



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы начали заполнять он-лайн анкету. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.1 Насколько четко определена ваша стратегия в отношении каналов доступа?**

- Стратегия формально не определена, существует минимальная кроссканальная функциональность
- Многоканальная стратегия развивается и включает клиентоориентированный план перехода на цифровые технологии (цифровые каналы доступа)
- Омниканальная стратегия разработана, отслеживается ее внедрение и воздействие на бизнес и клиентов
- Омниканальная стратегия разработана с четкими критериями возврата инвестиций и окупаемости, описанием возможностей и эффекта от ее реализации

\* 2.2 Пожалуйста, укажите каналы доступа, которые вы поддерживаете сейчас или планируете использовать. Выберите все подходящие варианты ответов.

	Сейчас	В течение 12 месяцев	Нет планов / Не известно
Телефон	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IVR (тоновый набор/речь)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Электронная почта	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мгновенные сообщения (включая WhatsApp, SMS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Веб-сайт	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Веб-чат (включая ко-браузинг)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Видеочат	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Социальные сети	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мобильное (смартфоны) приложение	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Проактивная автоматизация (включая автоматизацию роботизированных процессов)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Интернет вещей (IoT)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Виртуальный помощник (искусственный интеллект, чатботы)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Поддержка операций бэк-офиса (включая white mail)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Физические локации (например, киоски самообслуживания)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

### \* 2.3 Как Вы организуете работу операторов при обработке контактов в нескольких каналах доступа?

	Выделенная команда операторов (только один канал)	Универсальные операторы (одновременно несколько каналов)
Телефон	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Электронная почта	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мгновенные сообщения (включая WhatsApp, SMS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Веб-чат (включая ко-браузинг)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Видеочат	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Социальные сети	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.4 Что лучше всего описывает вашу омниканальную стратегию?**

(т. е. комплексное взаимодействие с клиентами при переходе между каналами)

	Сейчас	В течение 2-х лет
Все каналы связаны	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Большинство каналов связано	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ограниченная связь между каналами	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Нет связи между каналами	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.5 Что лучше всего описывает главную проблему для внедрения омниканальности и соединения между собой всех каналов доступа?**

- Стратегия омниканальности еще не рассматривалась
- Слишком дорого - экономическая эффективность не доказана
- Слишком сложно - нет согласованности между каналами
- Нереально соединить все каналы доступа
- Каналы управляются разными департаментами
- Другое (укажите)



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.6 Как быстро в среднем (с округлением до целых минут) Вы обрабатываете контакты в следующих каналах доступа? Введите ноль, чтобы обозначить «недоступно» или «неприменимо».**

Телефон

Электронная почта

Мгновенные сообщения (включая WhatsApp, SMS)

Веб-чат (включая ко-браузинг)

Социальные сети



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.7 Сколько в среднем времени (в минутах) требуется, чтобы обработать контакты в следующих каналах доступа (то есть АНТ - среднее время обработки в минутах)? Введите ноль, чтобы обозначить «недоступно» или «неприменимо»**

Телефон

Электронная почта

Мгновенные сообщения (включая WhatsApp, SMS)

Веб-чат (включая ко-браузинг)

Социальные сети



Бенчмаркинг Исследования рынка Опросы

**CONTACT CENTER BENCHMARK**

## ССВМР - 2018. Часть 2 ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Вы продолжаете заполнять он-лайн анкету. Вы в любой момент можете закрыть окно браузера и вернуться к этой анкете спустя некоторое время, чтобы продолжить или вернуться назад. Мы желаем Вам успешного завершения раздела!

**\* 2.8 Каков ваш средний процент потерянных контактов в следующих каналах доступа? Введите целое округленное число БЕЗ знака % или ноль, чтобы обозначить «недоступно» или «неприменимо»**

Телефон

Каналы, обрабатываемые операторов (например, вебчат, социальные сети и т. д.)

Автоматизированные каналы без участия оператора (например, виртуальный помощник, IVR и т. д.)