



мнение аналитиков: взаимодействия с клиентами в цифровом формате

Тема цифровой трансформации бизнеса и использования цифровых технологий при взаимодействии с клиентами сохраняет свою актуальность среди аналитиков. Давайте познакомимся с результатами трех исследований, посвященных этой теме.

1. Forrester: будущее бизнеса – в цифровом пространстве

По данным Forrester, ведущие компании быстро осознают важность цифровых технологий для бизнеса. Это связано с переходом клиентов, продуктов, операционной деятельности и конкурентов в цифровое пространство. По словам 74% руководителей, в их компании имеется стратегия использования ИТ, однако лишь 16% из них уверены, что обладают достаточными навыками и возможностями для ее реализации.

Компании цифрового сегмента четко понимают: чтобы получить преимущество в «эпоху клиента», важно сформировать положительный потребительский опыт. Компании не должны относиться к цифровому пространству как к еще одному каналу коммуникации, нужно сконцентрировать усилия на предоставлении электронных услуг, приносящих дополнительные преимущества потребителям. Специалисты Forrester предлагают три способа улучшения взаимодействия к клиентам в цифровом формате:

- **используйте цифровые технологии на всех этапах обслуживания клиентов:** определите все точки взаимодействия с клиентами, найдите способы сделать так, чтобы они получали удовольствие и пользу от общения с вами, по возможности используйте цифровые инструменты для повышения качества услуг;
- **поместите продукты и услуги в цифровую среду как часть экосистемы создания ценности:** действуйте подобно компаниям-разработчикам ПО, рассматривая продукты и услуги прежде всего через призму цифрового пространства, дополненного реальным миром;
- **создавайте надежные системы:** позвольте алгоритмам принимать решения, влияющие на потребительский опыт, используйте вмешательство человека в исключительных случаях.

Более подробную информацию см. на странице: <http://solutions.forrester.com/disruption-sl/landing-253XH-3118SX.html>



2. Прогноз Gartner: поддержка и привлечение клиентов

Качество обслуживания клиентов должно быть неизменно высоким по всем каналам взаимодействия: посредством мобильных устройств, на социальных и цифровых платформах. Однако Gartner предупреждает, что многие компании недостаточно инвестировали в стратегии многоканальной поддержки клиентов и продолжают использовать точечные решения.

Специалисты службы поддержки, консультанты и корпоративный сайт, включая его мобильную версию, зачастую не выполняют поставленные перед ними задачи, поскольку не готовы взаимодействию с клиентами. Этот недостаток обычно восполняется параллельно функционирующими порталами самообслуживания и социальными порталами (например, форумами).

Компаниям следует вкладывать средства в веб-приложения самообслуживания, которые поддерживают интеграцию или уже объединены с форумами. В результате будет сформирована единая официальная и пользовательская база знаний, в которой клиенты с высокой вероятностью смогут найти ответы на свои вопросы.

Кроме того, компаниям необходима стратегия мобильной поддержки в рамках общей стратегии привлечения клиентов. Они должны иметь четкое представление о мобильных каналах и способах привлечения, поскольку многие клиенты используют только мобильные устройства.

Более подробную информацию см. на странице: <http://www.orange-business.com/en/predicts-2014-customer-support-and-the-engaged-enterprise>

3. Altimeter: цифровая трансформация бизнеса и взаимодействие с клиентами в цифровом формате

Компания Altimeter изучала опыт компаний, добившихся успеха в цифровой трансформации бизнеса, чтобы понять, как лучше подготовиться к кардинальным переменам.

По мнению специалистов Altimeter, формирование цифрового потребительского опыта следует начинать с исследований, а не с догадок. Необходимо изучать особенности поведения и ожидания клиентов на каждом этапе взаимодействия. Опираясь на эту информацию, вы сможете наметить важнейшие вехи на пути перехода к взаимодействию с клиентами в цифровом формате и соответствующим образом распределить сотрудников, процессы и технологии.

Компания Altimeter выделила пять ключевых моментов.

- **используйте комплексный подход:** не ограничивайте себя рамками действующих социальных, мобильных и прочих технологий, находите совершенно новые пути взаимодействия с клиентами в цифровом пространстве;



- **развивайте культуру инноваций:** наметив новые способы взаимодействия с клиентами, вы сможете предложить необычные инновационные продукты для удовлетворения потребительского спроса;
- **поощряйте сотрудничество внутри компании:** знание новых способов взаимодействия с клиентами поможет выявить области, где требуется совместная работа сотрудников, направленная на улучшение потребительского опыта;
- **интеграция данных:** консолидируйте данные из CRM-систем и систем маркетинга в единую информационную среду, которая объединит точки взаимодействия, ожидания клиентов и бизнес-процессы;
- **философия «цифрового приоритета»:** инициативы, ориентированные на использование мобильных технологий, эволюционировали в философию «цифрового приоритета»: вы должны учитывать влияние технологий на поведение и ожидания клиентов.

Более подробную информацию см. на странице:

<http://www.altimetergroupdigitaltransformation.com/>