

Исследование рынка страховых компаний РФ: «Оценка уровня зрелости компании в управлении клиентским опытом» (Customer Experience Management)

Сегодня вряд ли встретишь страховую компанию, в заявленную стратегию которой не входит клиентоориентированность. К сожалению, большинство из них имеют довольно поверхностное представление о том, что это такое на самом деле.

Подлинную клиентоориентированность создает только глубокое исследование клиентского опыта и управление им.

Клиентский опыт (CX, customer experience) — это совокупность взаимодействий между клиентом и компанией, состоящая из двух элементов:

пользовательский опыт (user experience), который относится к области взаимодействия потребителя с услугами организации;

уровень сервиса (customer service), свидетельствующий о качестве обслуживания и поддержки клиентов.

Результаты исследований управления клиентским опытом в мире

Согласно исследованию Watermark Consulting, в 2007-2017 гг. лидеры в области управления клиентским опытом выплатили на 45% больше дивидендов акционерам, чем лучшие компании рейтинга S