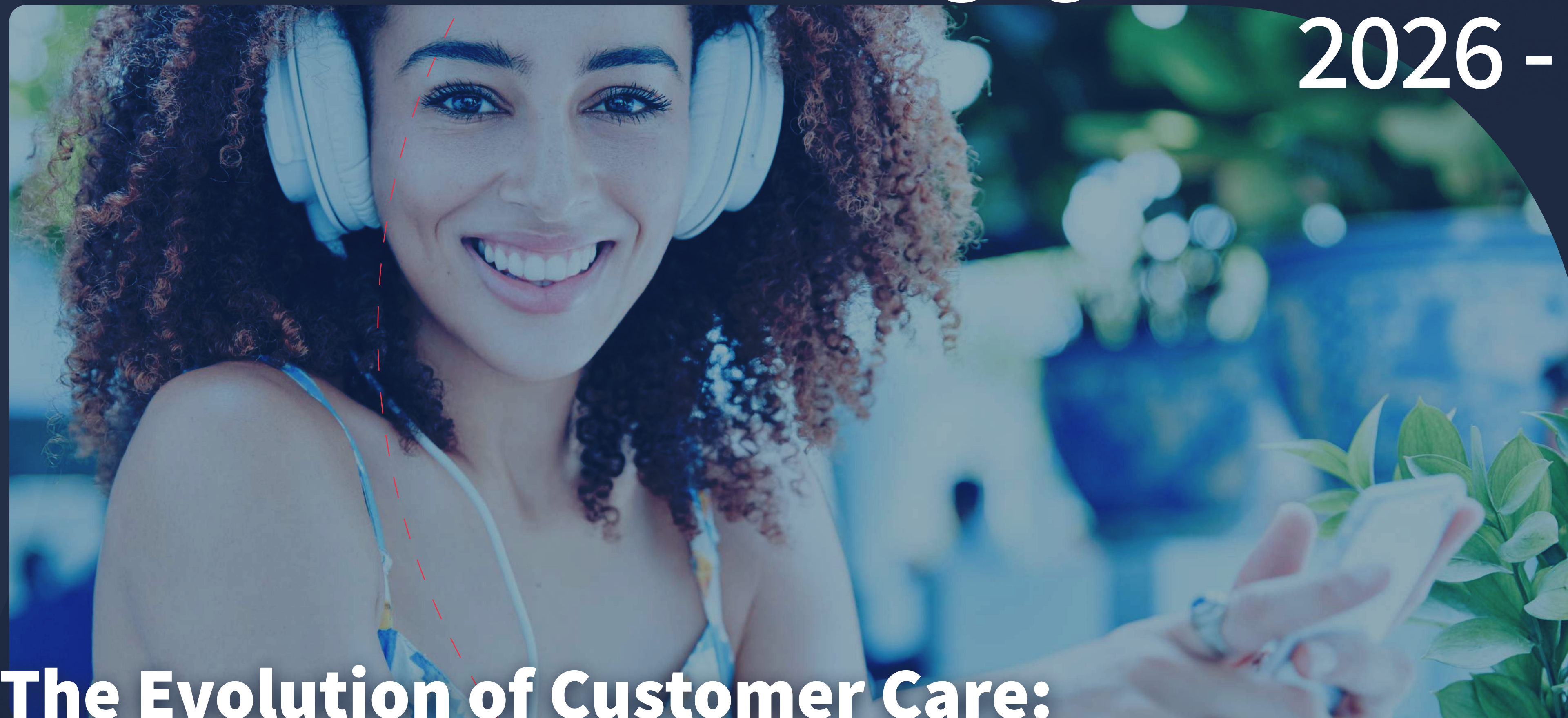




מגמות משמעותיות בתחום

ה-Customer Engagement Platform

ל-2025 - 2026



The Evolution of Customer Care:
Digital, Proactive & Sentiment-Driven

הקדמה

אנחנו חיים בעידן של שפע הזדמנויות, היצע עצום של כלים טכנולוגיות ואפשרויות לבחור מהן, במטרה לייצר בידול מותגי ועסקי, וכמובן כדי להגדיל את הערך עבור הלקוחות.

בחרנו לשים זרקור על כמה מההזדמנויות הללו, פוקוס על יכולות ותפיסות המסוגלות לייצר עבורכם ערך עסקי משמעותי, ולהעשיר את ארגז הכלים שלכם.

חשוב לזכור שהטכנולוגיה היא תמיד האמצעי ולא המטרה עצמה. בראש סדר העדיפויות נמצאת תמיד שאלת הערך (עסקי, צרכני, מותגי, תחרותי).

אנו מקווים שתפיקו ערך מהמגמות שריכזנו.

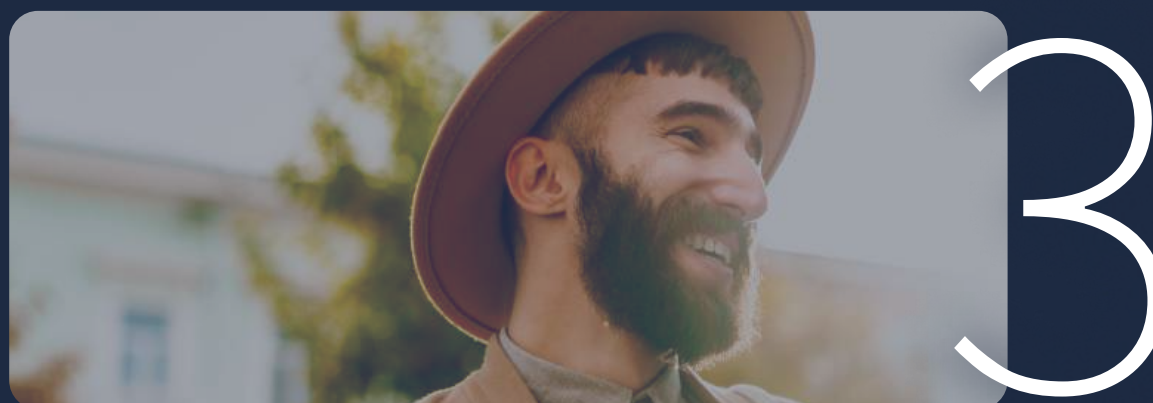
TWILIO BY AMAN

תוכן עניינים

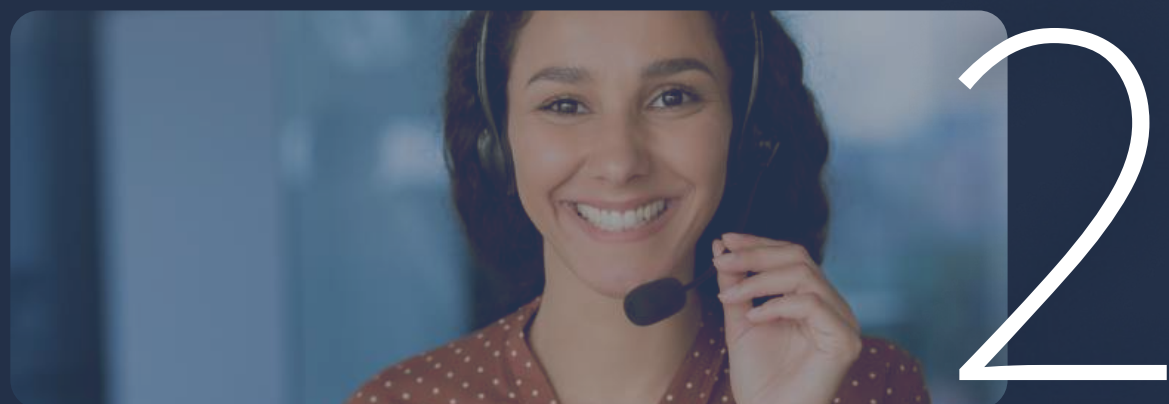
סוכני ה-AI וה-VOICE BOTS
מעצבים מחדש את חווית הלקוח



דיגיטלי או אנושי?
המודל ההיברידי מקבל משמעות חדשה



נציגי שירות: לא מה שחשבתם
מ-CONTACT ל-REVENUE



שירות פרואקטיבי,
אוטומטי ורב ערוצי





פרק 1

**סוכני ה-AI
וה-VOICE BOTS
מעצבים מחדש את
חוויית הלקוח**

מה חשוב לדעת?

סוכני AI (סוכנים מבוססי AI) הם מערכות תוכנה אוטונומיות שמיועדות לבצע משימות מוגדרות באופן עצמאי או עם מינימום התערבות אנושית. סוכנים אלו פועלים על סמך אלגוריתמים של למידת מכונה, עיבוד שפה טבעית ובינה מלאכותית כדי לקבל החלטות, להגיב לסביבות משתנות, ולבצע פעולות שונות במגוון תחומים.

הם יכולים, למשל, לנתח נתונים, לספק תמיכה ללקוחות, לבצע אוטומציה של תהליכים עסקיים, וללמוד ולהשתפר מהאינטראקציות שלהם כדי לשפר את הביצועים לאורך זמן. סוכני AI יכולים לפעול בתצורות שונות, כולל צ'אטבוטים, עוזרים וירטואליים, או מערכות מורכבות יותר לניהול ותיאום משימות בארגונים.

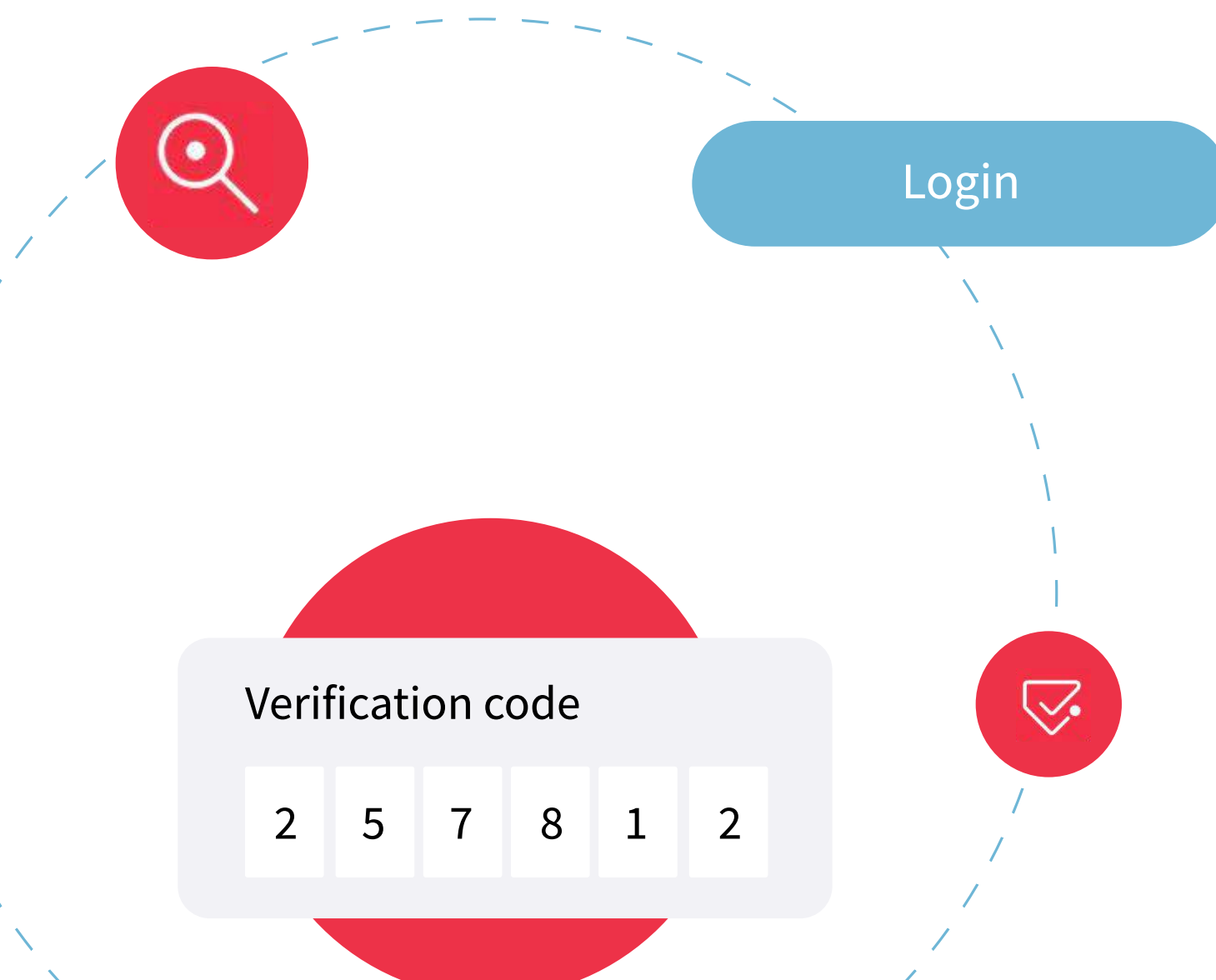
ההזדמנות

סוכני בינה מלאכותית אוטונומיים הופכים את שירות הלקוחות ליעיל יותר, מותאם אישית ותגובתי. דמיינו עוזר בינה מלאכותית חכם שיכול לצפות את צרכי הלקוח, לספק תמיכה מיידית ואפילו לפתור בעיות באופן יזום לפני שהן מסלימות. זה לא רק חזון לעתיד; **זה קורה כבר עכשיו.**

סוכני בינה מלאכותית לומדים ומשתפרים ללא הפסקה מכל אינטראקציה מול הלקוחות, מה שמבטיח שהתמיכה שהם מספקים תהיה מדויקת ורלוונטית יותר עם הזמן. התוצאה היא שביעות רצון לקוחות גבוהה יותר ונאמנות מוגברת. בנוסף, סוכני בינה מלאכותית אוטונומיים יכולים לעבוד מסביב לשעון, להציע תמיכה בכל עת שהלקוחות זקוקים לה, ללא תלות באזורי זמן או שעות עבודה.

חלק ממנהלי השירות עשויים לחשוש שלאנשיהם אין את הכישורים להתמודד עם יכולות ה-AI המתפתחות הללו. מנהלים אחרים עשויים להרגיש ספקות בנוגע לאמון ולאמינות. ישנו גם החשש שהטמעת AI תדרוש השקעה משמעותית בתשתיות.

החששות הללו מובנים, ויש לנהוג בזהירות ובתשומת לב בעת הטמעת טכנולוגיות עוצמתיות כמו AI. אבל דבר אחד ברור: סוכני הבינה המלאכותית כבר מחברים, מעדכנים ומעשירים כל היבט של שירות הלקוחות.



מה לעשות מחר בבוקר?

מיפוי הצרכים העסקיים והאתגרים המרכזיים שהם מתמודדים איתם כיום. זה כולל זיהוי תהליכים פנימיים ואינטראקציות עם לקוחות שיכולים להפיק תועלת משיפור באוטומציה, יעילות וניתוח מידע.

לחקור ולהבין את היכולות של סוכני AI ובעיקר של ה-VOICE BOTS

ללמוד אילו פתרונות כבר קיימים בשוק ואילו מהם מתאימים לדרישות הספציפיות של הארגון, וכיצד הבוט הקולי יכול להתחבר למערך השירות ללקוח בצורה האפקטיבית ביותר

ליצור צוות פנימי רב-תחומי, עם הגדרת משימה ברורה

הצוות יהיה מורכב מאנשי טכנולוגיה, מנהלי מוצר, מומחי שירות לקוחות ואנליסטים עסקיים. הצוות הזה יעבוד על פיתוח אסטרטגיה להטמעת AI בהתאמה לצרכי הארגון.

לבחון פיילוטים קטנים

להתחיל בפרויקט פיילוטי קטן שבו סוכני AI מוטמעים בתחום אחד או משימה מוגדרת, על מנת לבדוק את היכולת והערך שהם מייצרים בפועל.

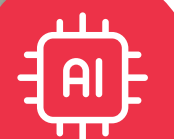
הכשרה והכנה של הצוות

להדריך ולהכין את העובדים לשילוב העבודה עם סוכני AI כדי למנוע חששות ולשפר את רמת האימוץ (Adoption).

בסופו של דבר, תהליך זה יעזור לארגון להבין את הפוטנציאל של סוכני AI בצורה מחושבת, ולהטמיע אותם בצורה אפקטיבית המייצרת ערך עסקי אמיתי.

”
53% מאמינים ש-AI AGENTS ישפרו את הפרודוקטיביות האישית שלהם
”

Forrester





פרק 2

נציגי שירות:
לא מה שחשבתם
מ-CONTACT CENTER
ל-REVENUE CENTER

מה חשוב לדעת?

במיוחד בשוק התחרותי של היום, חברות מחפשות דרכים חדשות להניע צמיחה ולהגן על הרווחיות שלהן, ורבות מהן רואות בשירותי הזדמנות מרכזית. למעשה, 85% ממקבלי ההחלטות אומרים כי מצופה שירות מיטבי יתרום נתח גדול יותר מההכנסות השנה.

בחודשים הקרובים, הגבולות בין מכירות, שירות ומסחר ימשיכו להיטשטש כאשר מכירה צולבת, מונעת בינה מלאכותית, תהפוך את שירותי הלקוחות למרכז רווח. ארגונים מתקדמים יחתרו להשיג מבט מקיף על כל מסע הלקוח, וליצור לולאת משוב רציפה בין מכירות, שירות ומחלקות נוספות בתוך הארגון.

בנוסף, חברות מובילות ימשיכו להקל על הלקוחות לתקשר איתם מכל ערוץ.

ההזדמנות

← הפיכת מוקדי השירות למרכזי רווח

מוקדי השירות יכולים לתרום להכנסות ולשמש כגורם משפיע בהגדלת מחזורי המכירה על ידי שימוש בכלים מונעי AI. הטכנולוגיה מאפשרת לזהות הזדמנויות למכירה צולבת ומכירה נוספת (up-sell) במהלך אינטראקציות עם הלקוחות.

← שיפור חוויית הלקוח

תמיכה מותאמת אישית יוצרת תחושה של הבנה והערכה מצד הארגון, מה שמוביל להעדפה צרכנית חזקה יותר. טכנולוגיות המאפשרות למוקדי שירות לספק תמיכה מותאמת אישית ומהירה, כולל זיהוי העדפות ורקע הקנייה של הלקוחות, יכולים לשפר משמעותית את החוויה הכוללת של הלקוח.

← שיפור נאמנות הלקוחות

ניתוח שיחות לקוח וזיהוי רגשות, טון ותכנים מאפשרים הבנה מעמיקה של צרכי הלקוחות ושל תחושת שביעות הרצון שלהם. זיהוי מוקדם של בעיות או חוויות שליליות מאפשר טיפול יזום שעשוי למנוע עזיבת לקוחות ולחזק את תחושת הנאמנות למותג.

← מעבר לשירות יוזם

עם תובנות מונעות AI, ארגונים יכולים לצפות מראש בעיות אפשריות ולהציע פתרונות לפני שהן מתעוררות, מה שמוביל לשירות יעיל יותר ולהפחתת פניות חוזרות.



מה לעשות מחר בבוקר?

← לאפשר גישה מורחבת למידע

נציגי שירות לקוחות ועובדי שירות שטח צריכים לקבל גישה מקיפה יותר למבט כולל על הלקוח. כך הם יוכלו להציע פתרונות והמלצות מותאמים אישית התואמים להעדפות ולרקע הקנייה של כל לקוח.

← שילוב המלצות מונעות AI

המבוססות על העדפות הלקוחות, יהיו זמינות יותר עבור הנציגים, ויאפשרו להם לחזק את הקשרים ולהיות בעלי ערך רב יותר עבור הלקוחות.

← הגדרת מטרות משותפות

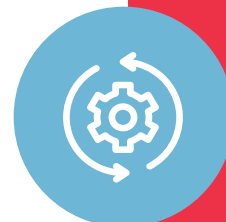
מדדים המשויכים באופן מסורתי למכירות (כגון שיעורי המרה) ולשירות לקוחות (כמו זמן פתרון בעיות) ימשיכו להתמזג. כל הפונקציות יקדישו יותר תשומת לב למדדים המשקפים שביעות רצון לקוחות, נאמנות וערך כולל לאורך חיי הלקוח.

← חיזוי על בסיס AI

כבר ממלא תפקיד משמעותי בניתוח התנהגות לקוחות, חיזוי מגמות וקבלת החלטות מושכלות בהתבסס על נתוני לקוחות אמינים.

”
**87% מהצרכנים
מצפים לשירות יוזם
מצד המותגים שהם
צורכים מהם**

Invoca





פרק 3

דיגיטלי או אנושי?
המודל ההיברידי
מקבל משמעות
חדשה

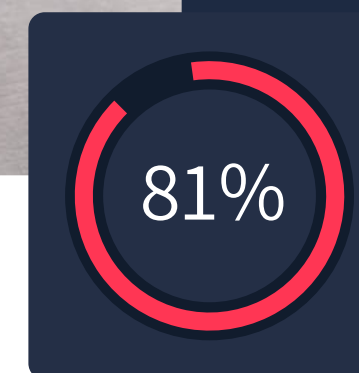
מה חשוב לדעת?

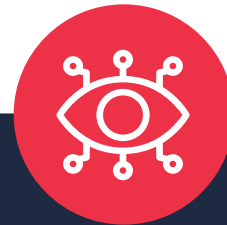
בעידן שבו הטכנולוגיה מתקדמת בקצב מהיר, פרסונליזציה דיגיטלית היא המפתח לחוויית לקוח מותאמת ומדויקת, במיוחד כשחלק גדול מהלקוחות מצפים לחווית לקוח פרסונלית עבורם.

כלים מתקדמים כמו בינה מלאכותית ולמידת מכונה מאפשרים לארגונים להכיר את הלקוחות שלהם ברמה עמוקה ולהציע להם פתרונות מותאמים אישית בלחיצת כפתור.

אבל לפעמים, אין תחליף לתחושה האישית של שיחה עם נציג אנושי שמקשיב באמת ומגיב באמפתיה, בטח כשמדובר בצורך דחוף מבחינת הלקוח, ו/או צורך בכל מורכבות ורגישות גבוהים מבחינתו.

השילוב בין שני העולמות הללו – דיגיטלי ואנושי – מאפשר לארגונים להעניק את הטוב משני העולמות.





ההזדמנות

ארגונים שמצליחים לשלב בין פרסונליזציה דיגיטלית לבין יחס אנושי חם הופכים את חוויית השירות למשהו שהוא הרבה מעבר לפתרון בעיות – הם יוצרים קשר אמיתי עם הלקוחות.

חיזוק הבידול בשוק תחרותי

ארגונים שמשלבים בין טכנולוגיות AI מתקדמות לבין שירות אישי מצליחים לבלוט בשוק ולהציע ערך מוסף של שירות מהיר ומותאם אישית, לצד אמפתיה והבנה מעמיקה. זהו שילוב המייצר חוויית לקוח ייחודית שקשה לחקות.

העמקת נאמנות הלקוחות

לקוחות שמרגישים שמבינים אותם ושמקבלים מענה לצרכיהם המדויקים, נוטים לפתח נאמנות גבוהה יותר למותג. השימוש בפרסונליזציה דיגיטלית מאפשר לספק הצעות מותאמות אישית, בעוד שהתערבות אנושית בשיחות קריטיות, מחזקת את תחושת האמון והביטחון.

הגדלת ההכנסות ושיפור חוויית הרכישה

בזכות ניתוח נתונים מונעי AI, ארגונים יכולים לזהות הזדמנויות של מכירה צולבת ולהציע ללקוחות מוצרים ושירותים נוספים שמתאימים לצרכיהם. התהליך מייצר חוויית רכישה חלקה וידידותית שמניעה ללקוחות לפעולה.

73% מאמינים שהלקוחות מעדיפים שירות היברידי, ושהוא מחזק את נאמנות לקוח

Forrester

מה לעשות מחר בבוקר?

← למפות את חוויית הלקוח

להבין היכן כלים דיגיטליים יכולים לתת מענה מהיר ומדויק, ואיפה נגיעה אנושית יכולה לעשות את ההבדל.

← להשקיע בהכשרת הצוות

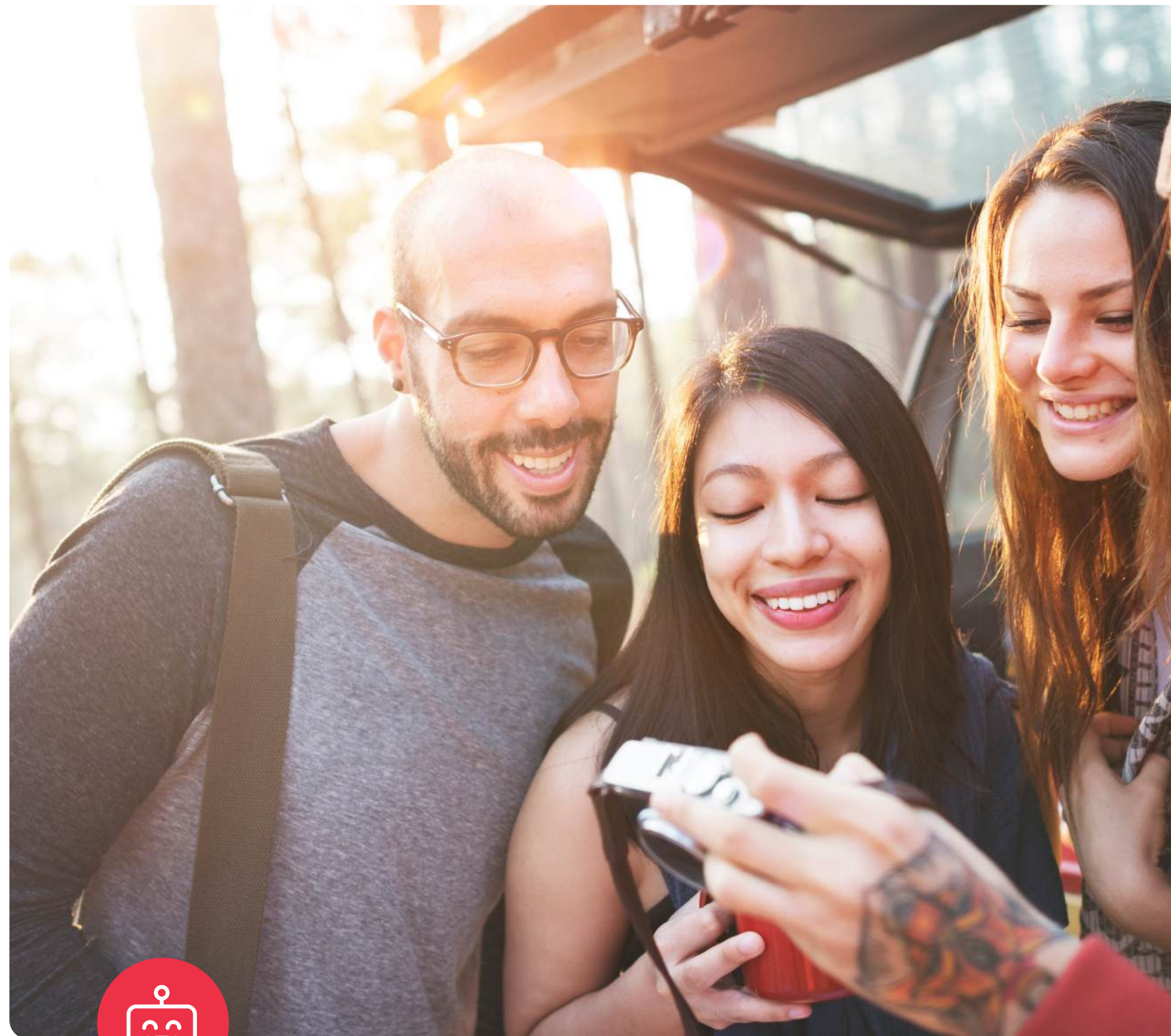
להבטיח שהעובדים יודעים כיצד לעבוד לצד הכלים הדיגיטליים ולהשתמש בהם כדי לשפר את השירות.

← לשלב כלים טכנולוגיים מתקדמים

להטמיע פתרונות AI וצ'אטבוטים חכמים שיכולים לתמוך בנציגי השירות ולא להחליף אותם.

← לאסוף פידבק ולהתאים להיות

קשובים לפידבק מהלקוחות ולבצע שינויים ושיפורים בהתאם. השילוב בין טכנולוגיה ליחס אנושי הוא הדרך האולטימטיבית ליצור חוויית לקוח עשירה, מותאמת ומלאת משמעות.





פרק 4

שירות פרואקטיבי, אוטומטי ורב ערוצי

מה חשוב לדעת?

- שירות לקוחות בעידן הנוכחי מחייב אינטגרציה חלקה בין ערוצים דיגיטליים (צ'אטבוטים, אפליקציות, מדיה חברתית) לבין אינטראקציות אנושיות. הלקוח מצפה שהחברות יכירו אותו בראיה הוליסטית בלי קשר לערוץ האחרון שבו השתמש, בשילוב הפרטים והדאטה האישיים שלו.
- אינטליגנציה מלאכותית מייצרת הזדמנות מרתקת עבור מותגים וחברות, בעיקר באיסוף וניתוח נתונים בזמן אמת, זיהוי בעיות והזדמנויות, ומעבר לשירות פרואקטיבי.
- גישה פרואקטיבית ורב-ערוצית מאפשרת למותגים לפנות ללקוחות עוד לפני שהבעיות מתעוררות, להציע פתרונות מותאמים אישית, ולחזק את נאמנות הלקוחות.

”
77%
מהלקוחות מעדיפים
מותגים שמעניקים שירות
לקוחות פרואקטיבי
”

Forrester

מה לעשות מחר בבוקר?

- **מיפוי מסע הלקוח:** לזהות את הנקודות בהן ניתן לייצר שירות פרואקטיבי ולקבוע תהליכים מתאימים.
- **השקעה בטכנולוגיות AI:** להטמיע כלים שמסוגלים לאסוף, לנתח ולחזות נתונים בזמן אמת ולספק תובנות פרואקטיביות.
- **הכשרת צוותים:** לשלב הכשרות לנציגי שירות כיצד לעבוד עם כלים מבוססי AI ולמקסם את השימוש בהם.
- **בחינת נתוני העבר:** לנתח נתוני שירות לקוחות קיימים כדי לזהות דפוסים חוזרים ולבנות תסריטים לפעולה יזומה.
- **התחלת פיילוט:** להפעיל פרויקט פיילוט בערוץ דיגיטלי אחד לשירות פרואקטיבי ולמדוד את ההשפעה לפני הרחבתו.



כיצד משנה את עולם ה-Customer Engagement?

חוויית שירות מתקדמת

- פלטפורמת מוקד התמיכה הגמישה בעולם
- העצימו את צוותי המכירות, התמיכה והשיווק, עם הכלים המתקדמים מסוגם
- ספקו תמיכה רציפה מכל מקום
- השתמשו בנציגים הוירטואליים (Chat ו Voice) מבוססי AI המתקדמים מסוגם בעולם

פרסונליזציה בכל צעד ובכל היקף פעילות

- כל נתוני הלקוח במקום אחד
- Connectors לכל צורך
- טיוב נתונים
- הגדלת המכירות

דברו עם הלקוח בכל ערוץ שיבחר

- טקסט
- תקשורת קולית
- דוא"ל
- וידאו

לקחת את הקשר עם הלקוחות צעד אחד קדימה

TWILIO היא פלטפורמה אחודה שמספקת את הכלים המתקדמים ביותר לטובת יצירת מסע לקוח חדשני – בכל ערוץ. הפלטפורמה נבנתה כפי שהייתם מצפים ממערכת מודרנית – מודולארית, גמישה וניתנת לתכנות באופן מלא ועצמאי. בכך היא מעניקה לארגונים יתרון תחרותי עצום עם יכולת לדייק את המענה ללקוחותיהם.

Twilio named a Leader in 2024
Gartner® Magic Quadrant™ for
Communications Platform as a
Service

גרטנר העולמית בחרה ב- **twilio**
כמובילה עולמית בתחום פלטפורמות
התקשורת כשירות עסקי ל-2024!

הידעת?



מעל 300,000 מותגים ברחבי העולם בוחרים ומשיגים מעורבות לקוחות גבוהה יותר בעזרת טוויליו

לקוחות משתפים:



“כשמדברים על מודל היברידי דיגיטל ואנושי –
זה מתאים בדיוק למערכת Twilio:
מערכת שמאפשרת לייצר מענה אוטומטי מדויק ופרסונלי בקלות
ביחד עם תשתית מותאמת ונוחה לנציג”

יונתן לופו
מנהלת מחלקת דאטה, דיגיטל, AI ותשתיות אפליקטיביות
ביטוח ישיר



“השילוב ההיברידי בין בוטים לבין נציגי
השירות, מאפשר לנו למקסם את השירות
ולאפשר ללקוח לבחור במה שנוח לו”

קרן זק”ש
מנהלת מערכות מידע
מימון ישיר



“שירות פרואקטיבי, אוטומטי ורב-ערוצי במוקדי שירות והתמיכה משפר את חוויית
השירות על ידי מתן מענה מהיר ויעיל בכל ערוץ תקשורת שמועדף על הלקוח.
הוספה של שירותים אוטומטיים מאפשרת ללקוחות לקבל מענה ללא המתנה
לנציגים וכתוצאה מכך מאפשרת לנציגים להתמקד בטיפול בפניות מורכבות יותר.”

אסף כהן
מנהל צוות Contact Center & Networking Voice
בזק בינלאומי

ACTION ITEMS FOR 2025 - 2026

מינוף נציגי שירות כמנועי מכירה ואינטראקציה מתקדמת

במקום לראות בנציגים רק פתרון בעיות, יש למנף את הידע והטכנולוגיה כדי להכשיר אותם כאסטרטגים המספקים ערך מוסף ללקוחות. זה יכול לכלול הצעת שירותים נוספים, חינוך הלקוחות לשימוש נכון במוצרים, והעמקת הקשר האישי בעזרת כלים מבוססי AI המספקים תובנות בזמן אמת.

שילוב חוויות רב-ערוציות חלקות באמצעות טכנולוגיות אינטגרציה מתקדמות

לקוחות מצפים למעבר חלק בין ערוצים, כגון שיחה עם נציג, צ'אטבוט או אפליקציה. לשם כך, יש לאמץ פלטפורמות אינטגרציה המאפשרות חיבור בין ערוצים באופן רציף, תוך שמירה על ההקשר השיחה והיסטוריית הלקוח בזמן אמת.

פיתוח אסטרטגיית שירות לקוחות דינמית המבוססת על תחזיות צרכים

במקום רק להגיב לבעיות של הלקוחות, ארגונים צריכים להשתמש במודלים חיזויים מבוססי AI כדי לזהות ולפתור צרכים עתידיים של לקוחות לפני שהם מתעוררים. זה יכול לכלול המלצות יזומות, עדכונים מותאמים, ואפילו הצעת שירותים חדשים שמקדימים את דרישות הלקוחות.

זה הזמן להטמיע כלים שמסוגלים לאסוף, לנתח ולחזות נתונים בזמן אמת ולספק תובנות פרואקטיביות.

קבוצת Aman, הנציגה הרשמית של Twilio בישראל, מציעה פתרונות מתקדמים לניהול מסע לקוח אחד ומדויק בכל ערוצי התקשורת.

הפלטפורמה מאפשרת תקשורת יעילה, מדויקת ומהירה עם הלקוחות, תוך מדידה, שיפור והתאמה מלאה לשוק הישראלי. באמצעות טכנולוגיית Optichannel, ניתן לספק חוויית שירות חדשנית, המבוססת על הבנת צורכי הלקוחות ושיפור מתמיד לאורך כל מסע הלקוח.

רוצים לשמוע עוד?