

Od zákaznického servisu až po vynikající zákaznickou zkušenost

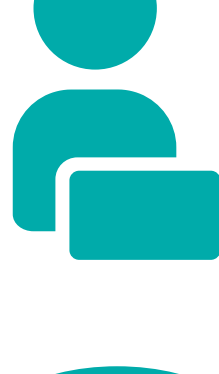
Rychlost světa založeného na digitální komunikaci motivuje organizace (soukromé i veřejné) k přehodnocení strategií v oblasti zkušeností zákazníků na základě nových komunikačních návyků a také digitálních médií a sociálních sítí.

Tato nová éra digitální komunikace od organizací vyžaduje, aby optimalizovaly zdroje a rozpočty, upřednostnily rychlou reakci a řešení při prvním volání a také aby zahrnuly veškeré zaměstnance do strategie zákaznických služeb, aby mohly zákazníkům poskytovat vynikající zkušenosti.

Optimalizace zdrojů a rozpočtu pro poskytování špičkových zákaznických služeb

67 %

zákazníků dává přednost samoobsluze, než aby mluvil se zástupcem společnosti.¹



54 %

organizací podle společnosti Gartner používá nějakou formu chatovacího robota, VCA nebo jiné konverzační platformy AI pro aplikace orientované na zákazníky.²



89 %

Přibližně **89 %** zákazníků tvrdí, že při řešení každodenních problémů očekávají přístup k samoobslužnému portálu.³



Obchodní výsledky

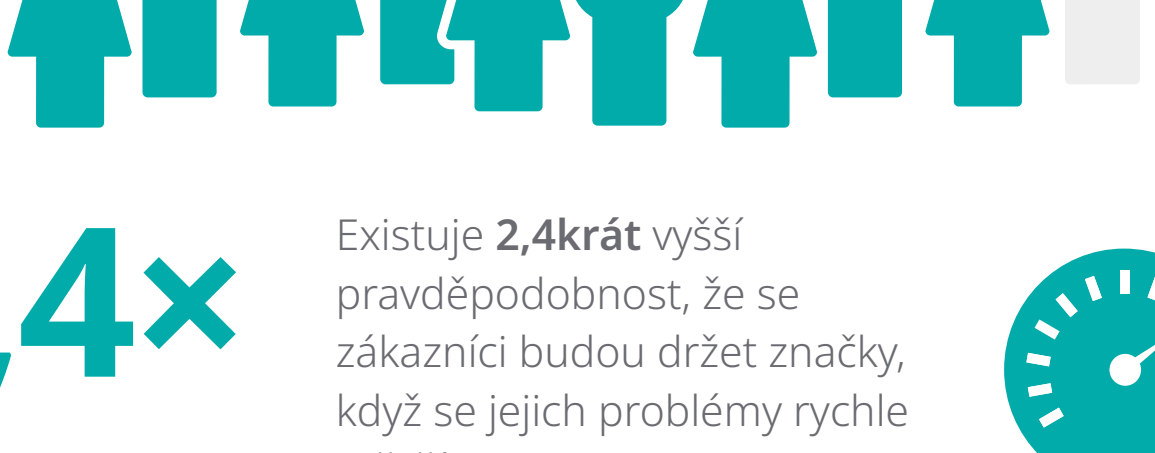
Chatovací roboti a hlasoví roboti umožňují, aby samoobsluha byla k dispozici mimo otevírací dobu. Dnešní funkce rozpoznávání hlasu polidšťují interakce, aniž by nahrazovaly dialog. A pro zákazníky, kteří vyžadují lidskou interakci, inteligentní směřování a umělá inteligence poskytují prvotřídní služby.

Další informace najdete v naší elektronické knize: „Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace“.

Rychlá reakce a vyřešení při prvním hovoru jako priorita

90 %

zákazníků tvrdí, že „okamžitá“ odpověď je důležitá nebo velmi důležitá, pokud mají otázku týkající se služeb.⁴



2,4x

Existuje **2,4krát** vyšší pravděpodobnost, že se zákazníci budou držet značky, když se jejich problémy rychle vyřeší.⁵



Obchodní výsledky

Odpověď nezbytná k zodpovězení dotazů zákazníků je hlavním kritériem, které zákazníci používají k porovnávání podniků. Rychlá a přesná reakce je důležitou prioritou každé organizace, pokud si chce udržet zákazníky a přilákat nové, odlišit se od konkurence, zvyšovat příležitosti a zajistit kontinuitu podnikání.

Další informace o řešení při prvním volání najdete v naší elektronické knize: „Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace“.

Aktivace celé pracovní síly pomocí globální strategie zákaznických služeb

60 %

Do roku 2026 využije **60 %** velkých podniků celkové zkušenosti k transformaci svých obchodních modelů, aby dosáhly světové úrovně podpory zákazníků a zaměstnanců.⁶



85 %

zákazníků očekává konzistentní interakce v různých odděleních.⁷



71 %

zákazníků tvrdí, že zaměstnanci společnosti mají významný dopad na jejich zkušenosti.⁸



Obchodní výsledky

Chcete-li v podnikání zvládnout špičky, je důležité zapojit všechny zaměstnance, aby bylo možné vždy dosáhnout maximální spokojenosti zákazníků. Firemní lídři musí klást důraz na to, aby byla strategie spokojenosti zákazníků sdílena, pochopena a přijímána všemi zaměstnanci.

Další informace najdete v naší elektronické knize: „Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace“.

Správa preferencí při zapojení více generací

95 %

dospělých ve věku 18—34 let pravděpodobně sleduje značku prostřednictvím kanálů na sociálních sítích.⁹



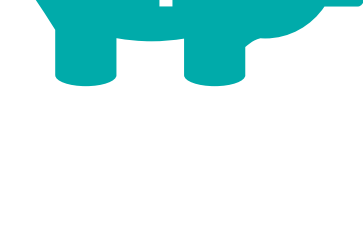
97 %

spotřebitelů generace Z tvrdí, že nyní používají sociální sítě jako svůj hlavní zdroj inspirace k nakupování.¹⁰



\$1 298
miliard

Podle organizace Statista dosáhnou globální tržby v rámci aplikací na sociálních sítích do konce roku 2023 hodnoty 1 298 miliard dolarů.¹¹



Obchodní výsledky

Řízení vztahů s koncovými zákazníky vyžaduje vícekanálovou strategii, aby bylo možné udržet si stávající zákazníky a přilákat nové, jako jsou mileniálové, kteří pravidelně používají digitální kanály.

Další informace o vícekanálových strategiích najdete v naší elektronické knize: „Zlepšení zákaznické zkušenosti v éře digitální komunikace“.

Shrnutí

Zrychlení digitální transformace a inovativní technologie vdechují do oblasti zákaznické zkušenosti nový život.

Organizace, které se rozhodnou pro transformaci, budou mít dobrou pozici a příležitost přeměnit centra zákaznických služeb v centra spokojenosti zákazníků.

[Navštivte naši webovou stránku](#) a zjistíte, jak řešení zákaznických služeb společnosti Alcatel-Lucent pomáhají organizacím nabízet zákazníkům lepší zážitky.

Zdroje
1 Hledání samoobsluhy. Zendesk, květen 2023.
2 Společnost Gartner předpovídá, že chatovací roboti se do pěti let stanou primárním kanálem pro zákaznické služby. Gartner, červenec 2022.
3 Statista. 2023.
4 Živý chat odhaluje fatální chybu ve vašem vybraném trhu. Hubspot, leden 2021.
5 Jaká je návratnost investic do transformace CX? Forrester, leden 2021.
6 Nejlepší strategické technologické trendy pro rok 2022. Total Experience. Gartner, říjen 2021.
7 Status propojeného zákazníka. Salesforce.
8 Na zážitcích záleží. Nabídněte ty správné. PWC.
9 Proč zákazníci sledují značky. Marketingsherpa, listopad 2015.
10 Generace Z a vzestup obchodu na sociálních sítích. Forbes, květen 2021.
11 Tržby z obchodu na sociálních sítích po celém světě. Statista, 2023.