

Управление опытом клиента – ключ к ВЫЖИВАНИЮ В НОВОМ МИРЕ

Tieto Customer Experience Management

Апрель 2017

Константин Сафронов

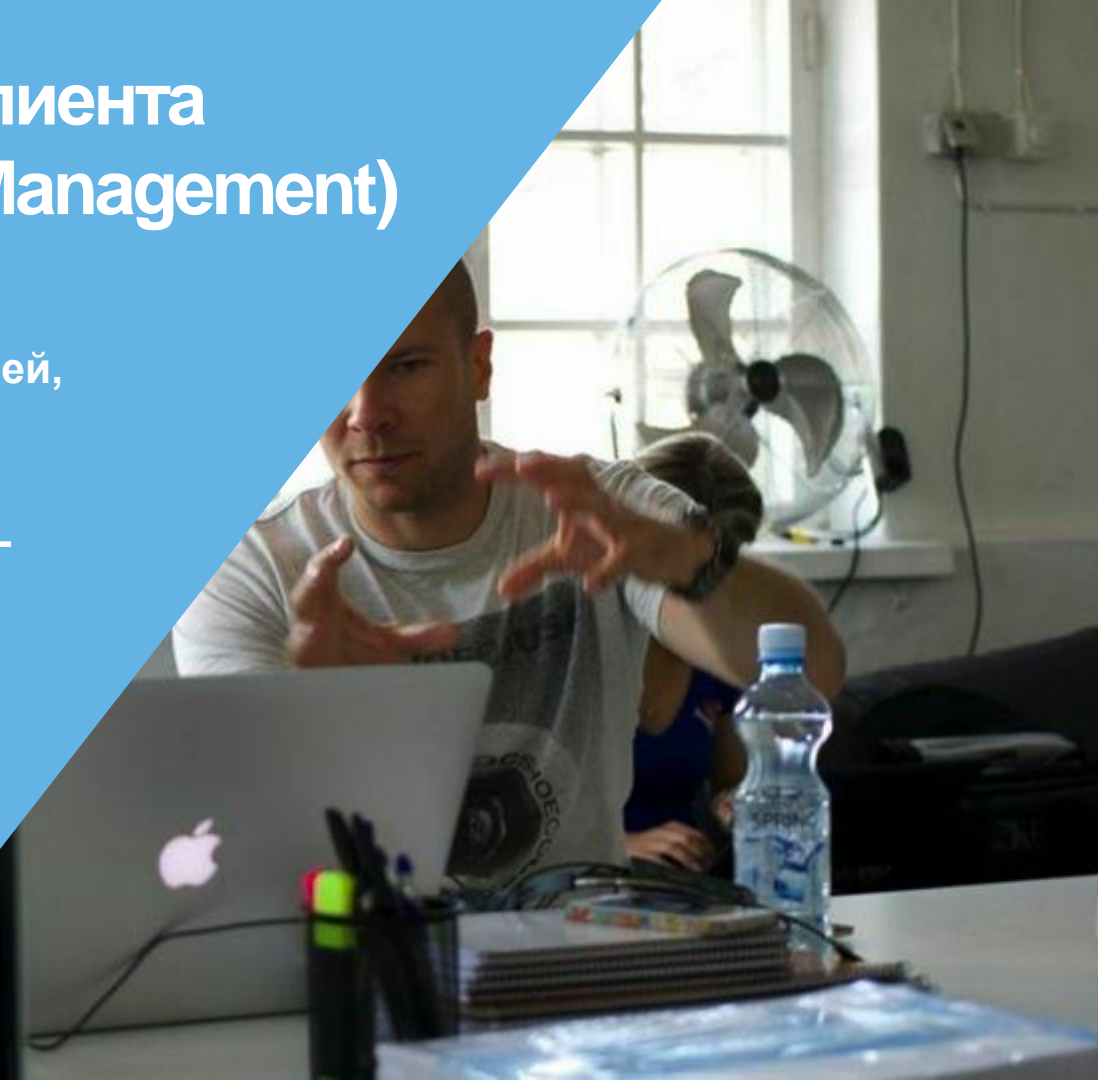


tieto

Управление опытом клиента (Customer experience Management)

Опыт клиента – это совокупность взаимодействий клиента с компанией, брендом в разных каналах.

Управление опытом клиента (CEM) - практика управления взаимодействиями клиента с компанией и реакцией на эти взаимодействия, чтобы оправдать ожидания клиента и даже превзойти их для повышения его лояльности и как следствие дополнительной выручки



tieto

Customer Experience Management

Стратегическое направление

Быстрый рост

400+ Экспертов



Команды в SEM, 400+ профессионалов

40

Бизнес-консалтинг

- Консалтинг
- Стратегия
- X-hub

70

Web подразделение

- CMS
- Customized Web
- Front End

80

Мобильное подразделение

- Native
- Hybrid
- Responsive / Html
- MDM

130

eCommerce

- eCommerce/OmniCommerce
- Управление заказами
- Product Information Management

60

SharePoint, Productivity Cloud

- SharePoint онлайн
- Office 365
- Цифровое рабочее место

20

CIM, Customer Interaction Management

- Cloud Service Customer Interaction (CCaaS)
- Genesys
- Vidyo

30

Дизайн-студия

- CoCreation
- Сервис дизайн
- UX дизайн
- Графический дизайн

Тренды на рынке.

Устаревшие модели бизнеса

Мы привыкли мыслить
рамками систем,
функциональности и рисков
— но это тормозит
цифровую трансформацию
и следовательно потенциал
бизнеса

Время бежит быстрее

Новые нишевые игроки и
стартапы диктуют
скорость выхода на
рынок

Доверие

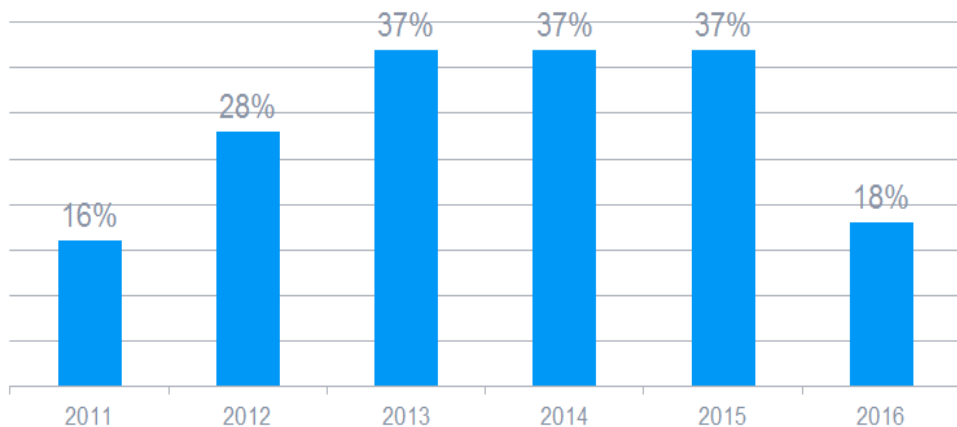
Раньше доверие
формировал бренд,
теперь доверие
формирует контент

Новый формат пути клиента

Путь клиента начинается
в социальных медиа

Многие компании ведут какие-то проекты в сфере развития опыта клиента, а рейтинг удовлетворённости клиентов падает...

Customer Experience Ratings
Scoring 'Good' or 'Excellent' 2011 - 2016



Источник: The Temkin Group

Исследование Gartner

Главная
область для
инвестиций
в развитии
бизнеса

62% компаний
рассматривают
SEM на
стратегическом
уровне, но
системного
подхода не имеют

Зрелость на
низком
уровне,
особенно в
цифровых
каналах

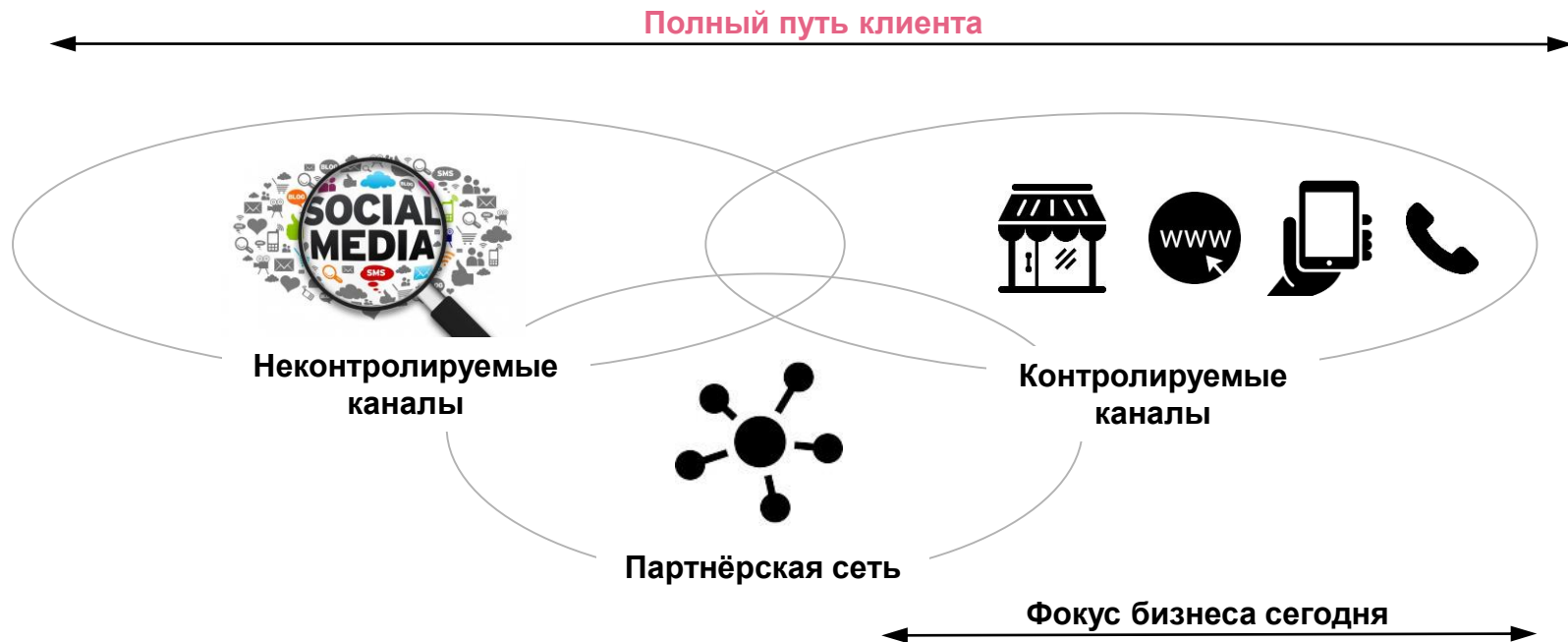
Только 16%
предоставляют
действительно
омниканальный
CX

Концепция «push and sell» больше не работает.

Современные потребители устали от многочисленных предложений и акций – они больше это не воспринимают.

Необходимо использовать концепцию «Engage and serve».

Компаниям необходимо развивать не только контролируемые каналы



Отношения с клиентом необходимо пересмотреть

Новый подход к пути клиента – AEEESA:

Attract – привлечь/заинтересовать

Engage – вовлечь в диалог

Encourage – мотивировать к покупке

Serve – обслуживать

Advocacy – сделать клиента адвокатом бренда

Новый подход к пути клиента

Заинтересовать

Вовлечь

Мотивировать к покупке

Обслуживать

Клиент – адвокат бренда



Понимание клиента

Контент маркетинг	Входящий маркетинг	Кампании	Исходящий маркетинг	Лояльность	VR-магазин	Online магазин	Оффлайн магазин	Дополненная реальность	Продажи	Управление заказами	Поддержка клиентов
KPI: Organic reach and brand preference	KPI: Behavioral traffic and lead generation	KPI: Viral reach, brand/product/service preference and referral traffic	KPI: Increased referral traffic	KPI: Increased recurring purchasing	KPI: Increased online purchase or physical store visits	KPI: Increased conversion rate and order value	KPI: More frequent visits and larger purchase value	KPI: More frequent visits and larger purchase value	KPI: Shorter sales time and larger order values	KPI: Improved availability and deliveries	KPI: More hassle free brand experience

KPI для всего пути клиента

...необходимо иметь общие KPI для всего процесса

tieto

Синхронизованы ли используемые Вами технологии с Вашей бизнес-стратегией?

Технологии
(Стабильность,
гибкость и инновации)

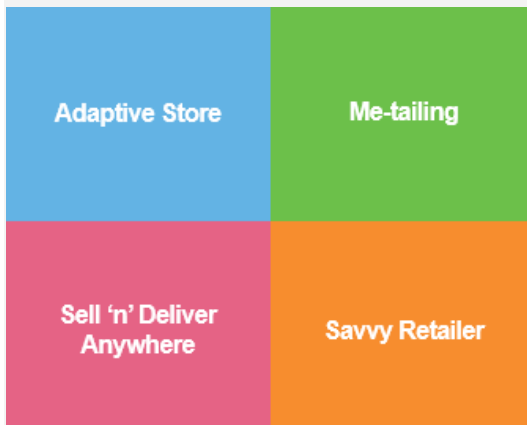
Эволюция
Вашего
бренда

Стратегия развития
опыта клиента
(Стабильность, гибкость и
инновации)

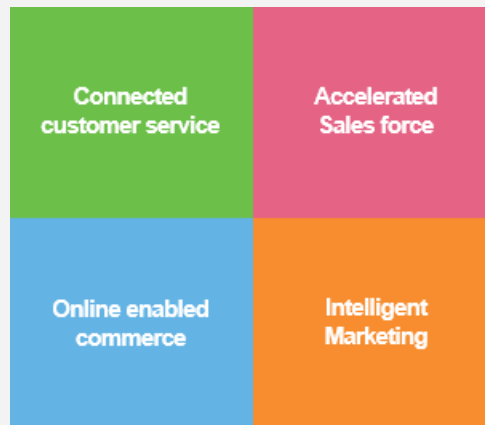
Понимание индустрии воплощённое в концептах, разработанных Tieto

Internal

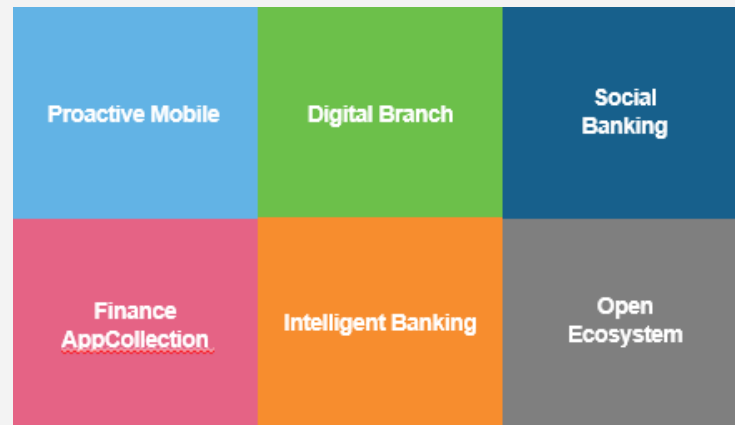
Tieto Retail Experience



Tieto Industrial Experience



Engaging Banking Experience



Оmnikanальный ИТ-ландшафт



Обзор рынка порталов

Figure 1. Magic Quadrant for Horizontal Portals



- Потребности современного цифрового бизнеса стимулируют инновации и привлекают новых игроков на рынок порталов.
- Компании сейчас испытывают необходимость в расширении и улучшении возможностей используемых ими порталов, как важнейшей части в развитии цифрового опыта
- Ответ на цифровую трансформацию бизнеса – катализатор изменения рынка порталов: традиционные порталы эволюционируют в платформы для цифрового опыта

Сравнение функциональности

Концепция	Ранее	Сейчас в DXP
Персонализация и контекст	Персонализация на основе правил . (традиционные CMS системы) Персонализация на основе ролей или статических атрибутов . (порталов)	Персонализация на основе поведения и контекста .
Сегментирование пользователей и таргетирование контента	Базовые возможности сегментирования и таргетирования, или использование сторонних систем для этих функций.	Усложнённое таргетирование контента независимо от канала. Продвинутое сегментирование на основе моделей поведения.
Оmnikanальность & непрерывность	Мультиканальный подход	Оmnikanальный подход: платформа объединяет взаимодействия с пользователями от канала к каналу.
Быстрое создание интерфейсов	Несистематизированный подход к созданию интерфейсов.	Объёмный подход к созданию интерфейсов
Возможности цифрового маркетинга	Фокус на удовлетворении потребностей маркетинга и продаж .	Фокус на нуждах клиента .

Hewlett Packard



Demo_Reseller_EMEA_3_User_A... (Demo_Reseller_EMEA_3) ▾

HP Unison Partner Portal

[My Workspace](#) [Products](#) [Sales & Marketing](#) [Programs](#) [Training & Certification](#)



New HP Care Pack Central
Available February 21, 2015

[Learn more](#)

PartnerOne Status: Gold

My Notifications

Portal Tutorials [Go](#)

Your FY15 partner status [Go](#)

My Dashboard

[Customise your dashboard](#)

My ExpertOne

Access to a personalized ExpertOne experience is available through the My ExpertOne portal for those with an HP Learning...

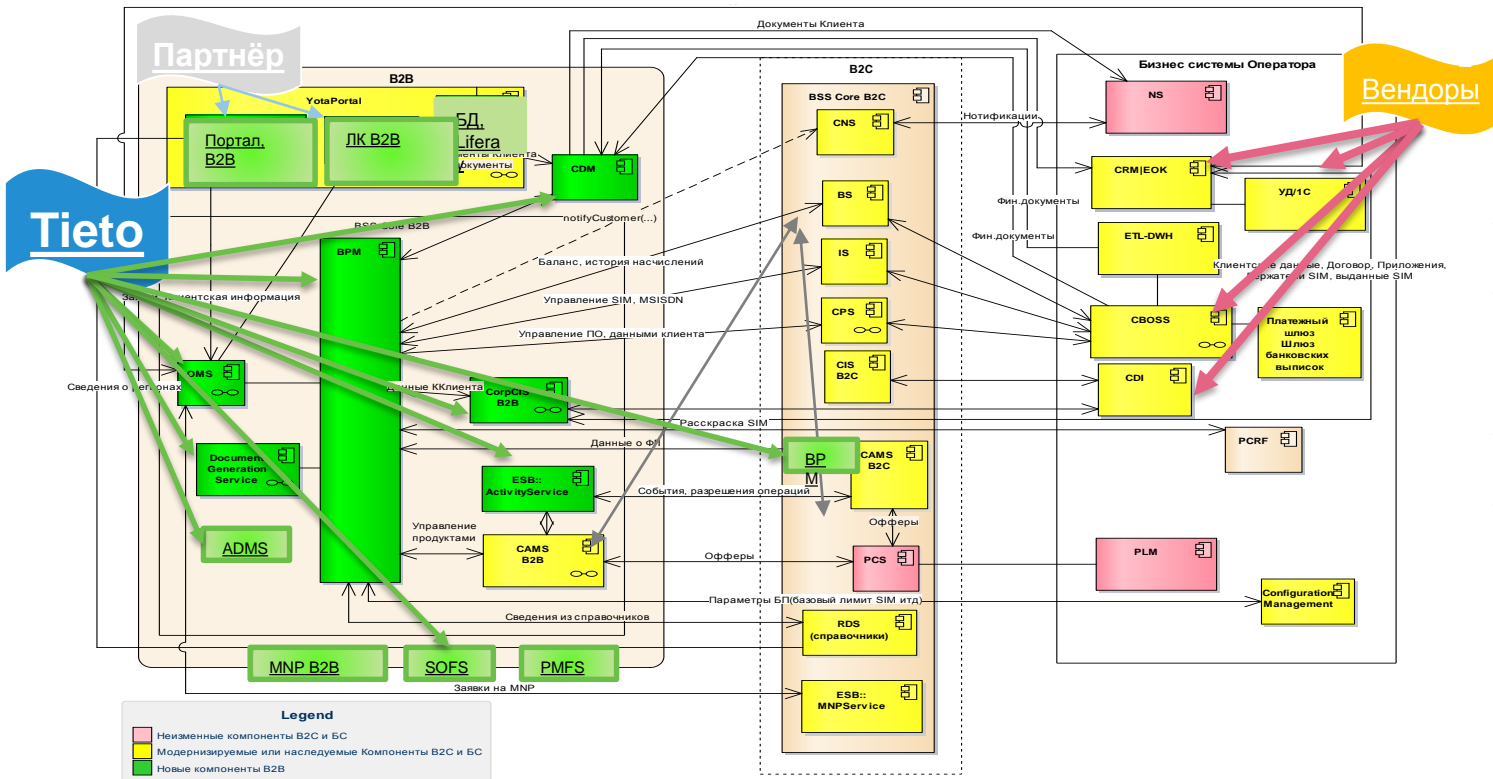
Care Pack Central

Care Pack Central enables you to navigate to the HP Care Pack services that relate to a given product family or configuration level.

Incentives and Rewards(CAT)

Offers partners the ability to view and enrol into incentives and reward programmes that they are eligible for.

Портал для привлечения корпоративных клиентов (B2B)



- Длительность – 8 месяцев
- Количество интегрированных компонент в рамках проекта – 40 компонент
- Команда проекта – 8 человек
- Рамки проекта: A&A, разработка, тестирование, запуск, поддержка и развитие

Проект трансформации

1

Предпосылки

DNA имела значительное отставание от своих конкурентов в электронной коммерции. В то время как доля продаж в онлайн канале конкурентов составляла около 20% от их общих продаж, доля продаж DNA в онлайн едва достигала 10%.

Основная сложность проекта состояла в бессвязной организационной структуре DNA, в которой разные департаменты вели разрозненную деятельность

Это привело к ситуации, когда DNA оперировала отдельными:

- Корпоративным сайтом
- Маркетинговым сайтом
- 3мя независимыми онлайн магазинами
- 2мя сервисами самообслуживания для двух продуктовых линеек



2

Программа трансформации

Tieto стала основным партнёром всей программы трансформации, целью которой являлось внедрение одной унифицированной платформы для решения текущих задач и дающей возможность:

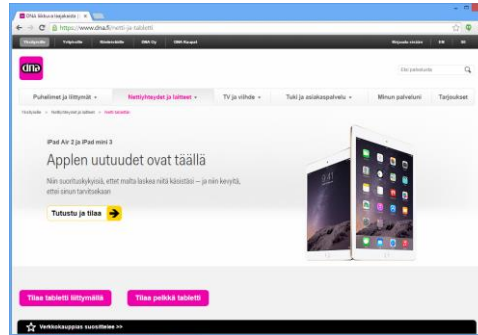
- Объединить каналы продаж и обслуживания для любых продуктов и сервисов
- Развивать и продавать онлайн инновационные пакетированные решения (физические + цифровые+ услуги)
- Персонализация предложений и общения с клиентом в режиме реального времени

3

Результаты проекта

Рост продаж в онлайн канале – 65% в год

Рост индекса удовлетворённости обслуживания клиентов в онлайн канале – 50% в год



tieto