# ЛЮДЯНИЙ СЕРВІС

ТРЕНДИ 2025

Практична конференція
КОНТАКТ-ЦЕНТРИ
кращі практики
SALES&SERVICE

ВАЛЕНТИНА ЯРОШ, GET-WORKER

# Сервіс
## Це надання допомоги

**Чат-боти, які не сплять**
AI-асистенти миттєво відповідають на питання клієнтів, допомагають відновити доступ, знайти потрібну інформацію або оформити замовлення – у будь-який час доби.

**AI у банківських застосунках**
Віртуальні помічники допомагають клієнтам перевірити баланс, здійснити переказ, активувати картку або заблокувати її в разі втрати – без участі оператора.

# Сервіс

## Виконання роботи замість клієнта

**Tickadoo** (AI-платформа для купівлі квитків): користувач вказує, на який захід хоче піти, а AI підбирає квитки, обробляє оплату та надсилає електронний квиток.

**OpenAI Operator:** інтегрується з реальними сервісами та діє як віртуальний помічник, який може здійснювати замовлення, надсилати повідомлення, бронювати послуги .

# Сервіс

## Підтримка, захист, створення настрою

**Аналіз емоцій клієнта в реальному часі**
Так, він не плаче разом із вами, але точно зрозуміє, що ви засмучені. І відповість так, ніби його створював психолог – м’яко, уважно й без зайвих смайлів.

**AI у соціальних сервісах**
У застосунках підтримки ментального здоров’я AI пропонує вправи на дихання, відстежує емоційний стан і навіть каже: «Гей, сьогодні ти зробив(ла) достатньо. Можна трохи полежати».

**У 2025 році компанія Gartner оприлюднила ключові прогнози щодо розвитку клієнтського сервісу, підкреслюючи вплив розмовного AI та Generative AI на майбутні взаємодії з клієнтами.**

## Голосові помічники стають стандартом

До 2028 року **70% звернень** до служби підтримки клієнтів починатимуться та вирішуватимуться за допомогою розмовних сторонніх помічників, вбудованих у мобільні пристрої клієнтів.

## AI трансформує взаємодію з клієнтами

**85% лідерів** клієнтського сервісу планують досліджувати або впроваджувати розмовні рішення на базі Generative AI у 2025 році.

# Ключові стратегічні напрями в інтеграції GenAI

# Ключові пріоритети в клієнтському сервісі

Практична конференція
КОНТАКТ-ЦЕНТРИ
кращі практики
SALES&SERVICE

### Орієнтація на послуги, а не продажі

Навчіть агентів завойовувати довіру клієнтів. Тоді вони можуть вирішити, чи буде додатковий продукт або послуга відповідати інтересам клієнта.

### Метрики, що підтримують очікувані результати

Розробіть систему мотивації, яка стимулює не лише продажі, але й забезпечує високу якість обслуговування. Пріоритет – це клієнтський досвід.

### Технології на підтримку агентів

Використовуйте аналіз настроїв і розмовну аналітику, щоб зрозуміти контекст клієнтів і визначити оптимальні моменти для для крос- і допродажів.

- Розвиток бізнесу через крос-продажі та додаткові продажі
  - Коефіцієнт конверсії
  - Дохід від крос-/допродажів
- Розвиток бізнесу шляхом підвищення лояльності клієнтів
  - Індекс зростання цінності для клієнта
- Зменшення витрат
  - Вартість обробки кейсу
  - Витрати на підтримку як % від доходу

# Стратегії для виняткового клієнтського досвіду

Практична конференція
КОНТАКТ-ЦЕНТРИ
кращі практики
SALES & SERVICE

CCW CUSTOMER CONTACT WEEK

## Оптимізація **шляху клієнта**

Картографуйте шлях клієнта для створення персоналізованого досвіду. Використовуйте аналітику та зворотний зв’язок для вдосконалення взаємодій.

## Розширення **можливостей агентів**

Надайте працівникам інструменти та свободу діяти, щоб впливати на якість обслуговування та будувати довіру.

## Цифровізація **з людським обличчям**

Поєднуйте автоматизацію з емпатією для створення ефективного й теплого клієнтського досвіду.

# Інновації в еру GenAI

## Баланс людини та AI

Поєднуйте силу штучного інтелекту з людською емпатією. Впроваджуйте AI там, де він підсилює взаємодію, а не замінює її.

## Озбройте команди для ефективності

Використовуйте GenAI для прискорення рутинних процесів і зменшення витрат, зберігаючи контроль якості та персоналізацію.

## Підтримка ролі агентів

AI трансформує контакт-центри: автоматизує завдання, підвищує продуктивність і дозволяє агентам зосередитися на ціннісній взаємодії з клієнтами.

## Розумне самообслуговування

Розвивайте цифрові канали, щоб зменшити навантаження на агентів і покращити сервіс. Аналізуйте цифрову поведінку для оптимізації як сервісу, так і командної підтримки.

# AI та людяний сервіс



## Автоматизація та аналітика

- Покращення сервісу через автоматизацію
- Інтелектуальна маршрутизація запитів
- Застосування прогнозної аналітики для запобігання ризикам шахрайства

## Людяність у технологіях

- Людяні продажі (збільшення конверсії та середнього чеку)
- Вчитися та навчати, навчання агентів і розвиток команд

***Використовуйте AI для оптимізації операцій, підвищення точності рішень і запобігання ризикам у реальному часі.***

***Поєднуйте емпатію з цифровими інструментами, розвиваючи як технології, так і людей, що стоять за ними.***

# Стан клієнтського досвіду

опитування 5232 споживачів і 1181 осіб, ЛПР (GENESYS)

# Показники клієнтського досвіду та їхній вплив на бізнес

| Показник | Відстежується лідерами CX | Критично важливий для бізнесу |
|---|---|---|
| Задоволеність клієнтів | 63% | 50% |
| Залучення нових клієнтів | 48% | 30% |
| Лояльність / довготривалість відносин | 43% | 28% |
| Кількість взаємодій із підтримкою | 37% | 17% |
| Поточна цінність клієнта | 37% | 20% |
| Рівень втрати клієнтів (churn rate) | 33% | 18% |
| Загальна цінність клієнта за життєвий цикл | 32% | 20% |
| Вирішення з першого звернення | 32% | 16% |
| Повторні покупки | 29% | 17% |
| Успішність чат-ботів/AI у вирішенні запитів | 27% | 15% |
| Індекс зусиль клієнта (Customer Effort Score) | 26% | 12% |
| Час до повторної покупки | 23% | 11% |
| Індекс NPS (готовність рекомендувати) | 18% | 9% |

**43%** Очікують, що бізнес краще розумітиме їхні потреби та надаватиме персоналізований сервіс.

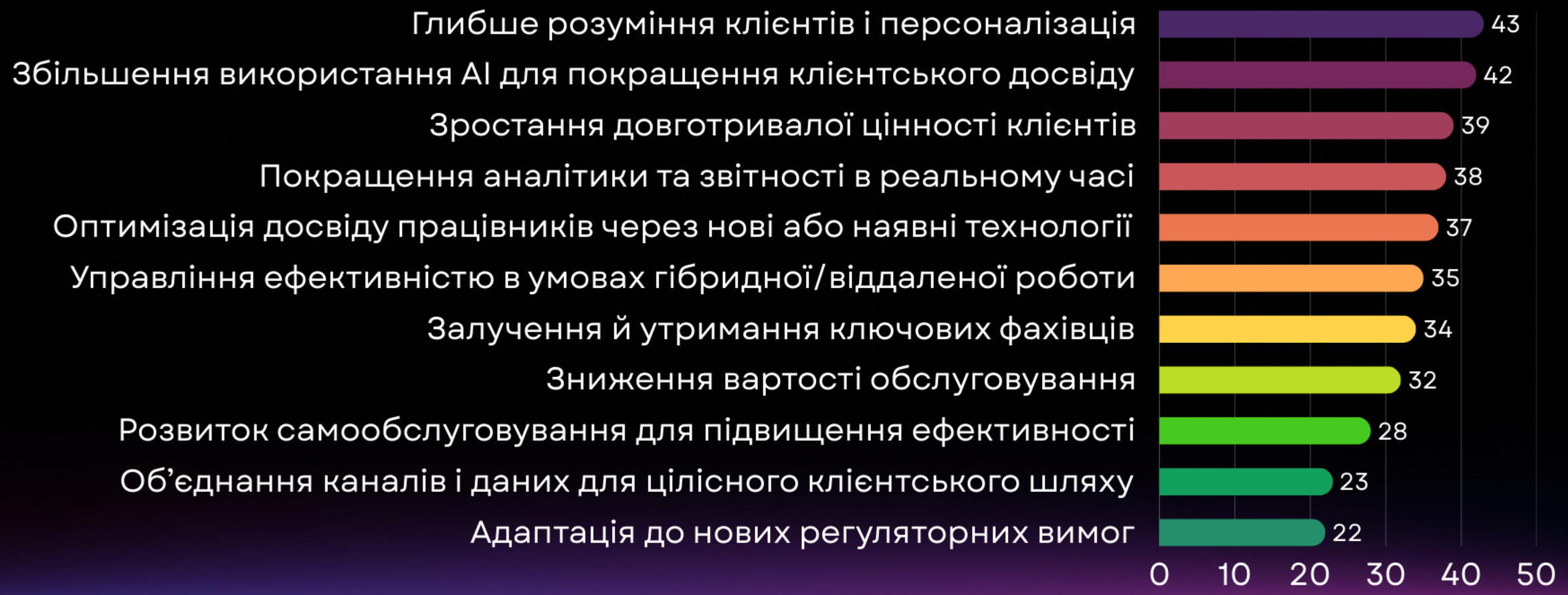
**42%** Вірять, що ширше використання штучного інтелекту покращить клієнтський досвід.

**38%** Очікують розвитку аналітики в реальному часі, з кращими інсайтами, звітністю та прогнозуванням.

**64%** Клієнтів вважають, що ШІ допоможе підвищити якість та швидкість обслуговування.

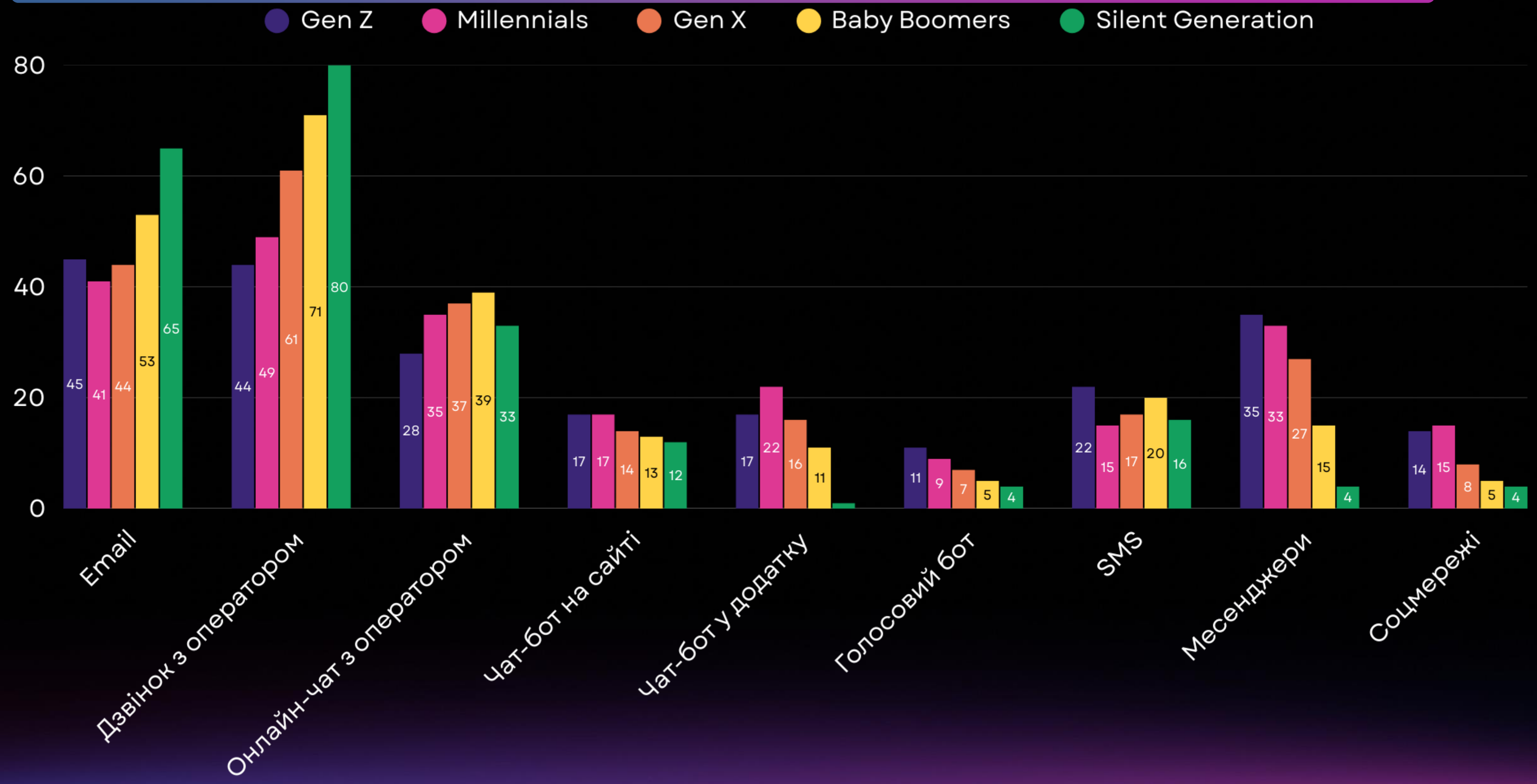
*Запитання: Які з наведених показників ви відстежуєте? Які з них – критично важливі для вашої бізнес-ефективності?*

# Стратегічні пріоритети в сфері клієнтського досвіду на наступні 12–24 місяці

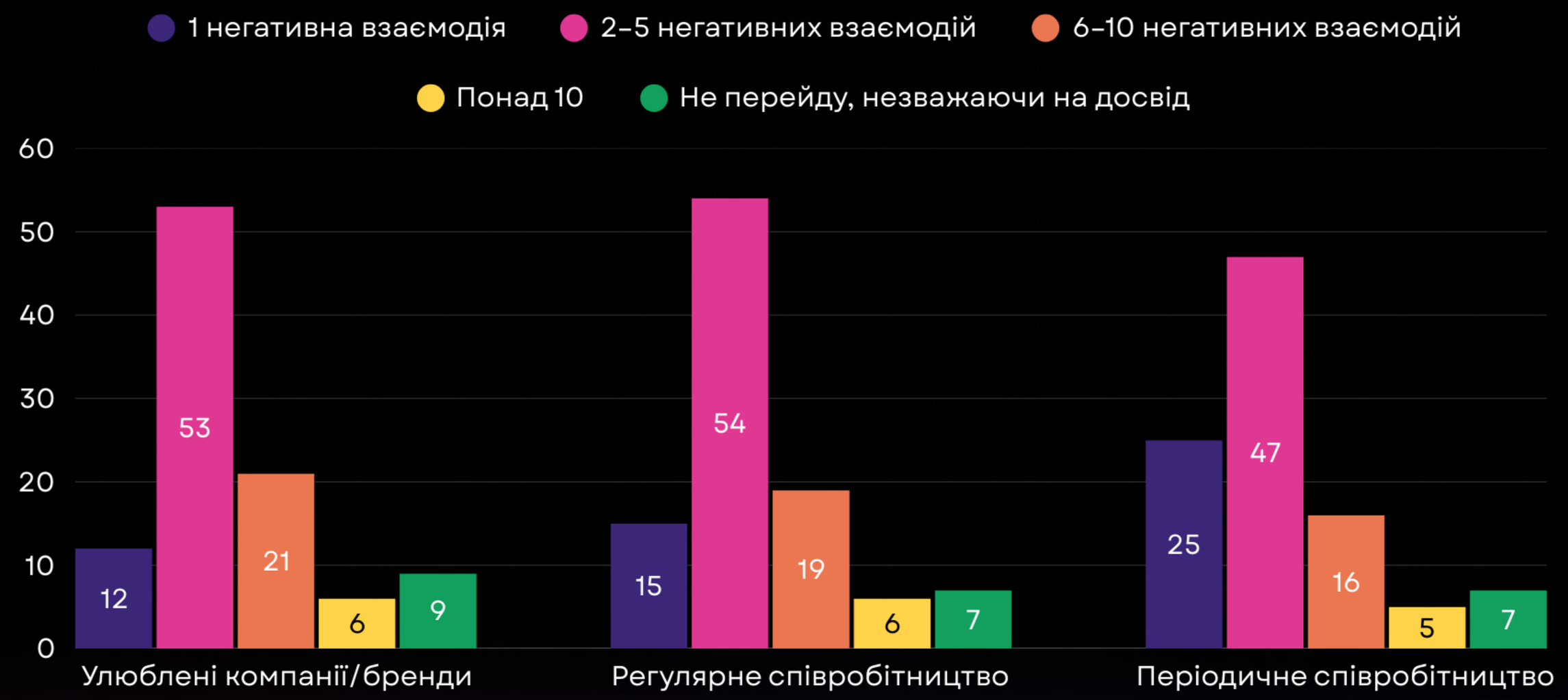


# Улюблені канали комунікації клієнтів

# Вподобання каналів комунікації за поколіннями



# Реакція споживачів на негативний досвід




*Скільки негативних або незадовільних взаємодій зі службою підтримки вам потрібно, перш ніж ви вирішите перейти до іншої компанії або бренду?*

Практична конференція
КОНТАКТ-ЦЕНТРИ
кращі практики
SALES&SERVICE

# ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

ВАЛЕНТИНА ЯРОШ, Get-Worker