

КАК СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В ОМНИКАНАЛЬНОМ КОНТАКТ- ЦЕНТРЕ?

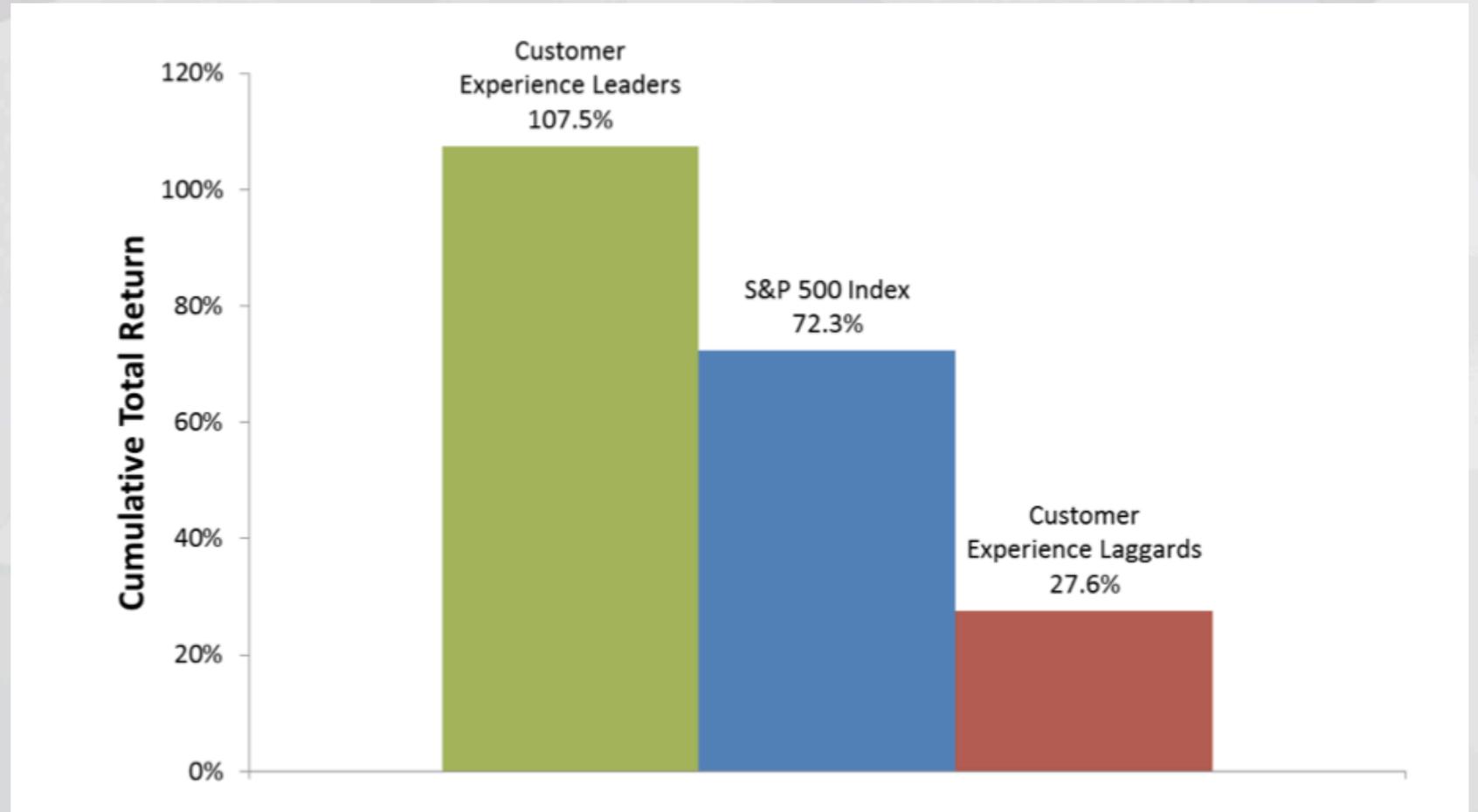
Вячеслав Морозов

Директор по развитию бизнеса
Genesys Россия и СНГ

Клиентский опыт: исследования

Уже сейчас
компании, которые
инвестируют в CX,
имеют доход на 35%
больше, чем бренды
рейтинга S&P 500.

*Данные
Watermark Consult*



Клиентский опыт: исследования

В ближайшие несколько лет на основе клиентского опыта начнут конкурировать до 89% глобальных компаний.

Gartner

2017: что мы знаем из Dimension Data CX Survey?

CX

81% компаний считают уровень клиентского опыта (CX) конкурентным преимуществом, но лишь **13%** считают, что могут обеспечить его на **9 из 10**.

Omni

В **58,5%** компаний все каналы разрозненны.

Лишь **8,4%** организаций способны оказать «бесшовное» обслуживание по всем каналам.

Channels

Чат-боты
13,3% → 46%

Чаты / мессенджеры
52,4% → 84,7%

Проактивное взаимодействие
33,7% → 65,6%

Моб. приложения
56,2% → 82,7%

Genesys = экспертиза

Genesys — ведущий разработчик решений для контакт-центров и омниканального обслуживания клиентов.

Лидер Gartner MQ по инфраструктуре для контакт-центров на протяжении **8 лет**.

Ежегодно с помощью платформы Genesys обрабатывается более 25 миллиардов обращений.

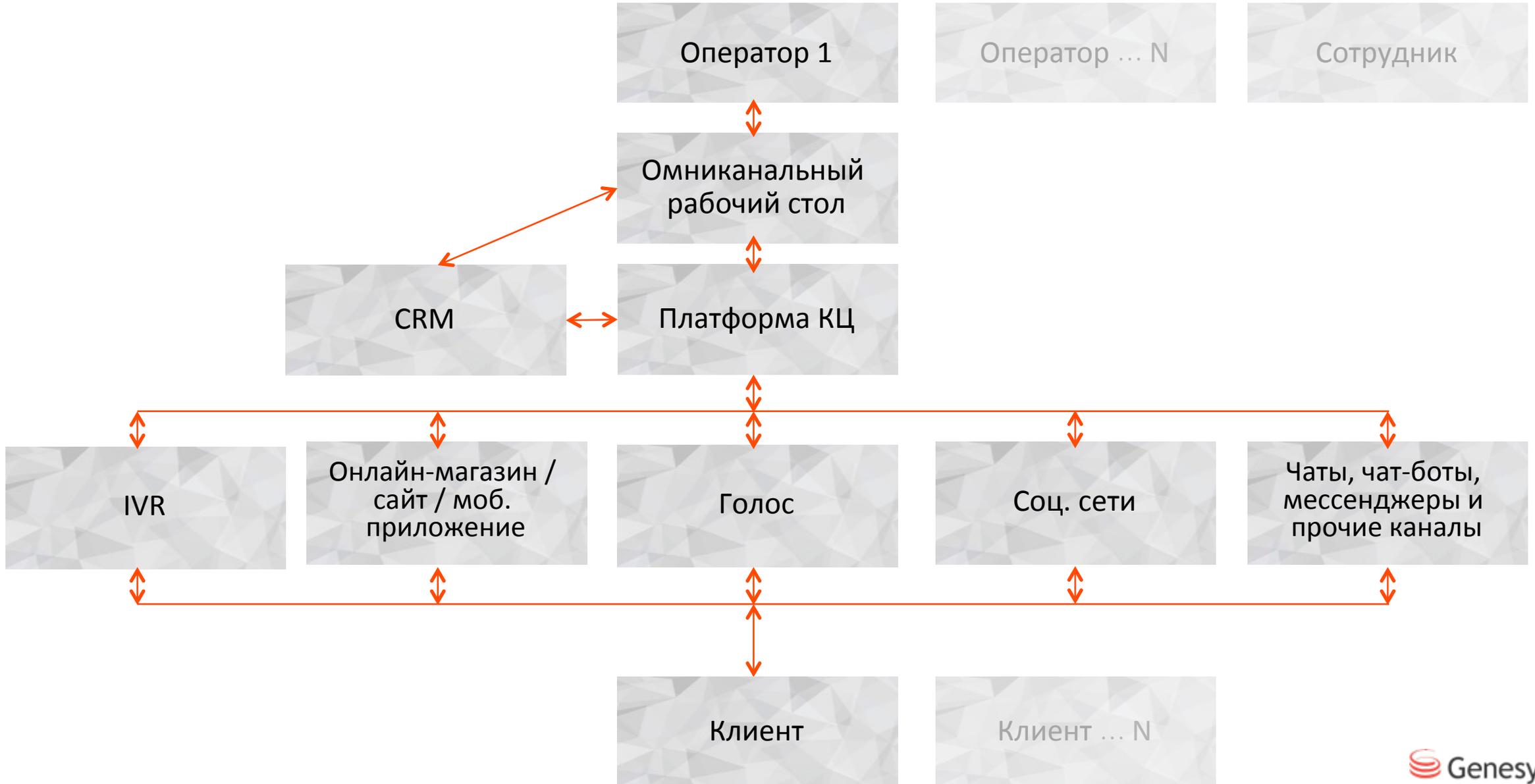
На чем строится клиентский опыт (CX)?

Омниканальность



Бесшовный
клиентский опыт
(CX)

Оmnиканальное обслуживание



СХ: анализируйте клиентов

Собирайте
информацию о
клиентах



Обобщайте ее и
анализируйте
популярные
маршруты



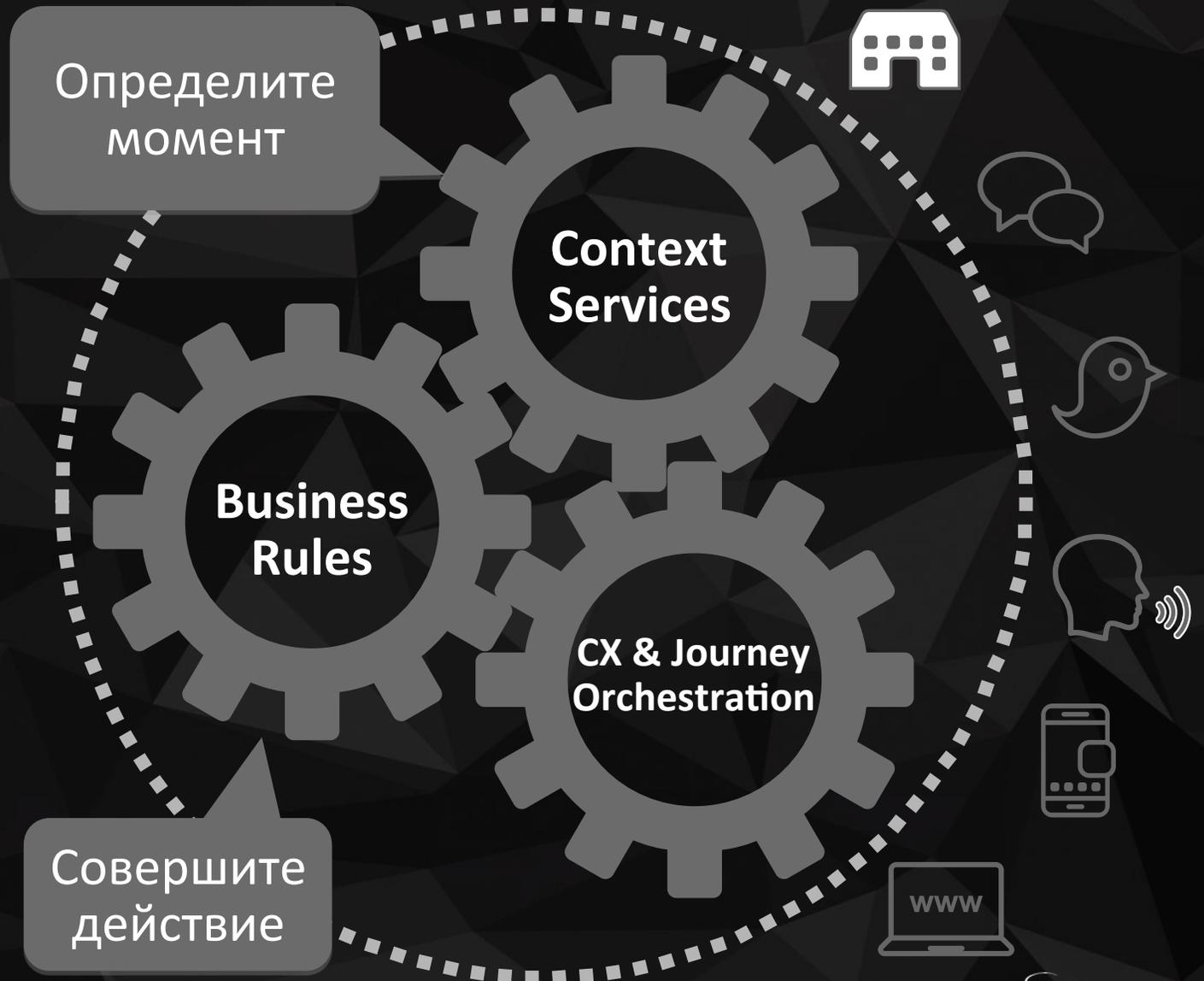
Настраивайте
бизнес-правила
омниканальной
маршрутизации

Учитывайте определенные бизнес-события

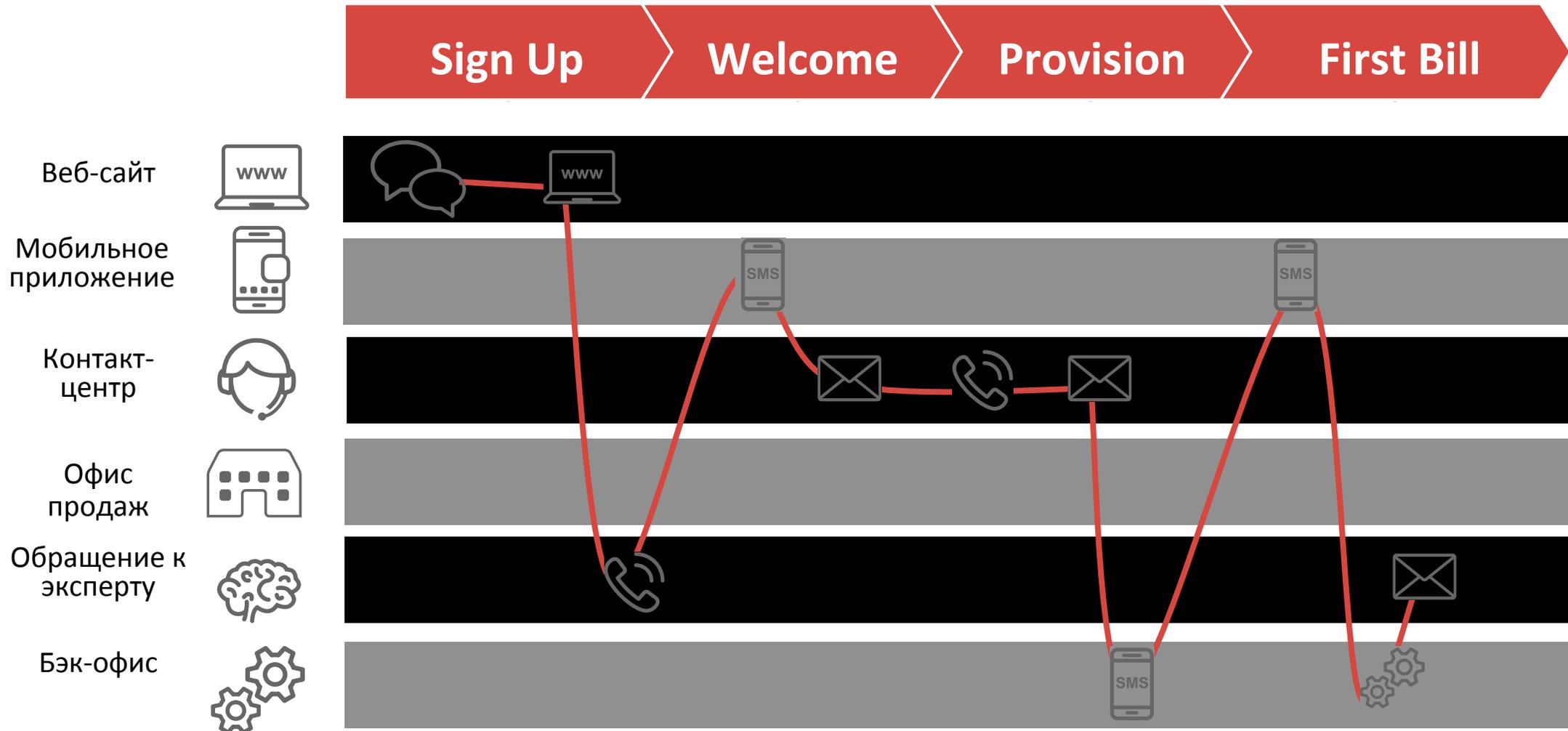


Правильное действие в нужный момент

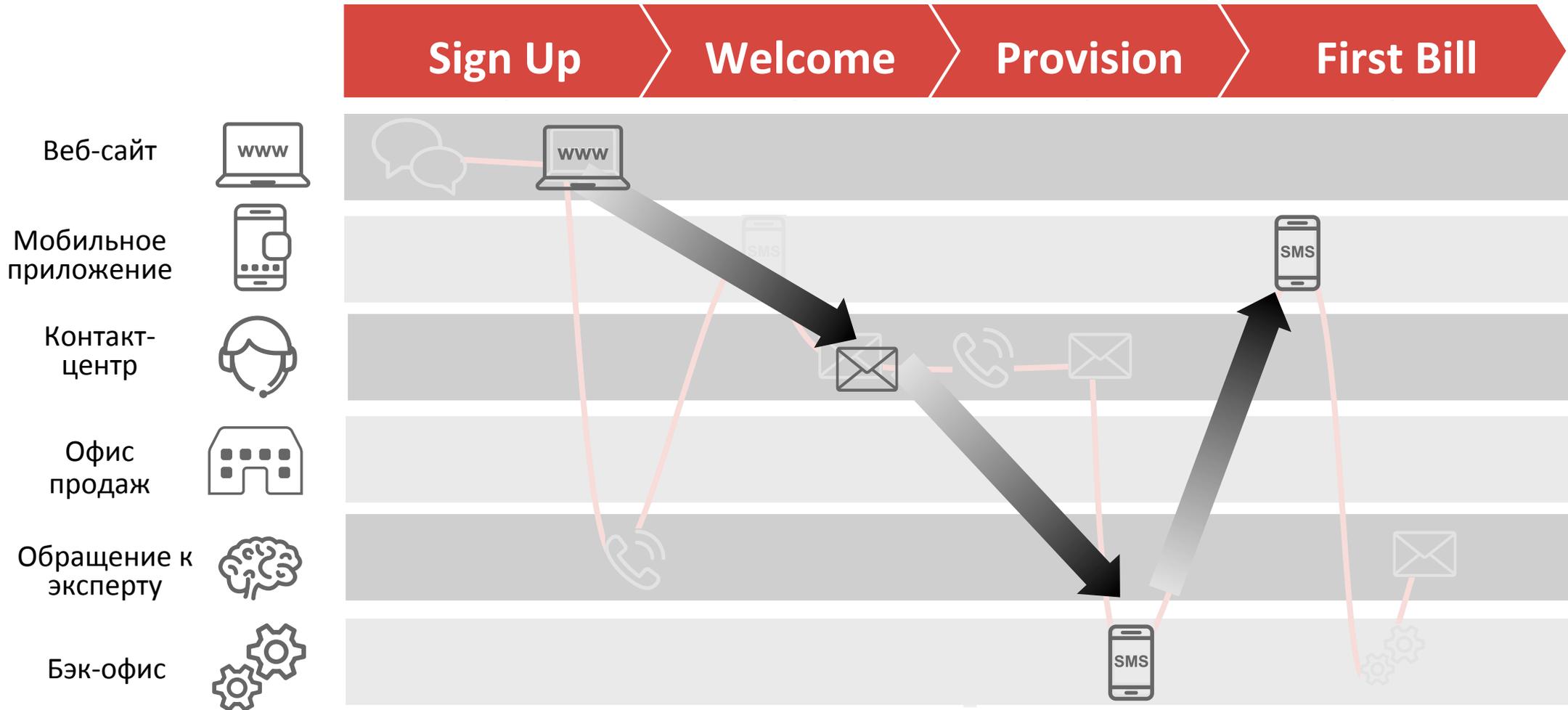
- Свяжите взаимодействия и поведение клиента воедино, вне зависимости от канала обслуживания
- Управляйте клиентским опытом для персонализации обслуживания
- Предлагайте продукты и услуги клиентам на основе контекста
- Узнайте больше о клиентах, которые ранее были анонимными



Типичный клиентский опыт



Клиентский опыт с Genesys



СХ в действии

1. Сбор информации

Определение клиентов и связывание каналов обращения



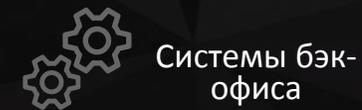
2. Вовлечение

Анализ с целью понять поведение, настроение и цели клиента



3. Оптимизация

Обеспечьте персонализированное и проактивное обслуживание. Его основа – контекст обращения клиента, бизнес-правила и прогнозирование будущих действий.



Системы бэк-офиса

Встреча клиента и оператора: контекст и проактивность

Контекст

- Оператор знает причину обращения и все детали ситуации, с которой столкнулся клиент,
- полную информацию о клиенте,
- кто, как и в каких каналах обслуживания решал эту проблему до этого.

Контекст 2.0

- Оператор не просто знает, что клиент говорил, а что он выбирал на сайте, а знает:
- сколько времени провел в Корзине,
- на странице товара
- в поисках ближайшего магазина / точки продаж,
- и так далее.

Проактивность

- Оператор УЖЕ знает это и готов ответить еще ДО того, как клиент начал объяснять.

Итак: управлять маршрутами = управлять CX

Оптимизируйте хаотичные маршруты



Упростите типовые и часто повторяющиеся маршруты



Управляйте качеством обслуживания на каждой ступени маршрута



Управляйте впечатлениями клиентов (CX)

Изюминка: «человечный» сервис + CJ & omnichannel

Работа операторов «вне скрипта» по 1-3 каналам (приложение + voice + мессенджеры) стала модным трендом. Ее противопоставляют «механистичному» сервису корпораций, а корпорации теперь хотят «Как у startup name!»

Но просто «человечный» сервис работает плохо и стоит дорого, если у компании 100.000-100.000.000 клиентов. Хорошо обученному оператору приходится тратить время на поиск информации и контекста.

Правильная стратегия – совместить «человечный» сервис и омниканальную платформу для контакт-центра.

Vodafone: омниканальность «на марше»

Vodafone — один из крупнейших сервис-провайдеров в Германии.

Что было сделано?

- создан единый виртуальный контакт-центр;
- настроено бесшовное обслуживание, омниканальный рабочий стол обеспечивает операторов полной информацией о клиенте;
- переработана система IVR.

Результаты:

- 18 миллионов омниканальных взаимодействий в месяц;
- 86% клиентов соединяются с операторами (по голосовым или цифровым каналам) в течение нескольких секунд;
- NPS увеличился с -50 пунктов до +10.

Что делать дальше?

Посмотрите демо 😊

Заходите на наш стенд в демо-зоне. Там мы показываем true omnichannel!

Свяжитесь с нами!

Стало интересно или хотите сохранить контакты на будущее?

Genesys Россия и СНГ

+7 (499) 918-65-67 | cis@genesys.com

Хотите узнать больше про клиентский опыт (CX)?

Что?

Конференция

«Контакт-центры:
опыт клиентов —
ваше конкурентное
преимущество»

Когда?

16 мая 2017

Где?

Москва,
ДЦ Newsroom

Что обсуждаем?

Секреты
взаимодействия с
клиентами, облака,
интеграцию и
трансформацию КЦ.

Как попасть?

2498@croc.ru

+7 974 22 74, ext

2498

контактное лицо —
Мария