

客户们的交互方式已经发生了变革

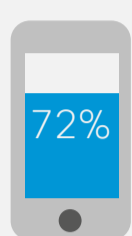
您的联系中心呢？

如今的客户已利用了多种新兴渠道和设备来实现通信。这并不是什么未来愿景，而是实实在在的现状。研究表明，众多客户已经拥有并且也热衷于多种技术。

而且，他们的偏好早已成型。因此，如果不能提供其偏好的交互方式，就无法为客户提供他们所期望的客户体验。

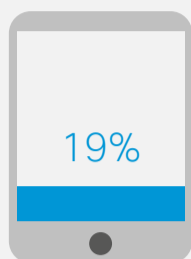
客户拥有多种技术

客户青睐他们的智能手机、平板电脑和智能电视。无论是在工作、在路上，还是在家里看电视，他们随时都处于在线状态。他们希望能够随时随地以对他们便利的方式与您的联系中心交互。



在英国，每四个人当中就有三个人拥有智能手机。

来源：MobileMarketing



在英国，基本上每五个成年人中就有一人拥有平板电脑。

来源：Ofcom

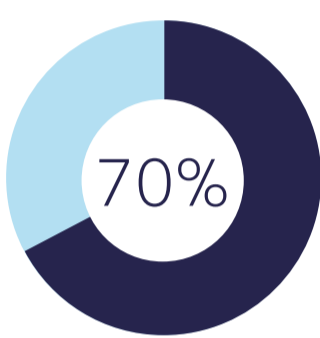


据预测，到2014年年底，英国将有超过300万家庭拥有智能电视。

来源：The Guardian

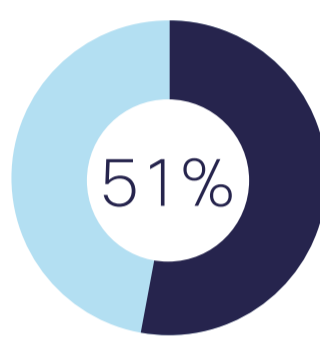
他们利用多种技术进行交互和交易

客户不仅拥有多种技术，也欣然接受了这些技术，并改变了自己查找信息和进行交互和交易的方式。



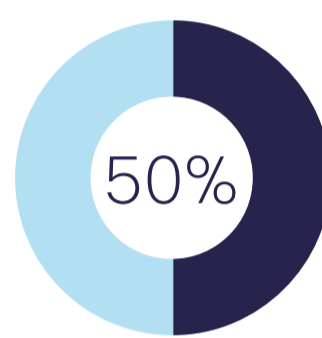
使用移动设备搜索信息。

来源：MobileMarketing



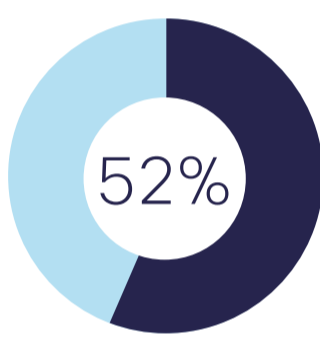
使用移动设备在线处理银行业务。

来源：MobileMarketing



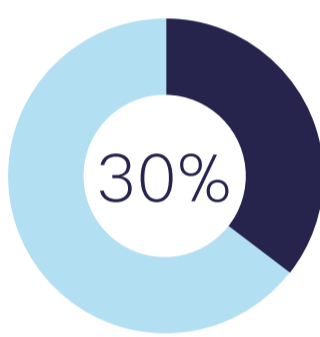
使用移动设备在线购物。

来源：MobileMarketing



通过三到四种渠道获取客户服务。

来源：MobileMarketing



通过电话之外的其他渠道获取客户服务。

来源：CFI Group

他们期望您重视他们偏好的技术

这些渠道对客户而言已是日常工作生活的一部分，因此他们期望您能在这些渠道具备与电话渠道同样水平的响应能力。

在2013年，客户对于一些新颖渠道的涌现给出了非常积极的回应。



无法通过社交渠道响应客户会导致客户流失率高达15%。

来源：Gartner



如果一项在线交易的问题或顾虑未得到快速解决，45%的消费者会选择放弃这项交易。

来源：Forrester



智能手机应用现在可以安全地将客户连接到联系中心。



视频被视为一项实实在在的独特服务优势。

联系中心在过去已经经历了多个转型期。这次的不同之处在于推动转型的是客户。想留住客户，您就必须跟上客户的步伐。



请确保您的联系中心已为应对当今的客户需求做好了准备

思科认为，要提供具有出众优势的客户服务，必须同时具备三项特征。联系中心的流程和技术应该具备如下特征：

简洁性

使您的客户能立即联系到可解决其问题的人员。

灵活性

为客户提供灵活性，让他们能够以自己偏好的方式即时实现交互。

连通性

在各种交互渠道和媒体上为客户提供完全一致、相关的体验。