



Индекс Коммуникационных технологий для бизнеса

Аналитический отчет об использовании голосовых и интеллектуальных сервисов в России

Введение

Эффективные коммуникации с клиентами и между сотрудниками — это база, без которой сложно представить развитие бизнеса.

В процессе цифровой трансформации коммуникации эволюционируют: они становятся технологичными — интеллектуальными, роботизированными, омниканальными.

Современные коммуникационные сервисы* востребованы и необходимы компаниям любого размера и любой сферы деятельности. Они решают множество бизнес-задач — улучшают клиентский сервис, повышают продажи и эффективность бизнеса, автоматизируют рутинные операции и, как следствие, обеспечивают компаниям конкурентное преимущество.

Вместе с аналитическим агентством ORO (ex-Kantar в России) мы изучили опыт 500 компаний из разных отраслей и сфер деятельности, использующих коммуникационные сервисы, в основе которых лежат современные технологии.

Предлагаем вашему вниманию результат данного исследования.

! Все выводы в отчете построены на данных компаний, которые используют коммуникационные сервисы.



Под коммуникационными сервисами мы понимаем технологичные решения, которые позволяют автоматизировать взаимодействие с клиентами и между сотрудниками. Среди них выделяем:

- базовые голосовые — виртуальные АТС (ВАТС), номера 8-800, средства видео-конференц-связи (онлайн-ВКС);
- развивающиеся интеллектуальные — голосовые роботы, инструменты омниканальных коммуникаций, чат-боты.



Основные выводы

1 Коммуникационные сервисы наиболее востребованы среди игроков крупного, а также малого и среднего бизнеса

93% считают, что чем крупнее компания, тем активнее ей необходимо использовать коммуникационные сервисы.

Они пока мало востребованы среди микробизнеса — всего 3%. Однако конкурентная ситуация, возрастающий уровень сервиса, развитие омниканальности — все это будет стимулировать малый бизнес выстраивать эффективные коммуникации в соответствии с ожиданиями клиентов.

2 Коммуникационные сервисы предоставляют компаниям широкие возможности для роста бизнеса

87% считают, что коммуникационные сервисы позволяют найти новые точки роста бизнеса.

88% говорят о том, что коммуникационные сервисы позволяют бизнесу оптимизировать расходы.

Почти половина компаний с использованием коммуникационных сервисов увеличили объемы продаж в 1,4 раза.

Благодаря коммуникационным сервисам компаниям удалось повысить качество обслуживания в 1,5 раза.

3 Коммуникационные сервисы позволяют сокращать расходы

Снижение издержек не является главной целью использования коммуникационных сервисов.

Тем не менее почти половине компаний удалось сократить организационные расходы. Каждая пятая компания снизила расходы на персонал в среднем на 35%.

Наибольший вклад в сокращение организационных расходов вносят сервисы онлайн-ВКС. Они — уже не просто возможность провести удаленную встречу, а инструмент для гибридной работы, взаимодействия распределенных команд.

Основные выводы

4 Развивающиеся сервисы быстро догоняют базовые по важности и занимают свое место в системе продаж и обслуживания клиентов

Привлечение новых клиентов при помощи интеллектуальных голосовых роботов стало одним из наиболее выгодных способов лидогенерации.

55% пользователей голосовых роботов на исходящих достигли увеличения продаж с их помощью в среднем на 34%.

В среднем на 22% увеличилось количество привлеченных клиентов после подключения голосового робота.

5 Большинство компаний еще не раскрыли весь потенциал голосовых роботов и планируют увеличивать инвестиции в это направление

Больше половины компаний используют голосовых роботов только на входящих вызовах.

Компании чаще ставят перед собой цели оптимизировать загрузку операторов/сотрудников и повысить качество обслуживания с помощью голосовых роботов и в 70% случаев успешно достигают этих целей.

Две трети компаний видят за голосовыми роботами будущее и планируют увеличить затраты на их использование в среднем на 20%.

6 Современные коммуникации становятся не только роботизированными, но и омниканальными

С ростом числа каналов коммуникаций возникает потребность в оптимизации системы, повышении ее эффективности.

Почти треть (28%) компаний уже выстроили систему взаимодействия с клиентами в едином окне с помощью платформ омниканальных коммуникаций и успешно решают свои задачи.

15% планируют внедрить их в течение года.

Основные выводы

7 Чат-боты не только автоматизируют обработку обращений, но и продают

78% компаний объединили чат-ботов и операторов в единую систему обработки обращений.

Чат-бот самостоятельно закрывает 25% обращений.

Треть компаний используют чат-ботов как дополнительный канал продаж.

8 Несмотря на стремительное развитие и внедрение новых коммуникационных сервисов, 8-800 не теряет своей актуальности

Наибольшую важность для бизнеса имеет номер 8-800. Он работает не только на восприятие и доверие бренду, но и на продажи.

Половина компаний ставят цель увеличить продажи с помощью 8-800.

4 из 5 компаний достигли этой цели при помощи 8-800.

Компаниям, использующим 8-800, удалось повысить конверсию с сайта в среднем на 27%.

9 ВАТС — основной инструмент минимизации потерь входящих

ВАТС имеет одинаковый потенциал использования среди крупных и средних компаний на уровне около 70%.

Обычно ВАТС подключают на старте бизнеса или нового направления. Вместе с ростом бизнеса наращивается функционал и расширяется интеграция с другими бизнес-системами.

Компаниям удастся снизить потери входящих в среднем на 33% с помощью ВАТС.

При этом пользователи ВАТС также считают, что такой сервис позволяет экономить на организационных затратах.

Основные выводы

10 Внедрение коммуникационных сервисов часто происходит при участии внешних партнеров

Несмотря на то, что 71% компаний имеет в штате сотрудников, ответственных за внедрение коммуникационных технологий, более половины компаний обращаются за помощью к внешним партнерам.

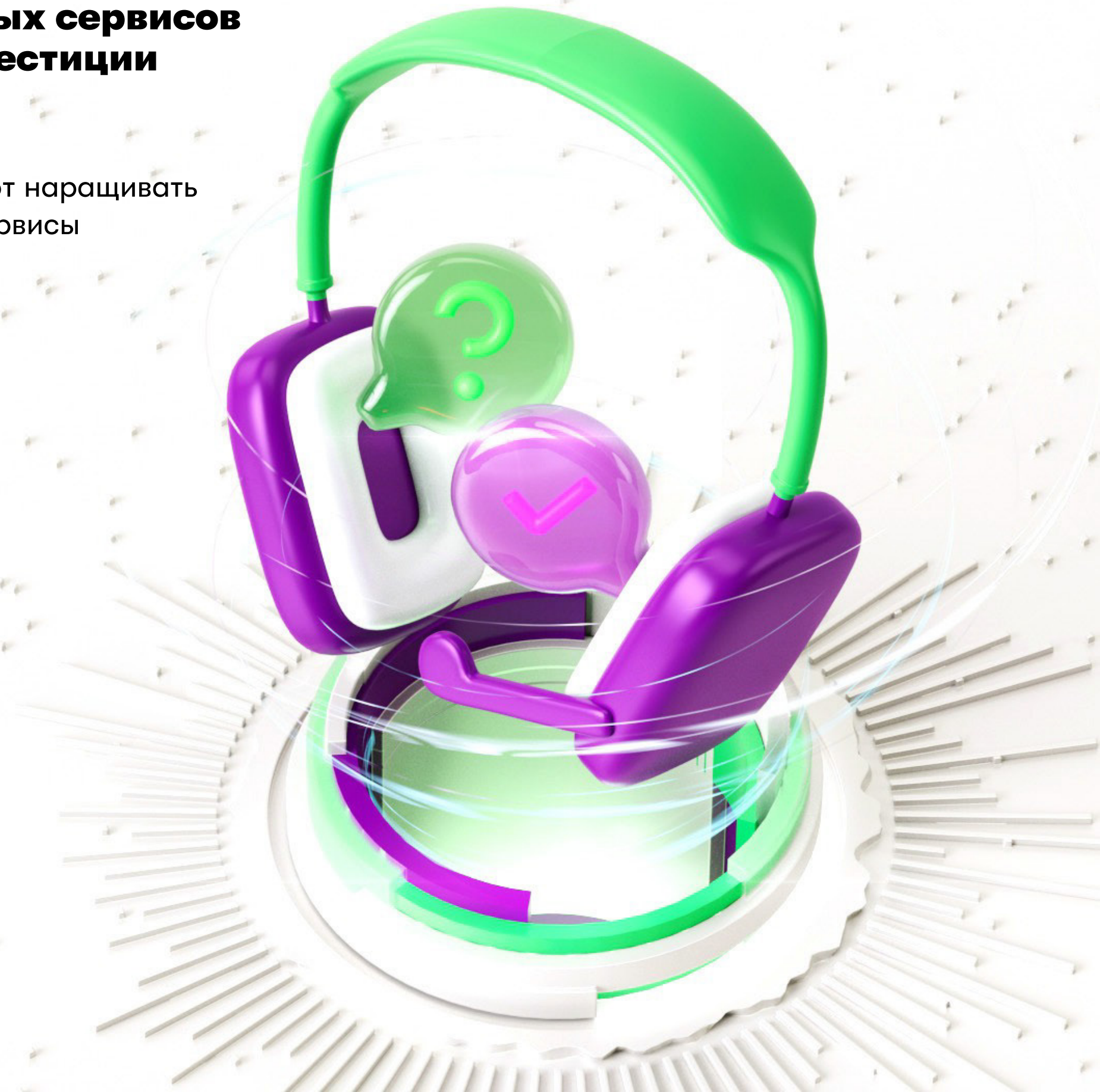
Многолетний опыт и экспертиза позволяют поставщикам сервиса проанализировать задачу со всех сторон и предложить лучшее решение.

Также среди преимуществ работы с подрядчиками компании выделяют:

- минимизацию затрат на поиск специалистов (51%);
- оперативную реакцию на внештатные ситуации (49%);
- сокращение времени на внедрение (49%).

11 Бизнес использует все преимущества коммуникационных сервисов и наращивает инвестиции

Почти две трети компаний планируют наращивать инвестиции в коммуникационные сервисы в среднем на 19%.



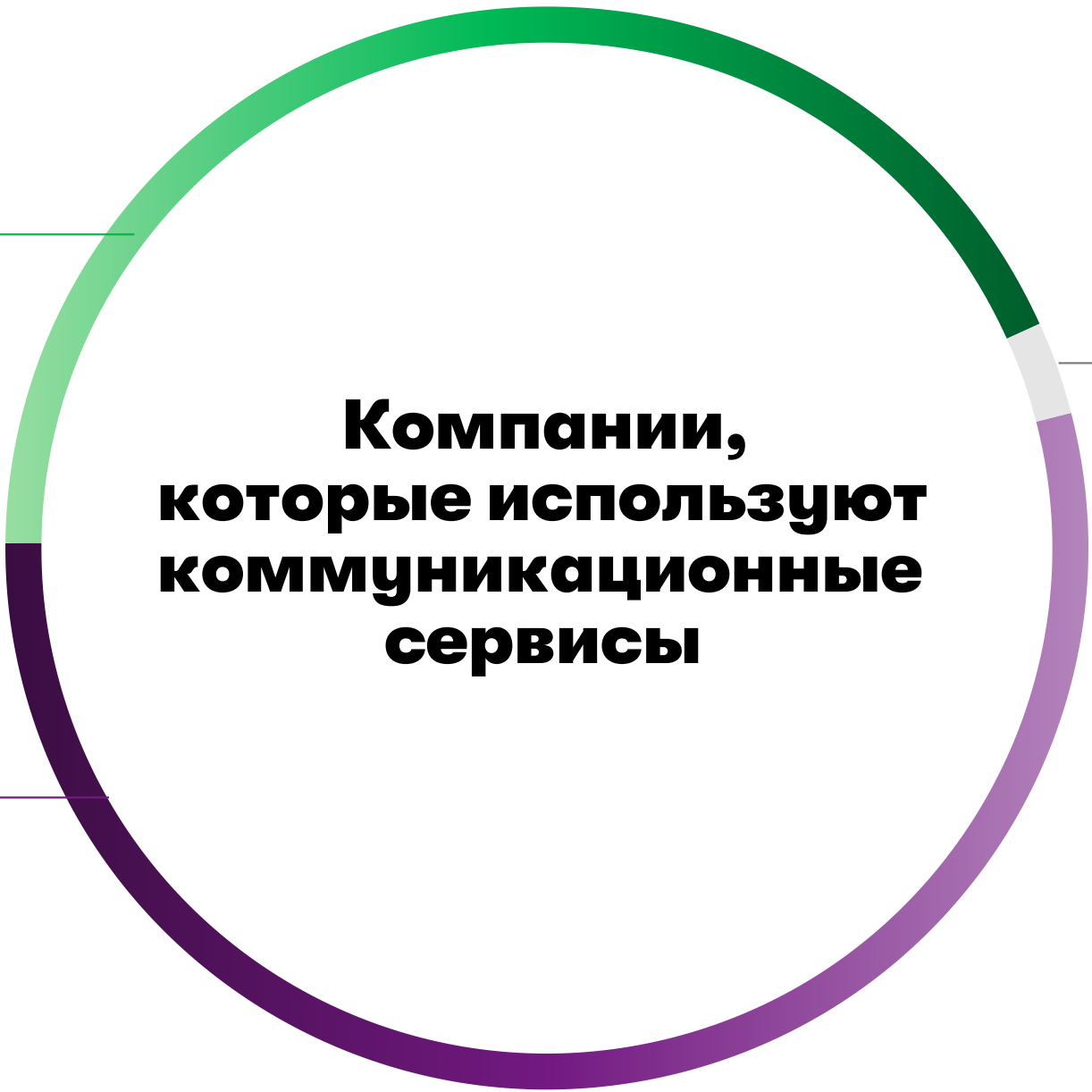
Коммуникационные сервисы наиболее востребованы среди игроков крупного, а также малого и среднего бизнеса: компании подчеркивают возрастающую необходимость использования таких сервисов при росте бизнеса

43%

Компаний
сегмента LA

54%

Компаний
сегмента SME



3%

Компаний
сегмента SoHo

93%

Считают, что чем крупнее компания, тем активнее ей необходимо использовать коммуникационные сервисы

- SoHo** Микробизнес
👤 1–15 сотрудников
- SME** Малый и средний бизнес
👤 16–250 сотрудников
- LA** Крупный бизнес
👤 250+ сотрудников

Коммуникационные сервисы пока мало востребованы среди микробизнеса

Компании часто используют сторонние (внешние) онлайн-ресурсы для продаж и продвижения — маркетплейсы, соцсети, мессенджеры. Однако конкурентная ситуация, возрастающий уровень сервиса, развитие омниканальности — все это будет стимулировать микробизнес выстраивать эффективные коммуникации с использованием технологичных решений.



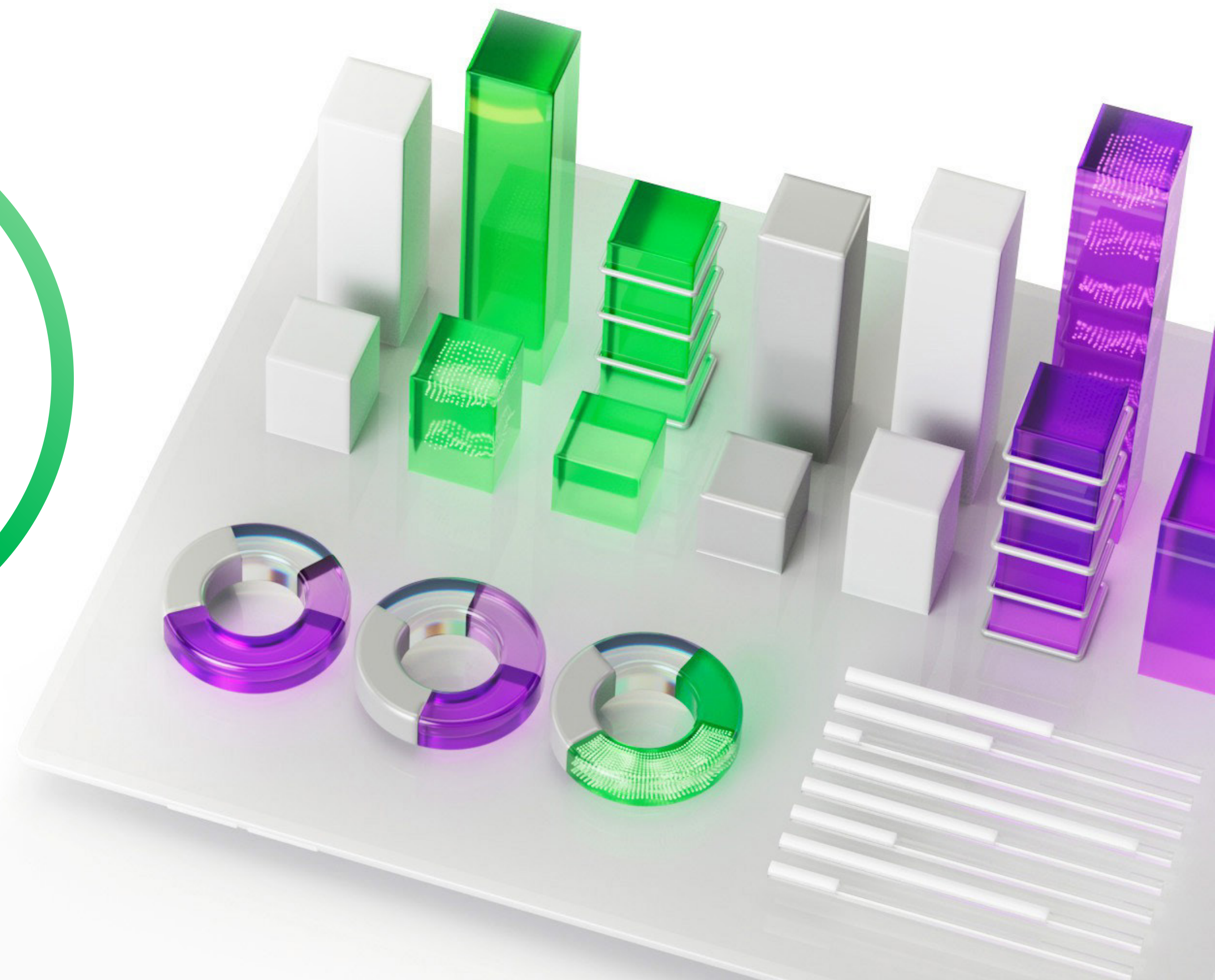
Микробизнес составляет

только 3%

пользователей
коммуникационных сервисов

71%

Считают, что малому
и среднему бизнесу
доступен по разумной
цене оптимальный набор
коммуникационных
сервисов



Популярность коммуникационных сервисов продолжает расти

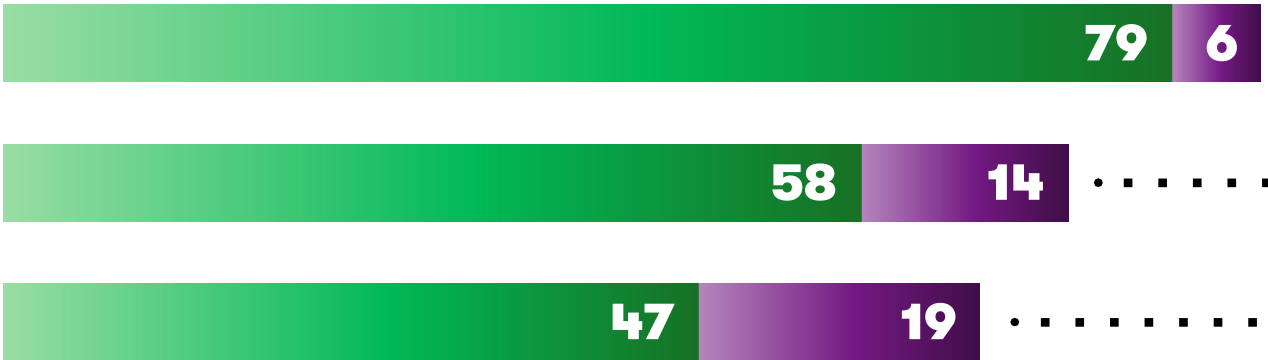
Развивающиеся сервисы динамично растут. В среднем 19% компаний планируют внедрить их в течение года, чаще это крупные компании. Сервисы ВКС — уже не просто возможность провести удаленную встречу, а инструмент для гибридной работы, взаимодействия распределенных команд. Виртуальные АТС и номера 8-800 востребованы всеми компаниями одинаково и по сути являются базовыми голосовыми сервисами для бизнеса.



Потенциал использования коммуникационных сервисов, %

Базовые сервисы

Онлайн-ВКС	85
Номер 8-800	72
Виртуальная АТС	66

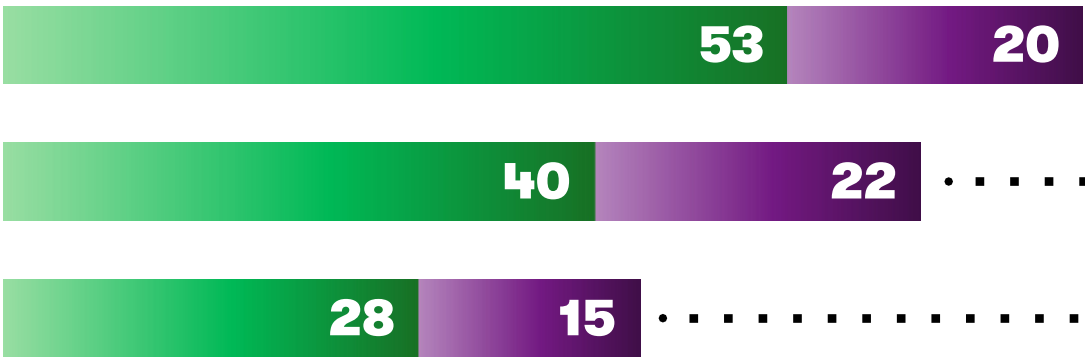


Среди компаний сегментов:

82% SME
89% LA
69% SME
75% LA
65% SME
68% LA

Развивающиеся сервисы

Чат-бот	73
Голосовой робот	62
Оmnikanальные коммуникации	43



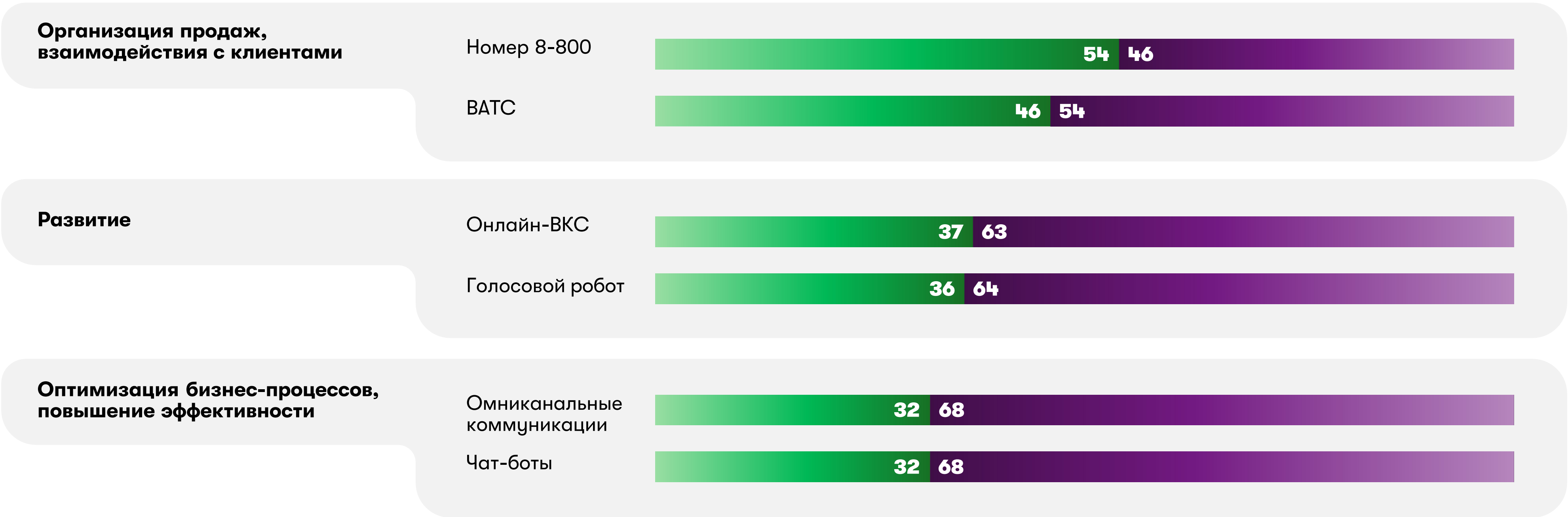
66% SME
81% LA
55% SME
70% LA
36% SME
53% LA

Система управления коммуникациями усложняется по мере роста и развития бизнеса

На старте бизнеса или нового направления виртуальная АТС и номер 8-800 обеспечивают базовую возможность коммуникации с клиентами и организации продаж. На следующих этапах подключаются сервисы, которые справляются с рутинными процессами, повышают уровень автоматизации и обслуживания клиентов.

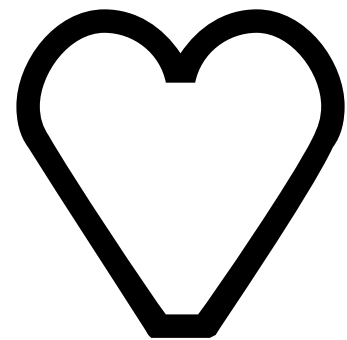
Когда подключили сервисы, %

На старте бизнеса или нового направления ◀ ▶ Позднее



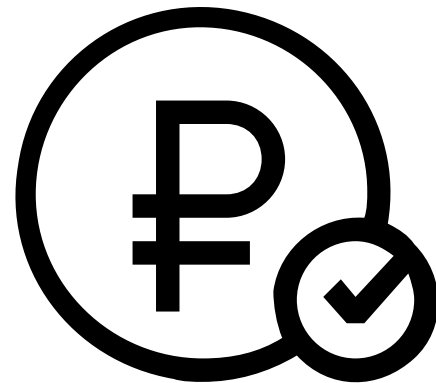
Коммуникационные сервисы решают множество бизнес-задач — улучшают клиентский сервис, повышают продажи и эффективность бизнеса, автоматизируют рутинные операции

С помощью коммуникационных сервисов компании достигли следующих результатов:



50%

Повысили качество обслуживания



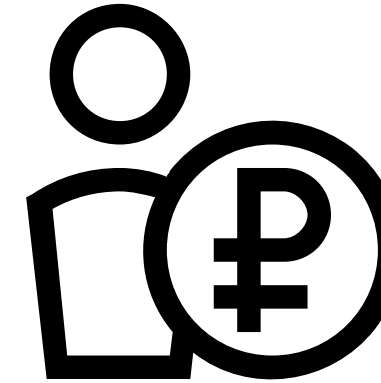
47%

Сэкономили на организационных затратах



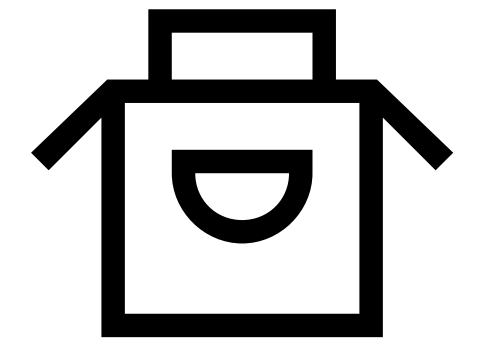
46%

Увеличили объемы продаж



22%

Снизили затраты на персонал



19%

Увеличили объем собираемых об аудитории данных

Коммуникационные сервисы могут интегрироваться друг с другом, обеспечивая синергетический эффект, или работать отдельно. Каждый имеет свое преимущество и вносит вклад в усиление системы взаимодействия с клиентом и внутри компании. Для большинства компаний ВАТС является ядром автоматизации, с которым легко интегрируются другие сервисы

Вклад сервисов в ..., %					
	Повышение качества обслуживания	Экономия на оргзатратах	Увеличение объемов продаж	Снижение затрат на персонал	Увеличение объема данных об аудитории
Голосовой робот	18	–	18	41	35
ВАТС	15	29	17	25	–
Номер 8-800	18	–	32	–	–
Онлайн-ВКС	–	54	–	–	–
Оmnikanальные коммуникации	13	–	12	–	22
Чат-боты	36	17	20	34	42

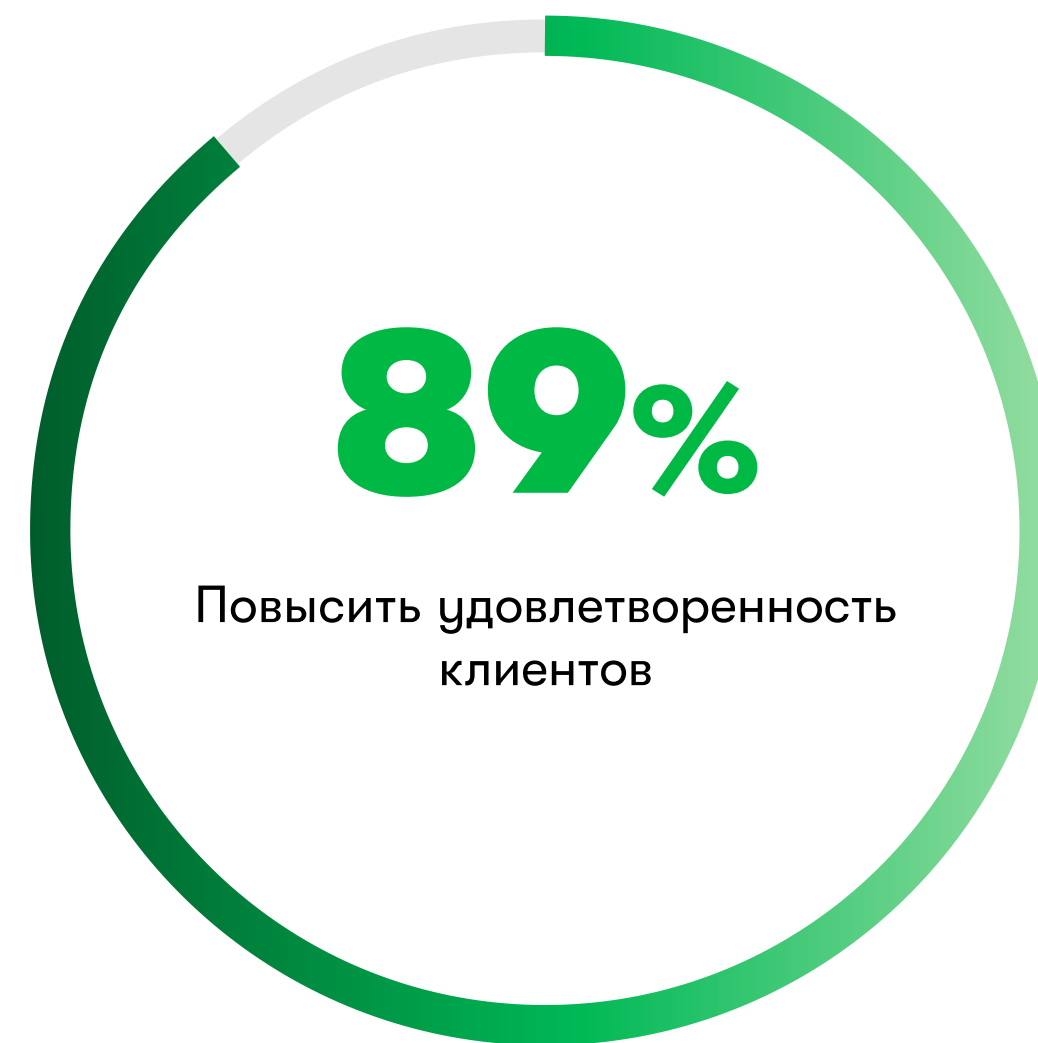
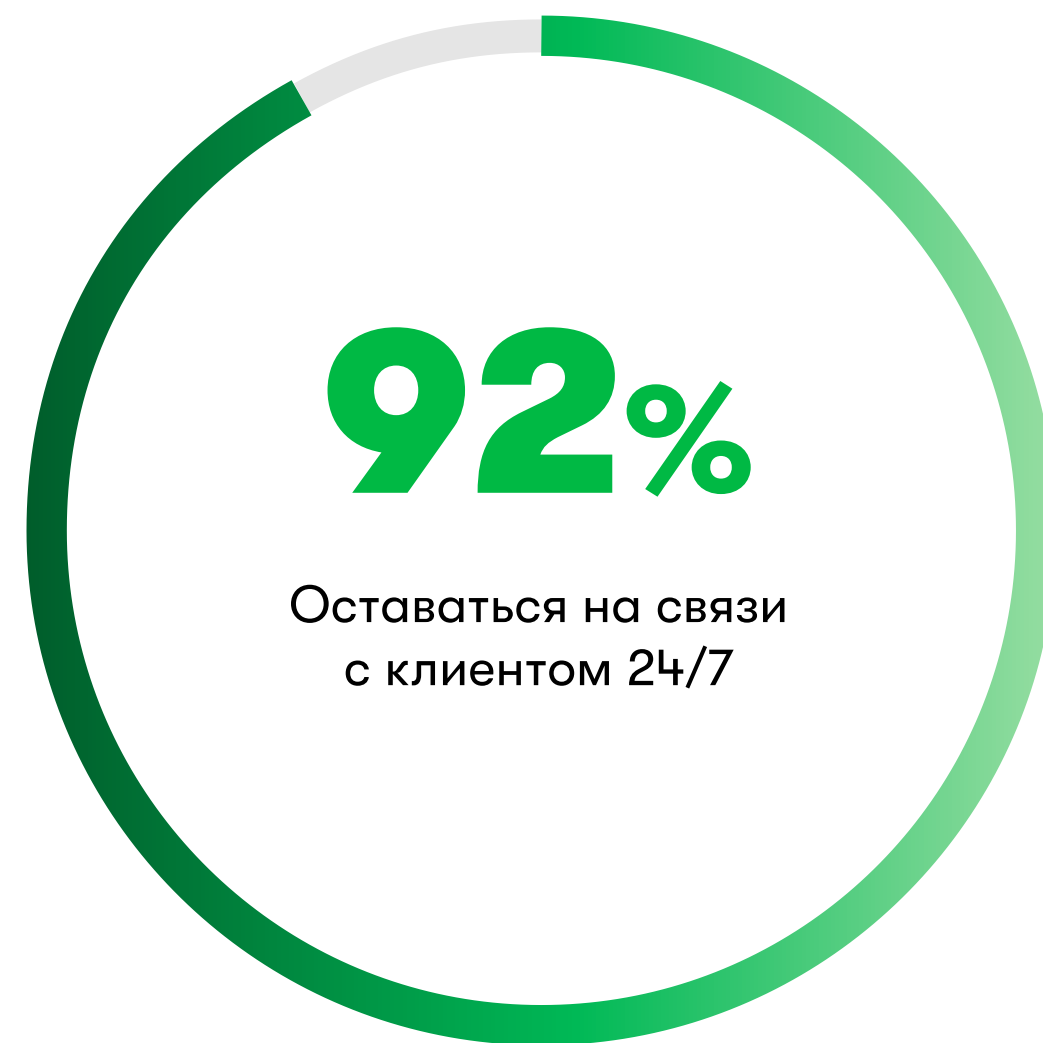
- Сервис, внесший наибольший вклад в достижение цели
- ВАТС выделен как сервис, вносящий стабильный вклад в достижение целей
- Сервис не предполагает достижение такой цели



Коммуникационные сервисы дают возможность оставаться на связи, когда это необходимо. Это основа клиентского сервиса

Большинство компаний отмечают весомый вклад в управление лояльностью и снижение оттока. Ведь привлечение новых клиентов обходится бизнесу в 5 раз дороже, чем их удержание.

Коммуникационные сервисы позволяют бизнесу:

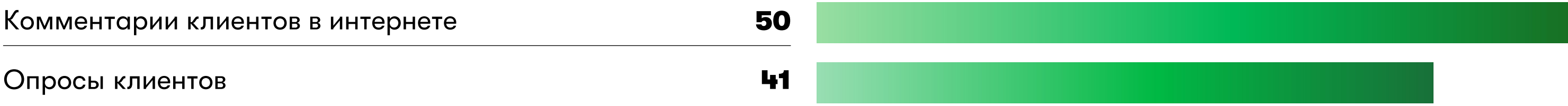


Благодаря коммуникационным сервисам компаниям удалось повысить качество обслуживания в 1,5 раза

Реагируя на меняющиеся поведение и запросы потребителей, бизнес не только сохраняет, но и существенно увеличивает лояльность своих клиентов.

Как оценивается качество обслуживания в компании, %

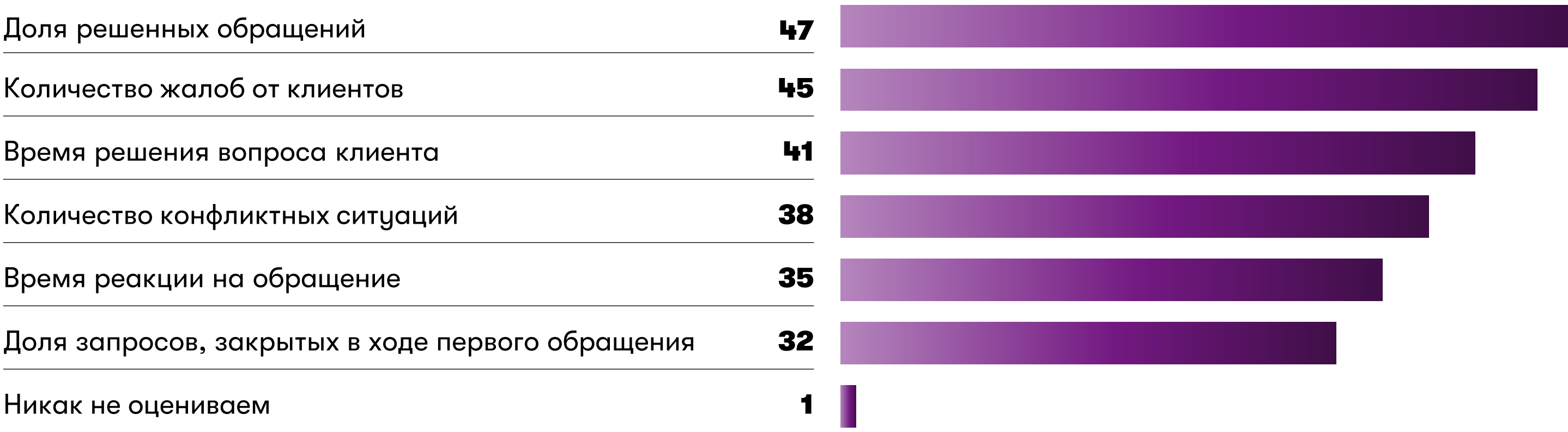
По обратной связи от клиента



Удалось
повысить качество
обслуживания
в среднем на

50%

По техническим метрикам



Наибольший вклад
в повышение качества
обслуживания вносят
чат-боты



С задачами повышения качества обслуживания и скорости обработки обращений лучше всего справляется чат-бот. Однако почти треть компаний используют чат-бот и для продаж

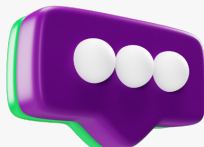


25% обращений полностью закрывает чат-бот



30% ставят цель создания базы знаний и системы онлайн-подсказок

15% достигают ее



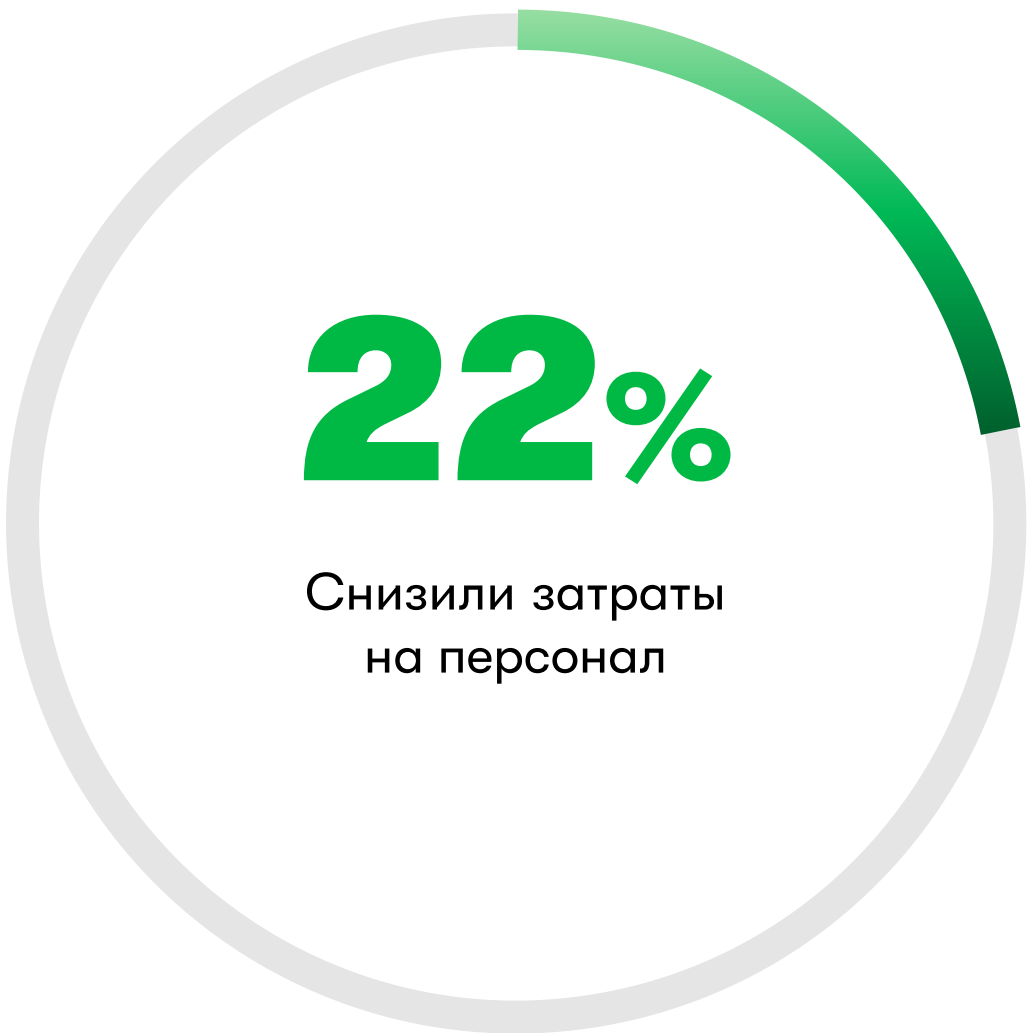
Снижение издержек не является главной целью использования коммуникационных сервисов. Тем не менее они позволяют сократить расходы в среднем на 35%



Сэкономили
на организационных
затратах

Удалось
сэкономить
на оргзатратах
в среднем на
35%

Наибольший вклад
в экономию на
оргзатратах вносят
сервисы онлайн-ВКС



Снизили затраты
на персонал

Удалось
снизить затраты
на персонал
в среднем на
37%

Наибольший вклад
в снижение затрат
на персонал вносит
голосовой робот



Главные ценности виртуальных АТС для бизнеса — упрощение внешних коммуникаций, улучшение клиентского сервиса и минимизация потерь входящих вызовов

Компании, которым удалось снизить потери входящих звонков с помощью ВАТС, отмечают критическую важность сервиса для их бизнеса.

Ключевые цели внедрения ВАТС

- 50%** Организация работы удаленных сотрудников
- 45%** Улучшение клиентского сервиса; повышение лояльности клиентов
- 43%** Минимизация потерь входящих звонков

ВАТС крайне важна, %

- 44** Среди тех, кто не смог снизить потери входящих с помощью ВАТС
- 74** Среди тех, кому удалось снизить потери входящих

Удается снизить потери входящих звонков в среднем на **33%**

Узнайте больше о возможностях виртуальной АТС для бизнеса

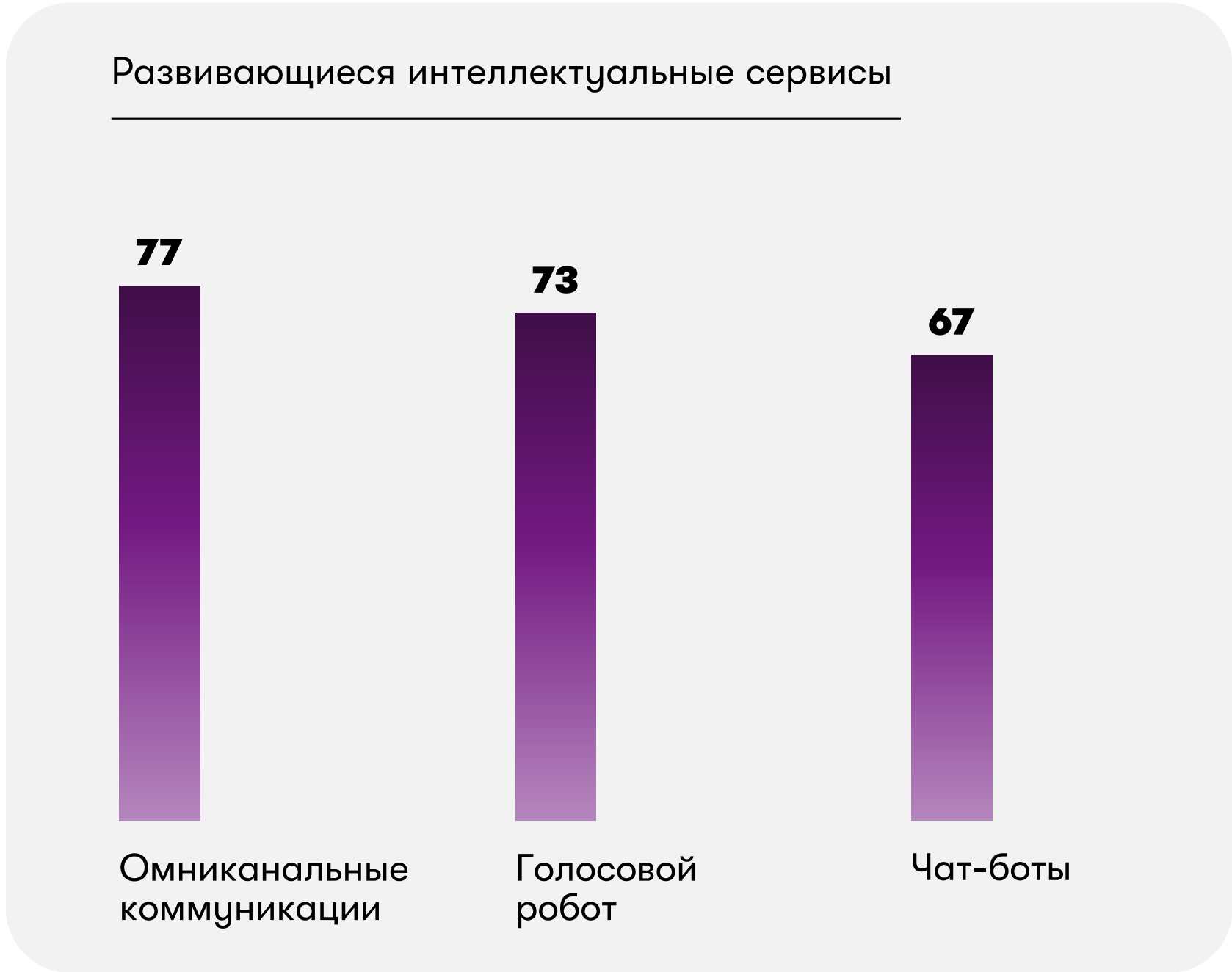
[Узнать больше](#)

Коммуникационные сервисы предоставляют компаниям широкие возможности для роста бизнеса. Почти половина компаний увеличили объемы продаж в 1,4 раза



Развивающиеся коммуникационные сервисы быстро догоняют базовые по важности для бизнеса и занимают свое место в системе продаж и обслуживания. Омниканальный подход позволяет формировать качественно новый уровень сервиса и побеждать в конкурентной борьбе за клиентов

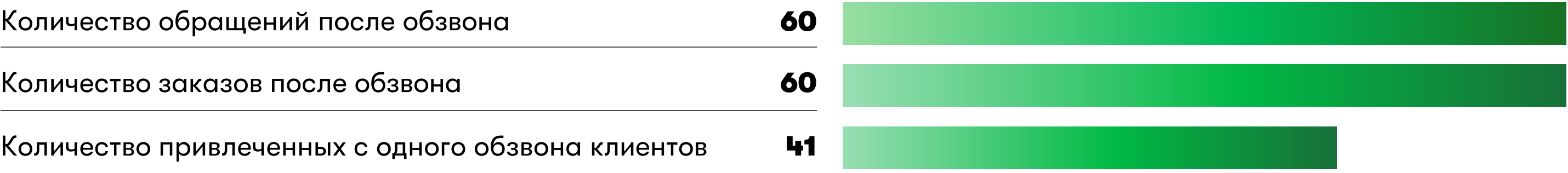
Говорят, что сервис важен для работы компании, %



Привлечение новых клиентов при помощи голосовых роботов стало одним из наиболее выгодных способов лидогенерации

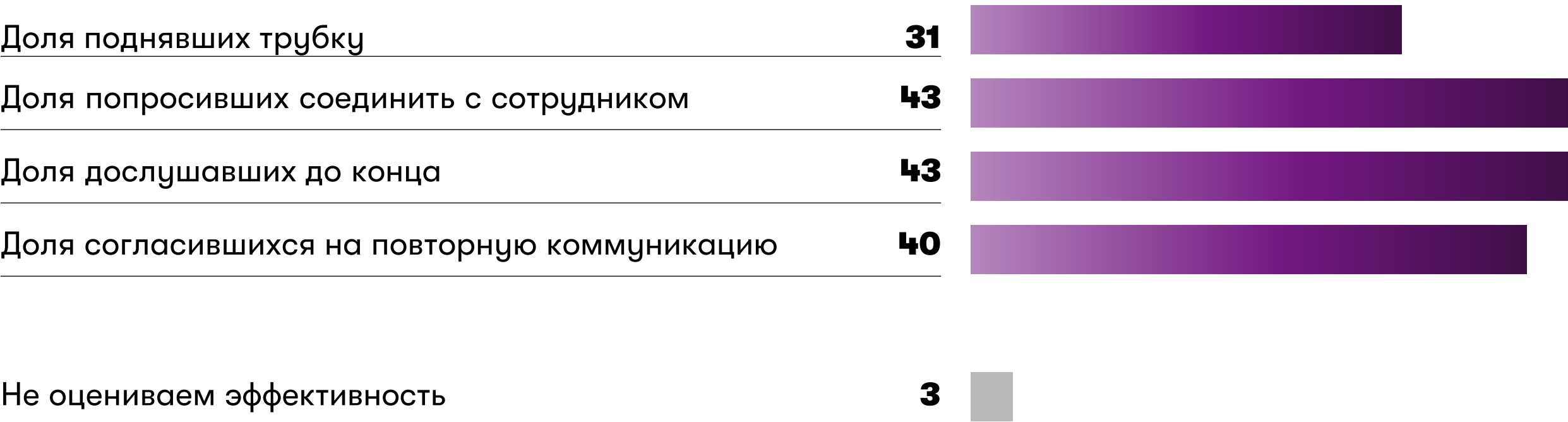
Как компании оценивают эффективность обзвонov, %

По бизнес-показателям



В среднем на 22%
увеличилось количество привлеченных клиентов после подключения голосового робота

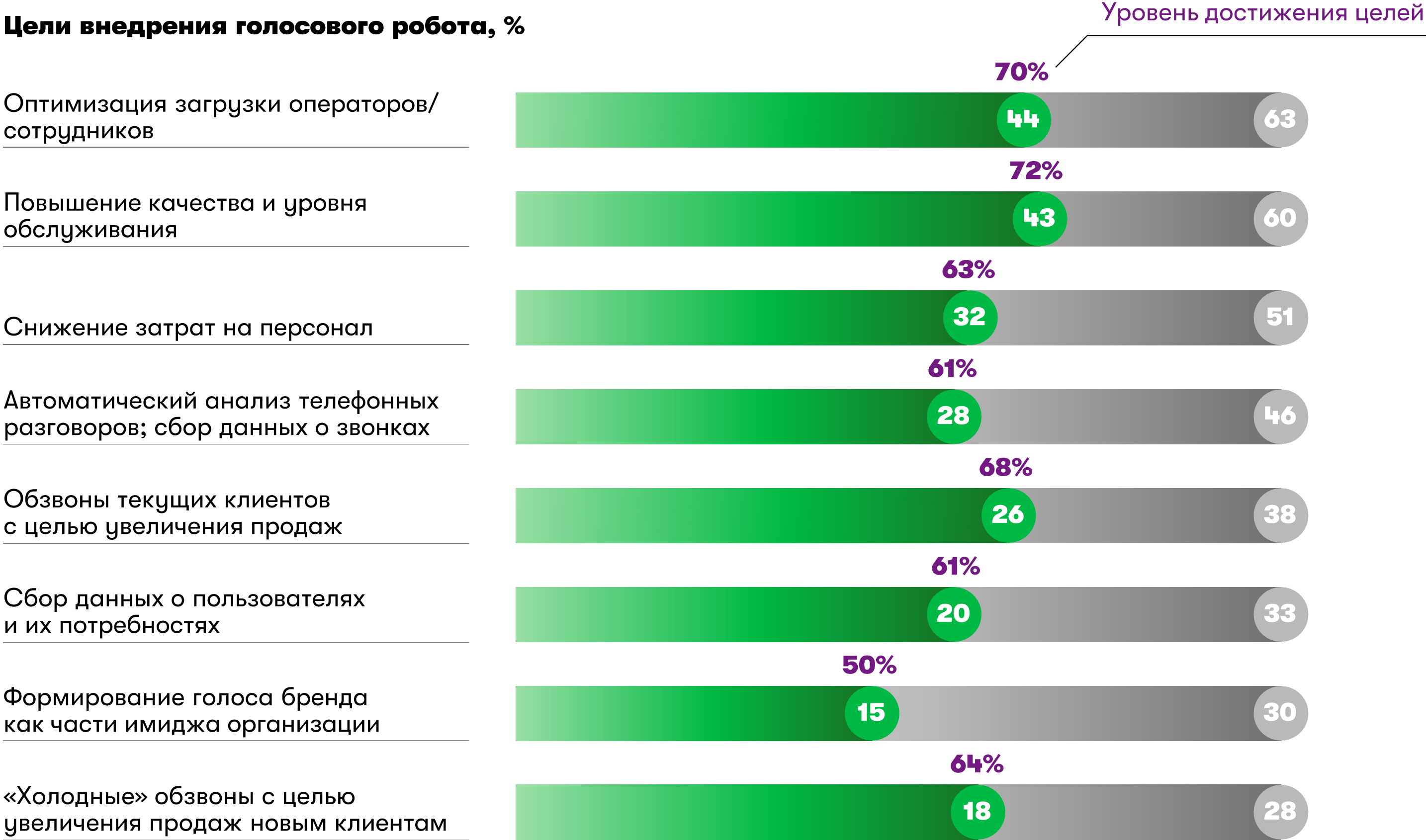
По техническим показателям



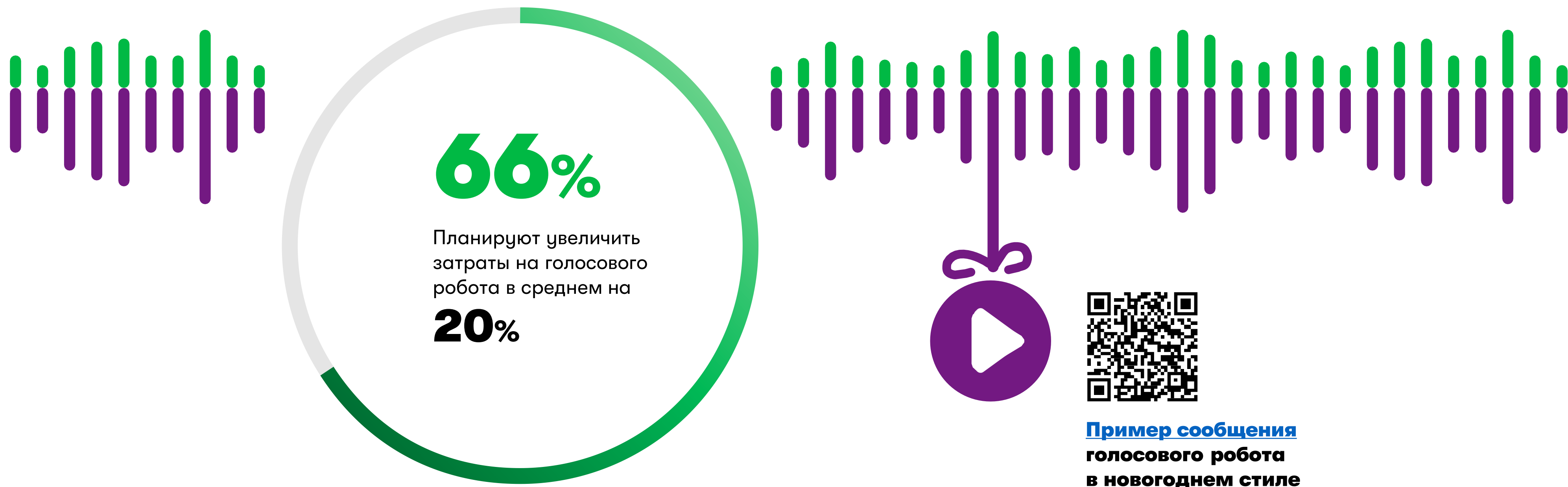
55% пользователей голосового робота
на исходящих вызовах достигли увеличения продаж с его помощью в среднем на 34%



Большинство компаний использует голосовых роботов только для обработки входящих звонков



Две трети компаний видят за роботами будущее и планируют увеличить затраты на голосовых роботов, ведь они не только автоматизируют рутинные процессы, но и помогают решать актуальные задачи бизнеса: привлекать новых клиентов, увеличивать продажи и сокращать текущие расходы



Современные коммуникации становятся не только роботизированными, но и омниканальными

Почти треть компаний уже выстроила систему взаимодействия с клиентом в едином окне и успешно решает свои задачи.

Цели внедрения омниканальных коммуникаций, %

Обработка в едином окне 100% обращений клиентов из всех каналов

Автоматизация рутинных операций

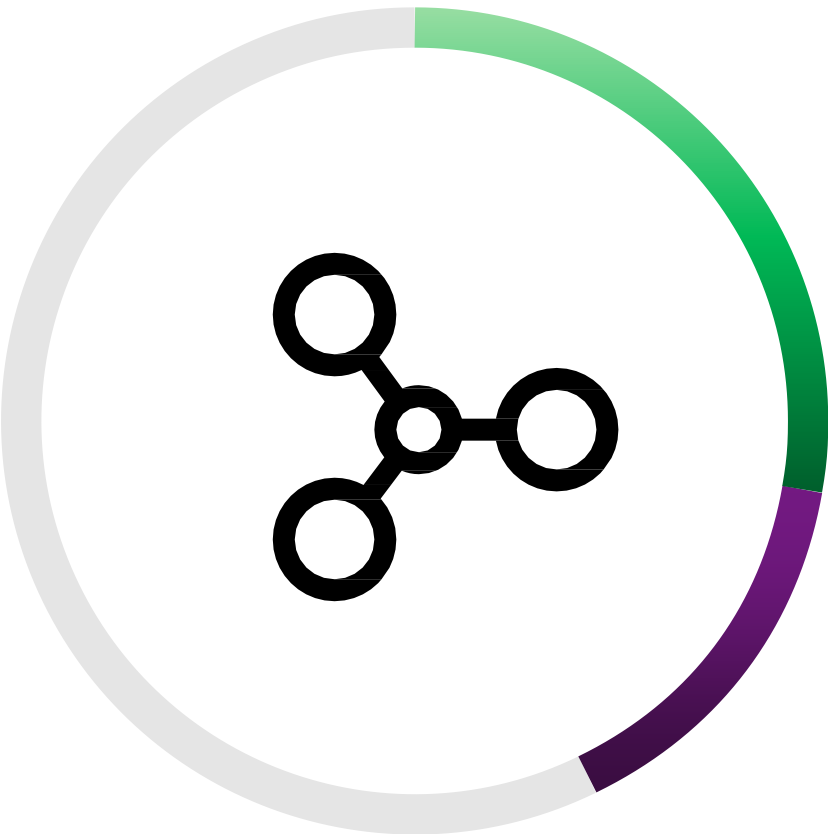
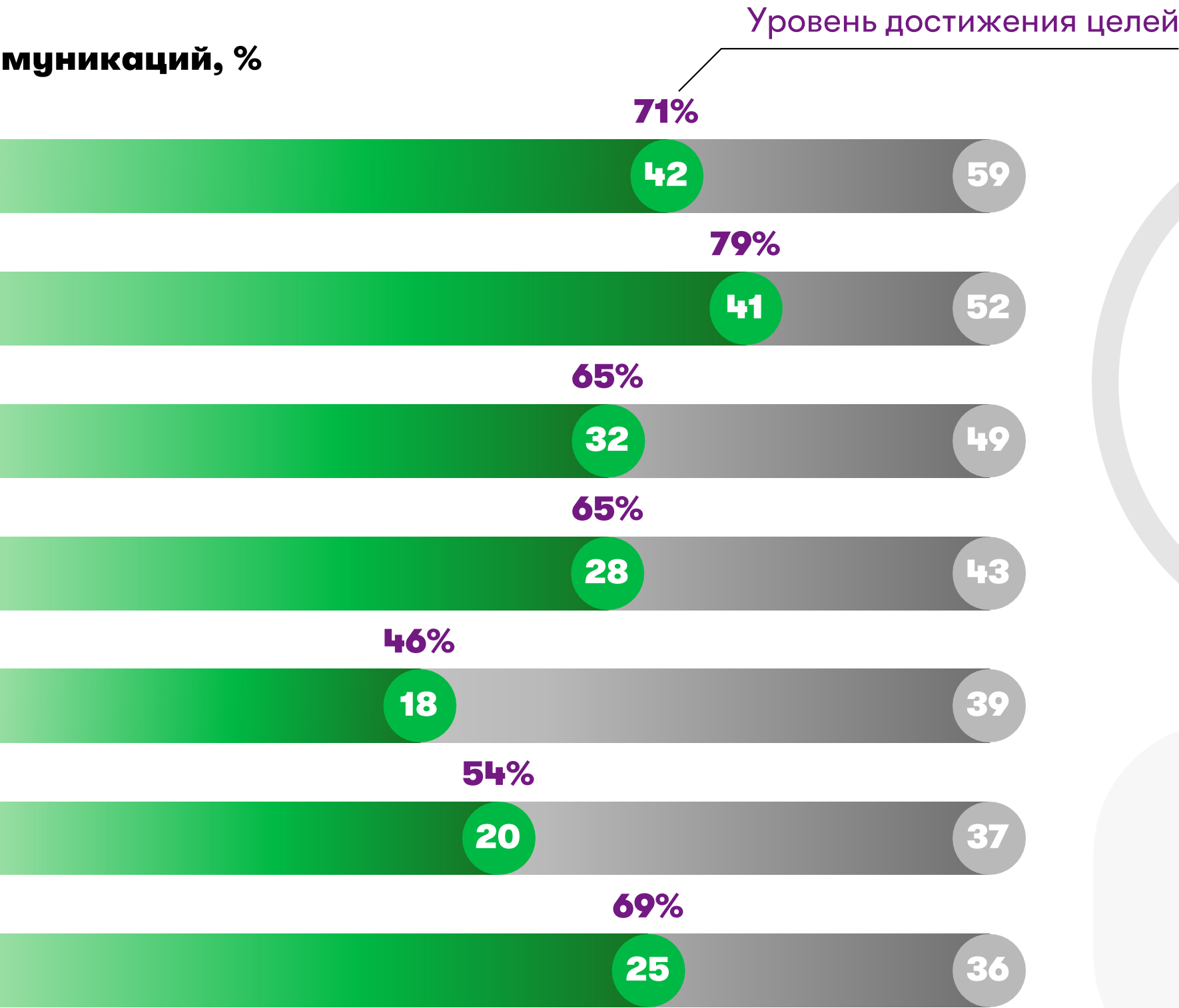
Единая история взаимодействия с пользователем

Формирование позитивного клиентского опыта и повышение лояльности клиентов

Обогащение информации о клиентах; объединение данных о покупателях между онлайн и офлайн

Снижение стоимости контакта с клиентом

Персонализация коммуникаций, защита от повторных коммуникаций



Узнайте больше об омниканальных коммуникациях для бизнеса

[Узнать больше](#)

Несмотря на стремительное развитие и внедрение новых коммуникационных сервисов, базовые решения, в частности 8-800, не теряют своей актуальности

Цели внедрения 8-800, %

Минимизация потерь входящих звонков

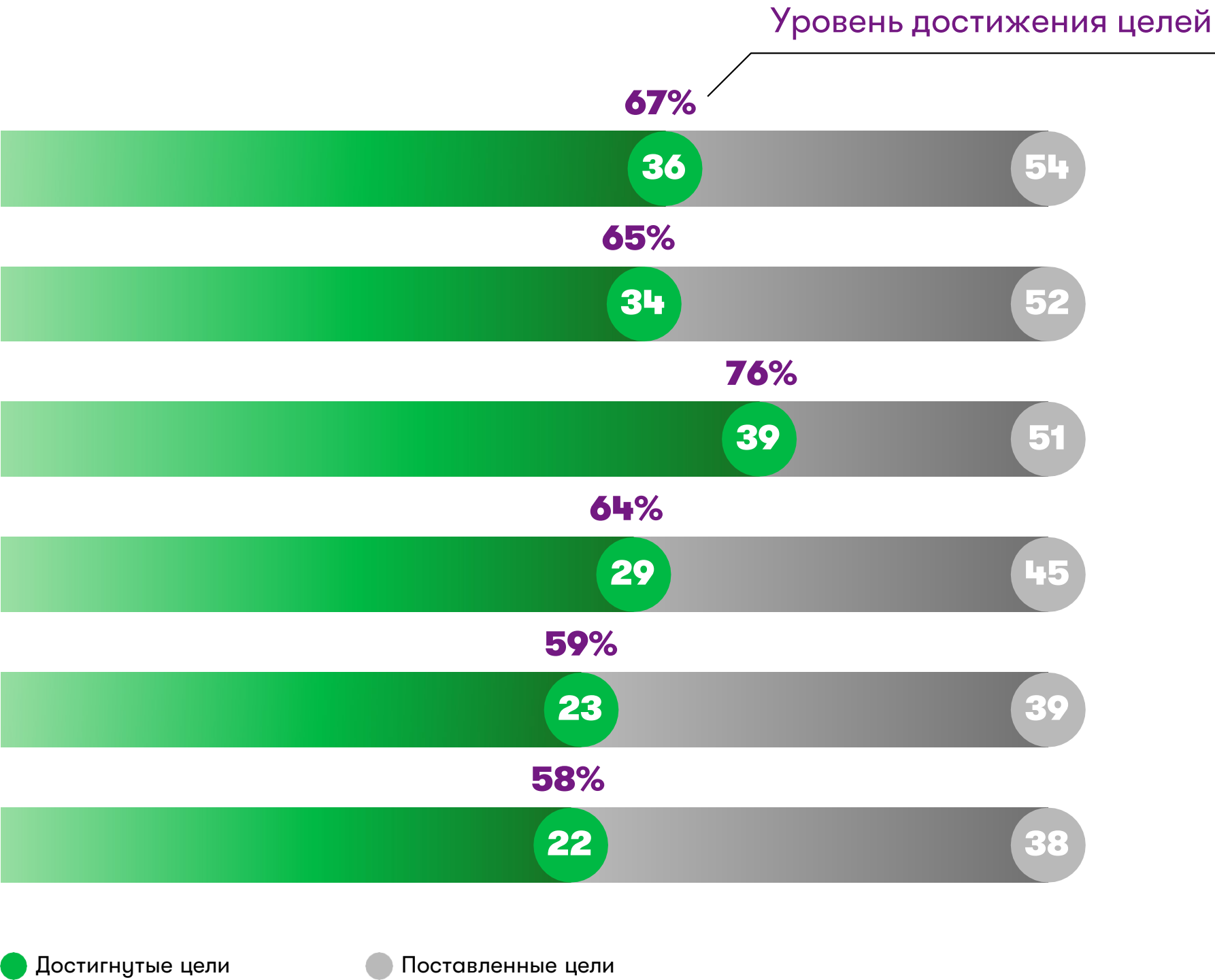
Улучшение имиджа; повышение статуса

Развитие бизнеса;
улучшение конверсии в продажи,
увеличение числа заказов/клиентов

Повышение лояльности клиентов

Увеличение конверсии сайта:
с посещения в звонок

Повышение конкурентоспособности



39%
смогли увеличить
продажи с помощью
8-800

В среднем на 27%
удалось повысить
конверсию с сайта

В среднем на 29%
удалось минимизировать
потери входящих звонков



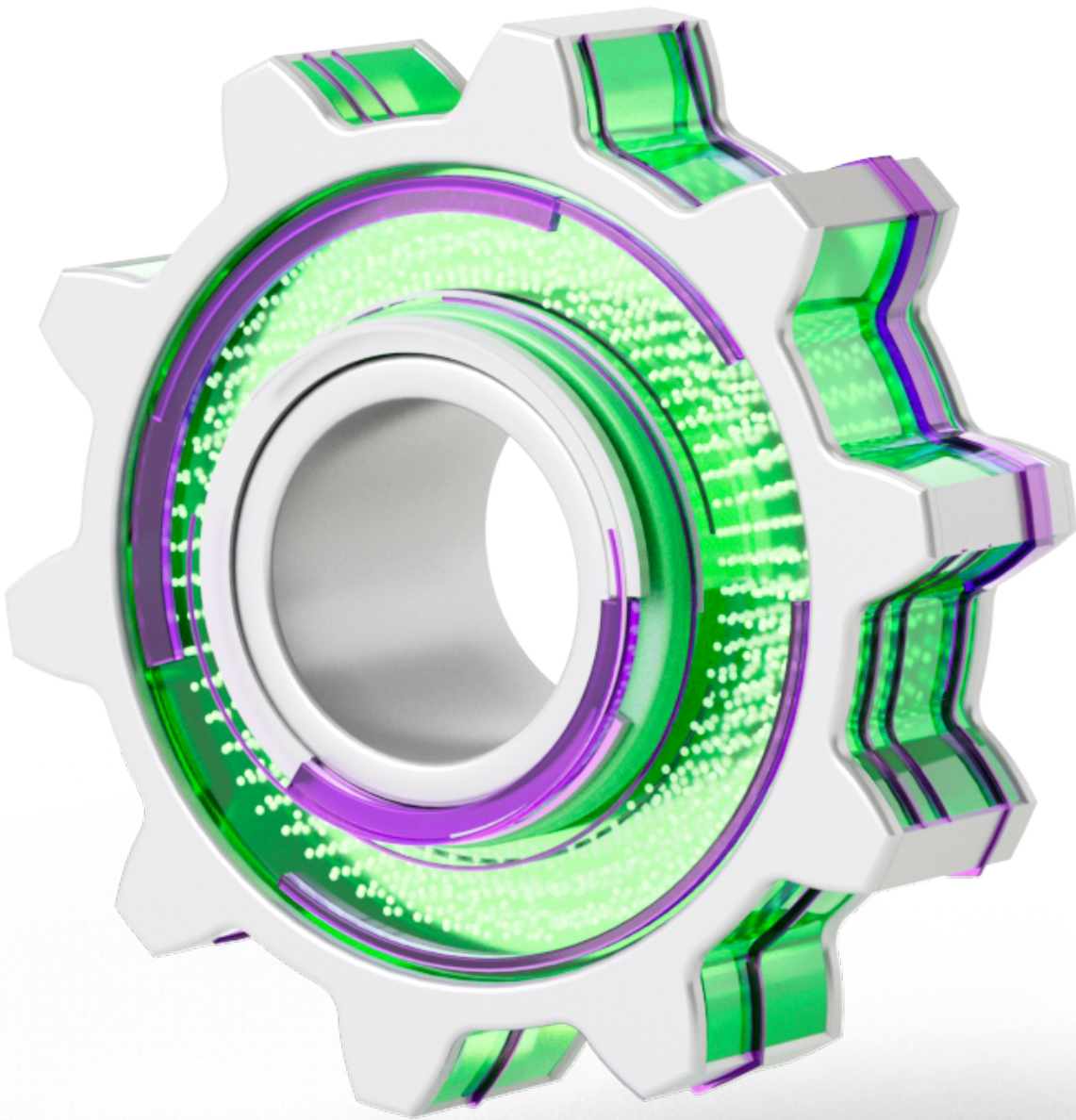
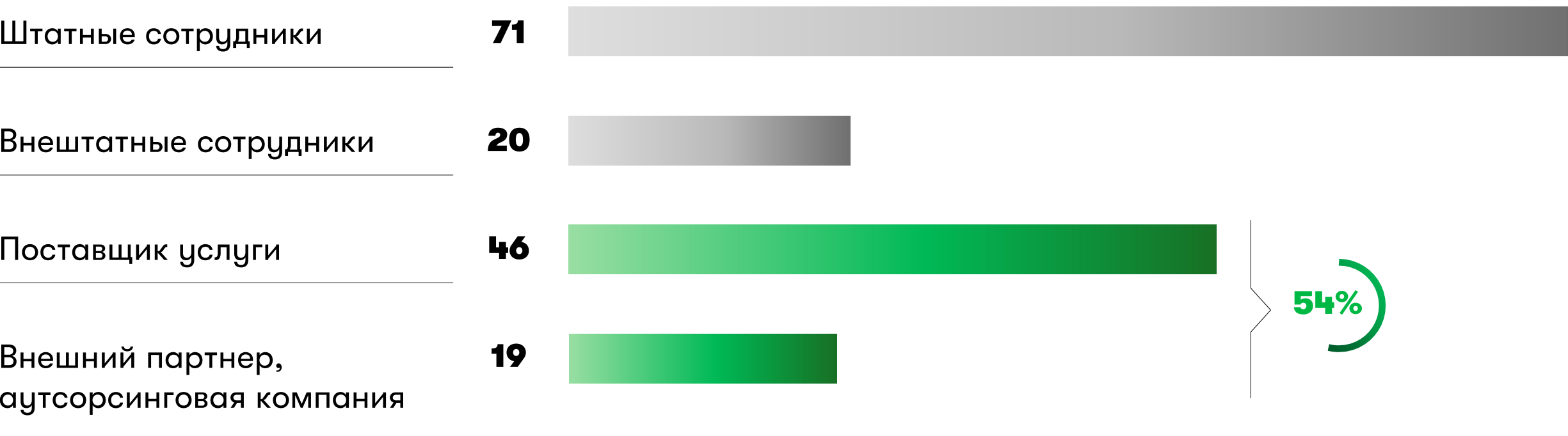
Узнайте больше об услуге 8-800

[Узнать больше](#)

Внедрение коммуникационных сервисов часто происходит при участии внешнего партнера

Многолетний опыт и экспертиза позволяют поставщикам сервиса проанализировать задачу со всех сторон и предложить лучшее решение.

Ответственный за внедрение коммуникационных сервисов, %



Чаще всего поставщиками традиционных голосовых услуг выступают операторы связи, за остальными сервисами привычно обращаются к ИТ-компаниям

Поставщики сервисов, %	Голосовой робот	BATC	8-800	Онлайн-ВКС	Омни-канальные коммуникации	Чат-боты
Операторы связи	36	54	74	33	27	25
ИТ-компании / Интернет-компании	45	30	17	48	50	54
Производители / Поставщики оборудования	12	14	8	16	16	10
Фрилансеры	7	1	1	3	8	12



Эксперт МегаФона

Развитие мобильной связи и ее проникновение во все сферы жизни открыло новые горизонты для бизнеса. Уникальная экспертиза и широкие возможности МегаФона как оператора связи позволяют предлагать рынку зрелые, комплексные решения, которые способны закрыть максимум потребностей компаний по организации бизнес-коммуникаций.

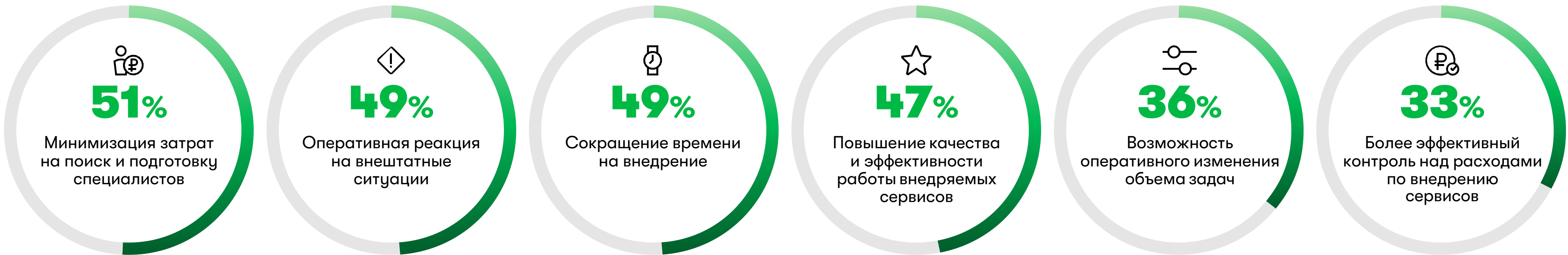


Эксперты МегаФона помогут подобрать оптимальные решения для ваших бизнес-задач

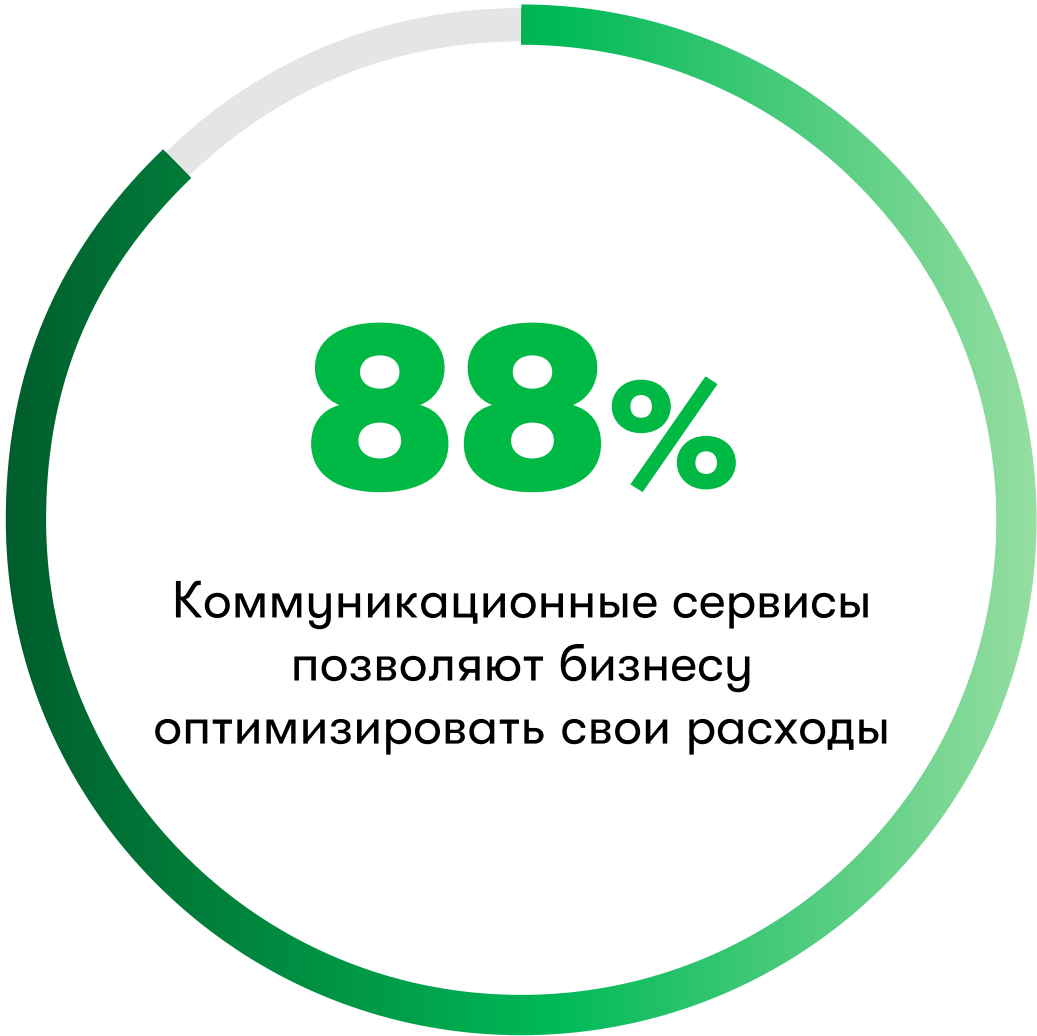
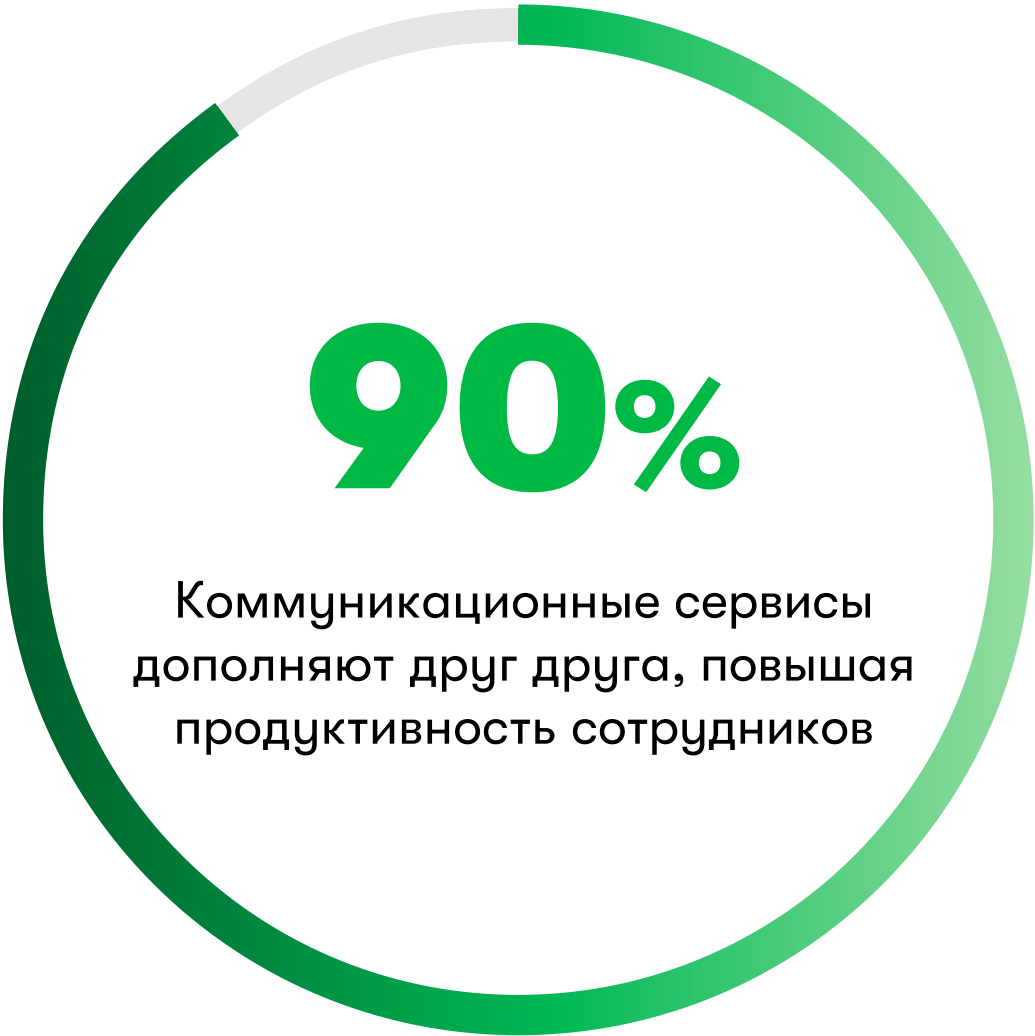
[Узнать больше](#)

Работа с подрядчиками позволяет в первую очередь минимизировать затраты на поиск и подготовку специалистов, быстро внедрять необходимые сервисы

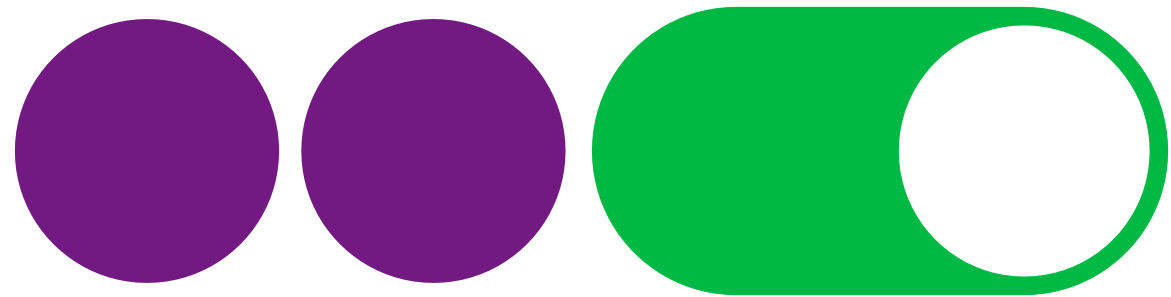
Преимущества работы с подрядчиками:



Бизнес использует все преимущества коммуникационных сервисов и наращивает инвестиции



на **19%**
в среднем



Технологии включают бизнес

Узнай больше на сайте tech.megaфон.ru:
изучай базу знаний, консультируйся с экспертами,
используй новые возможности и надежные инструменты
МегаФона для развития своего бизнеса

