана, отслеживается ее внедрение и воздействие на бизнес и клиентов

17%

Омниканальная стратегия разработана с четкими критериями возврата инвестиций и окупаемости, описанием возможностей и эффекта от ее реализации

7%

Методы повышения омниканальности

Наполнение сервисно-канальной матрицы

Использование технологических решений для связки каналов на рабочем месте оператора **с учетом минимизации усилий клиента на переключения**

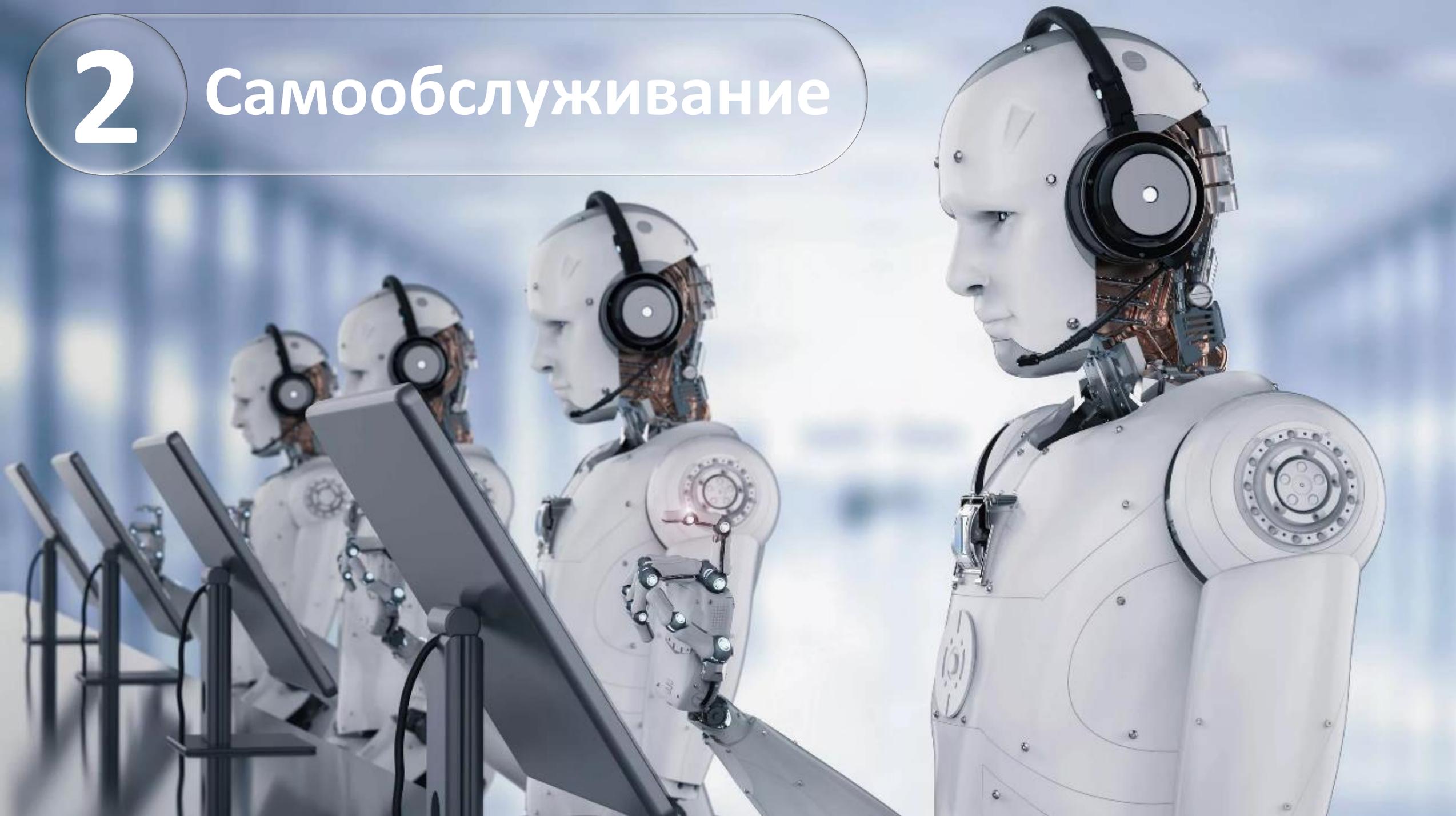
Интеграция информации о действиях клиента в разных каналах и о его покупках (единая CRM) с доступом к ней операторов

Единая база знаний и программа обучения персонала в различных каналах

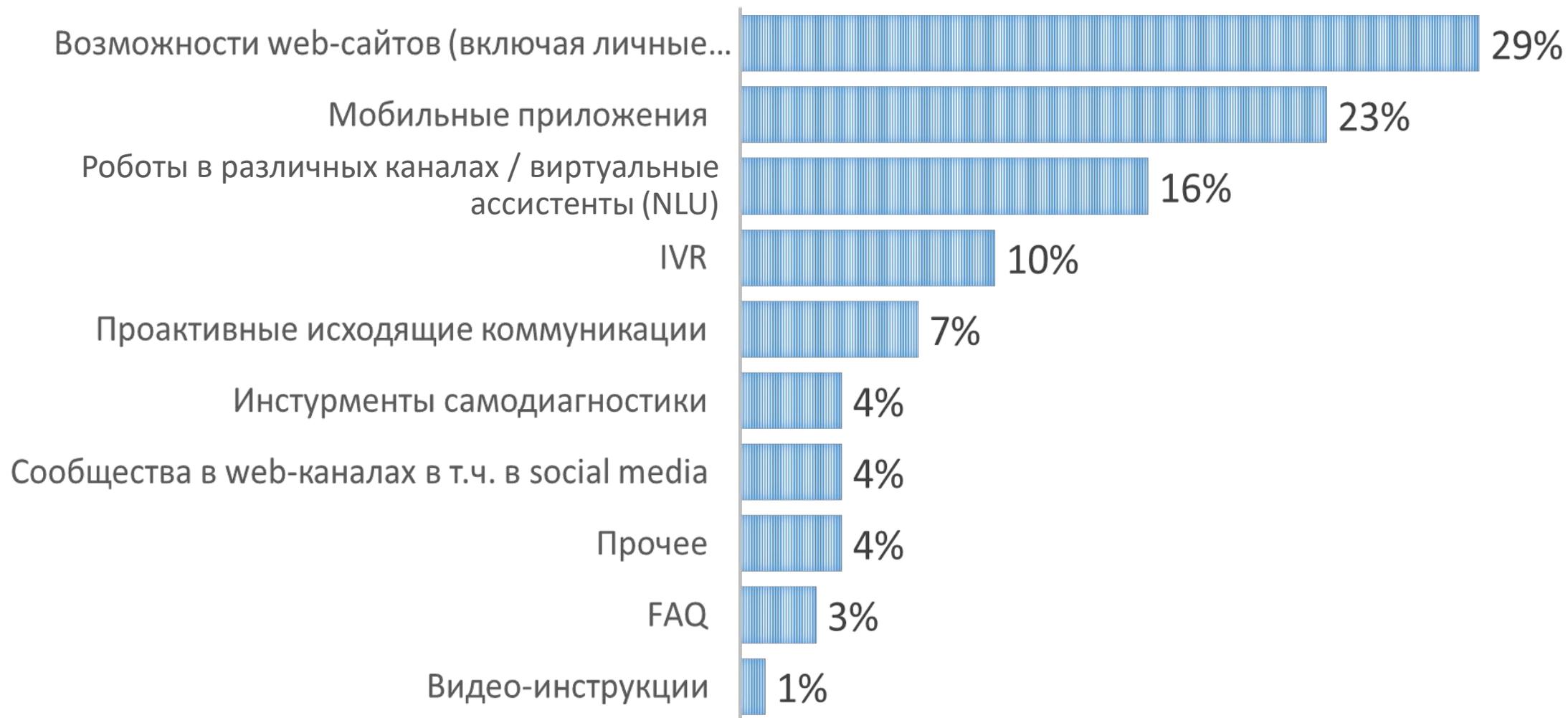
Точные сценарии по устранению выявляемых противоречий при обслуживании клиентов в разных каналах

2

Самообслуживание



КАКОЙ КАНАЛ САМООБСЛУЖИВАНИЯ СПОСОБЕН ПРИНЕСТИ МАКСИМАЛЬНЫЙ ROI ПРИ ВНЕДРЕНИИ?



Предпочтения при выборе каналов коммуникации

| Contact channel | Under 25 years | 25 to 34 | 35 to 54 | Over 55 |
|---|----------------|----------|----------|----------|
| Social media | 1st 32.3 | 4th 15.8 | 6th 1.7 | 4th 0.8 |
| Mobile application | 2nd 27.1 | 2nd 22.3 | 3rd 5.8 | 4th 0.8 |
| Instant messaging (incl. SMS & web chat) | 3rd 18.1 | 3rd 20.4 | 4th 5.4 | 6th 0.5 |
| Telephone | 4th 10.3 | 4th 15.8 | 1st 51.1 | 1st 90.0 |
| Email | 5th 6.6 | 1st 22.6 | 2nd 34.2 | 2nd 6.6 |
| Virtual assistant/AI (i.e. full automation) | 6th 5.6 | 6th 3.1 | 5th 1.8 | 3rd 1.4 |

На что обратить внимание

Детальная проработка функциональных требований к внедряемым подсистемам

Обязательное пилотирование с обратной связью от клиентов

Простой выход на оператора

Метрики для анализа правильности работы системы

| 1 | Business requirements | |
|----|--|--|
| 2 | Web-chat should have an option of email management, to allow customers to send emails, and agents to respond them, both when agents available or not available | |
| 3 | Be customizable from design and functionality perspectives (change icon, colors, position on customer screen and etc.) | |
| 4 | Be mobile-friendly (fully fit device screen) to be used from mobile devices not only desktop | |
| 5 | Provide enhanced customizable reporting system (historical & real-time data) with an ability of exporting all datas to Excel. Offered chats, answered chats, abandoned chats, Average Waiting and Handling times, Maximum waiting time, Service Level both for historical and real-time reporting. | |
| 6 | Track agent performance on predefined KPIs | |
| 7 | Have an Automatic Distribution System (ADC) | |
| 8 | Include possibility of creating and managing bots | |
| 9 | Have an open API to be integrated with mobile apps and other web-applications, our web-page | |
| 10 | Integrate solutions with www.iiiiiiiiii.com and self-service mobile app | |
| 11 | Have an opportunity to manage social media messengers | |
| 12 | Have template management | |
| 13 | Chat transfer functionality | |
| 14 | After chat survey functionality (chat rating) | |
| 15 | Attachment sending functionality | |
| 16 | Live agent monitoring | |
| 17 | Emoji support | |
| 18 | Chat idle time (automatic wrap chat function) | |
| 19 | Possibility of closing chats by agents and admins | |
| 20 | Visitor banning (blocking customers) | |
| 21 | Chat tags and keywords | |

На что обратить внимание

Детальная проработка функциональных требований к внедряемым подсистемам

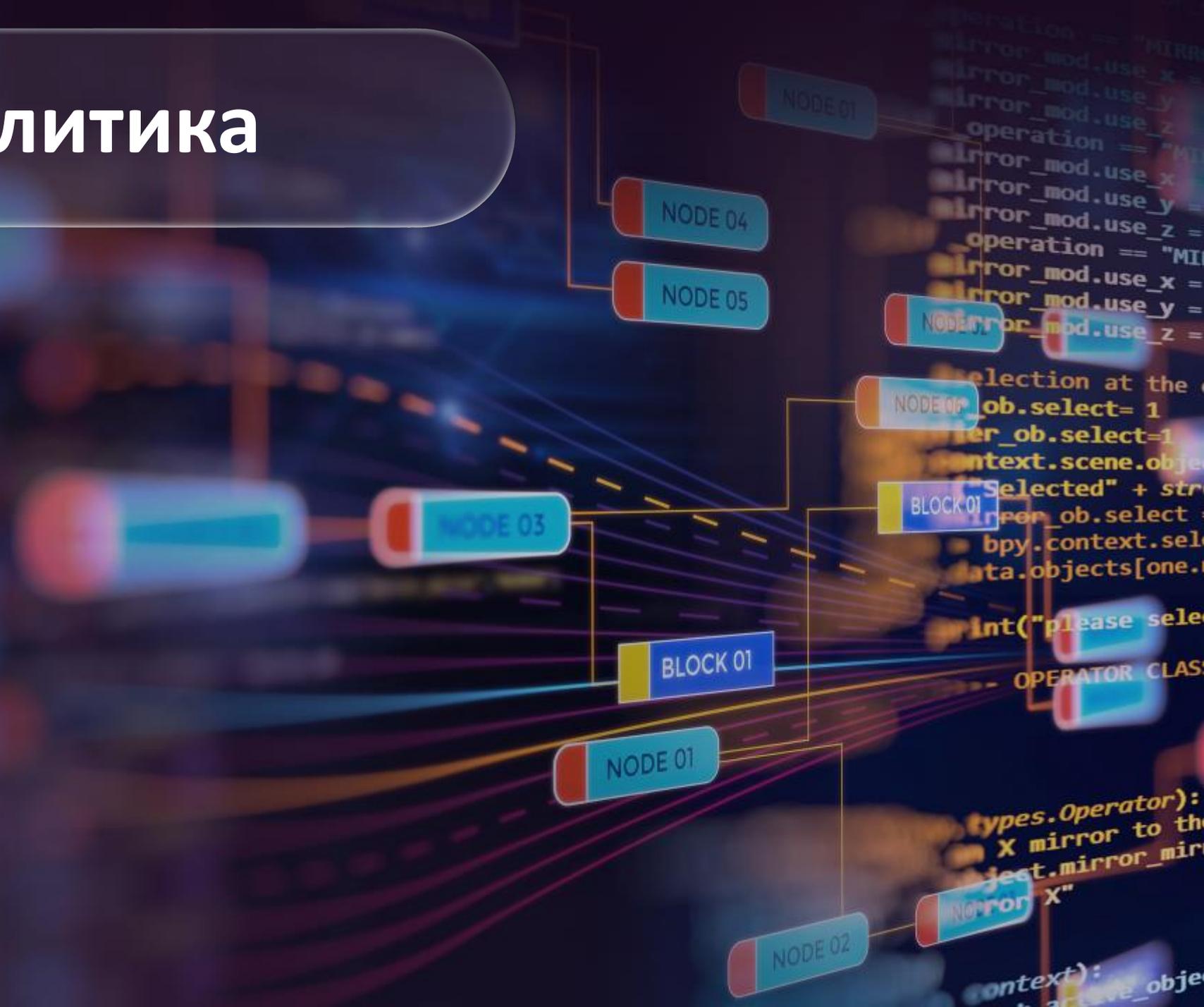
Обязательное пилотирование с обратной связью от клиентов

Простой выход на оператора

Метрики для анализа правильности работы системы

1

Аналитика





Четвертый год подряд аналитика клиентских данных является самым важным фактором, который формирует изменения в индустрии Клиентского Сервиса



66%
Advanced
Analytics

66% компаний по мнению исследования Deloitte (2018) готовы делать стратегические инвестиции в развитие инструментов аналитики клиентских данных

Как наиболее часто используются результаты анализа клиентских данных



Изменения в продуктах и сервисах в т.ч. персонализация

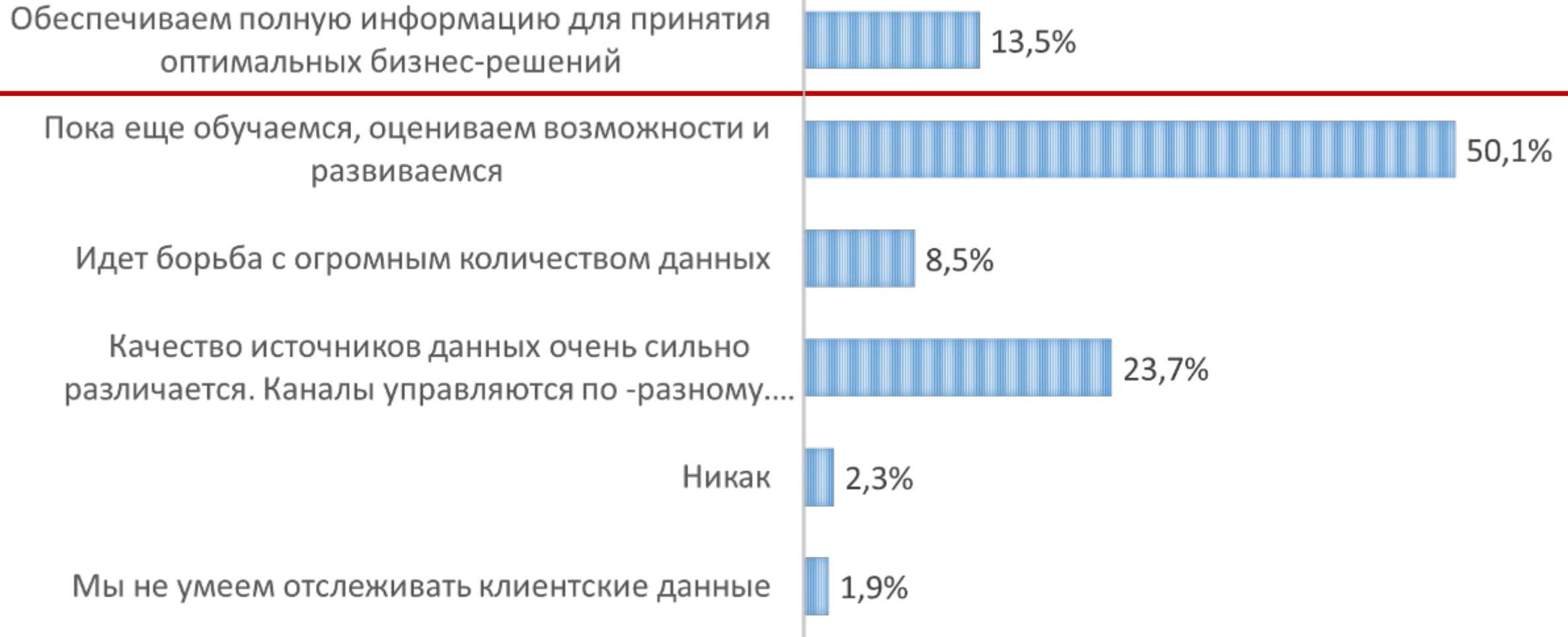


Продажа новых продуктов и сервисов

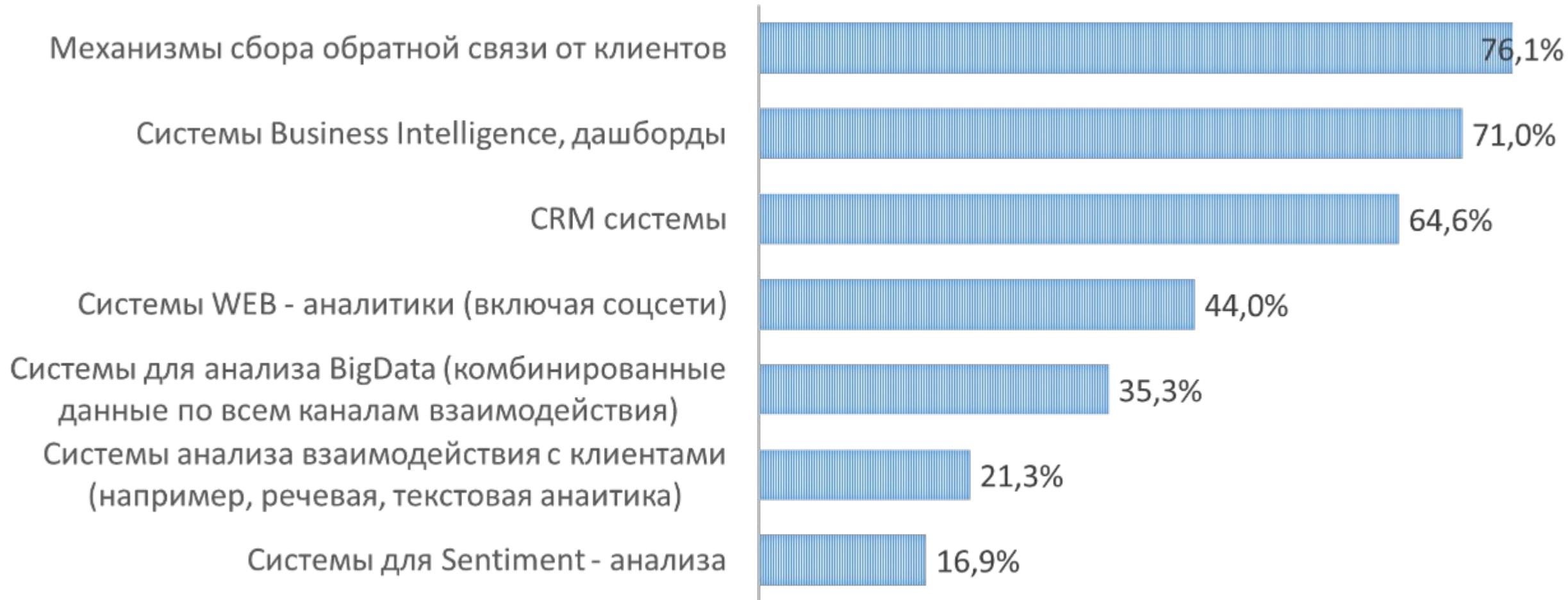


Пересмотр операционной модели и процессов

Как лучше всего можно описать ваши возможности по аналитике данных?



Какие системы доступны для сбора и интерпретации клиентских данных?



Клиентский сервис в мире: Данных достаточно-проблема не в этом

Если стратегия Клиентского опыта четко не сформулирована, то почти всегда четко не сформулированы вопросы для аналитиков

Устаревшие системы усугубляют проблему, поскольку эти платформы нелегко интегрировать с другими системами для обмена данными

Законодательство о персональных также усложняет разработку аналитических систем с необходимым уровнем безопасности для использования и обмена информацией о клиентах

Для многих компаний кросс-канальный анализ данных ограничен, поэтому сложно получить консолидированное представление о Клиентском Опыте

СПАСИБО

ЗА ВНИМАНИЕ

Апекс Берг
Контакт-Центр Консалтинг

+7 495 22-911-82
www.apexberg.ru

Kahoot!

