

CX stories:

Βαρόμετρο

Εμπειριών

«AI & Τάσεις στο CX»

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας
Α΄ wave: 2026
Part: B





CX Stories: **Βαρόμετρο εμπειριών** **της** **Focus Bari** **2 τεύχη σε κάθε έκδοση**

Δύο φορές τον χρόνο (Άνοιξη & Φθινόπωρο) δημοσιεύουμε **2 τεύχη του CX stories**, καταγράφοντας τις εμπειρίες εξυπηρέτησης Ελλήνων καταναλωτών, και τις απόψεις τους για την Τεχνητή Νοημοσύνη στην εξυπηρέτησή τους.

1^ο Τεύχος: Η Φωνή του Πελάτη

Οι θετικές εμπειρίες (**WOW CX Stories**) παρουσιάζονται στο πλαίσιο της Εθνικής Εβδομάδας Εξυπηρέτησης Πελατών του ΕΙΕΠ.

Οι αρνητικές εμπειρίες (**OUCH CX Stories**) αναδεικνύουν ευκαιρίες βελτίωσης σε κάθε κλάδο.

2^ο Τεύχος: AI & Τάσεις στο CX

Οι απόψεις, οι προσδοκίες και οι ανησυχίες των Ελλήνων για τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης στο μέλλον της εξυπηρέτησης πελατών.

Η ταυτότητα της έρευνας



Στο προηγούμενο τεύχος (Part A), εστιάσαμε στις εμπειρίες εξυπηρέτησης, μέσα από αφηγήσεις και τάσεις που αναδεικνύουν τη «φωνή του πελάτη».

Στο παρόν τεύχος (Part B), αποτυπώνεται ο ρόλος της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στην εξυπηρέτηση πελατών, καθώς και οι προσδοκίες για το μέλλον στο cx

Online συνεντεύξεις μέσω YouGov panel

Δομημένο ερωτηματολόγιο

Πληθυσμός: Άντρες & Γυναίκες 18+ Πανελλαδικά

Αντιπροσωπευτικό δείγμα: 1010 άτομα

Διεξαγωγή: Μαΐος 2026

Η Focus Bari είναι ο Affiliate Partner της YouGov στην Ελλάδα
(www.yougov.com)



Περιεχόμενα Part B:



Η εξέλιξη στο CX



AI στο CX



Ο πελάτης του αύριο

Α' ΕΝΟΤΗΤΑ:

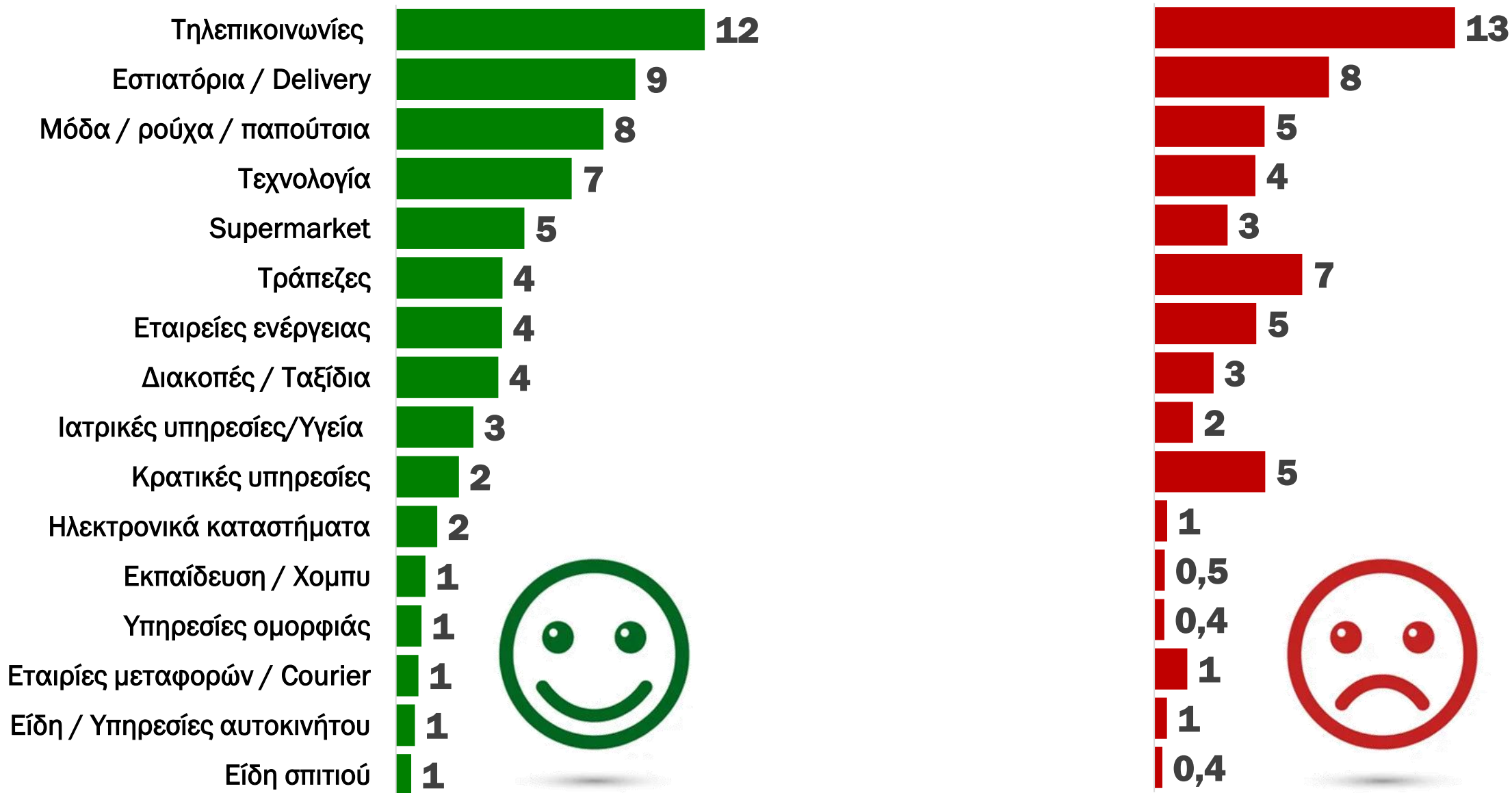
Η εξέλιξη στο CX



Το συναισθηματικό αποτύπωμα των κλάδων της αγοράς

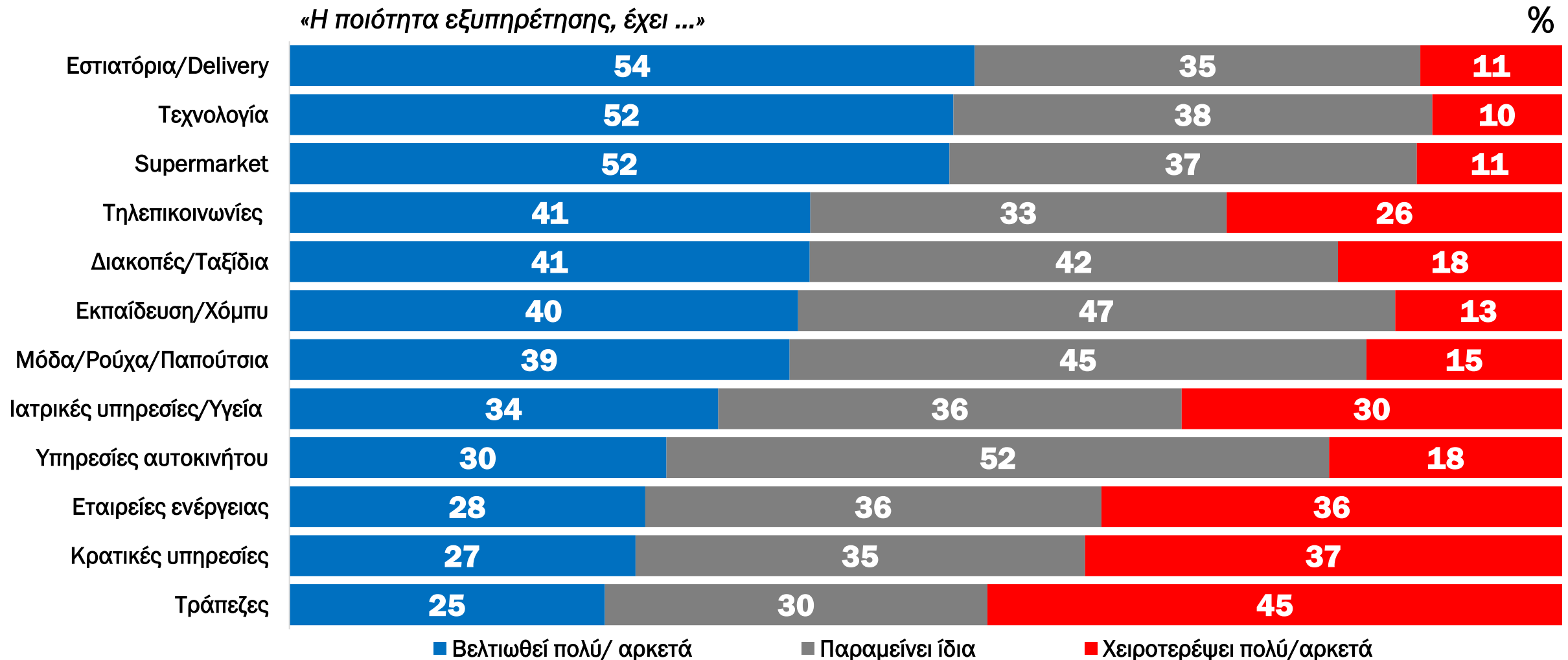
Τηλεπικοινωνίες & εστίαση στα άκρα του cx

%



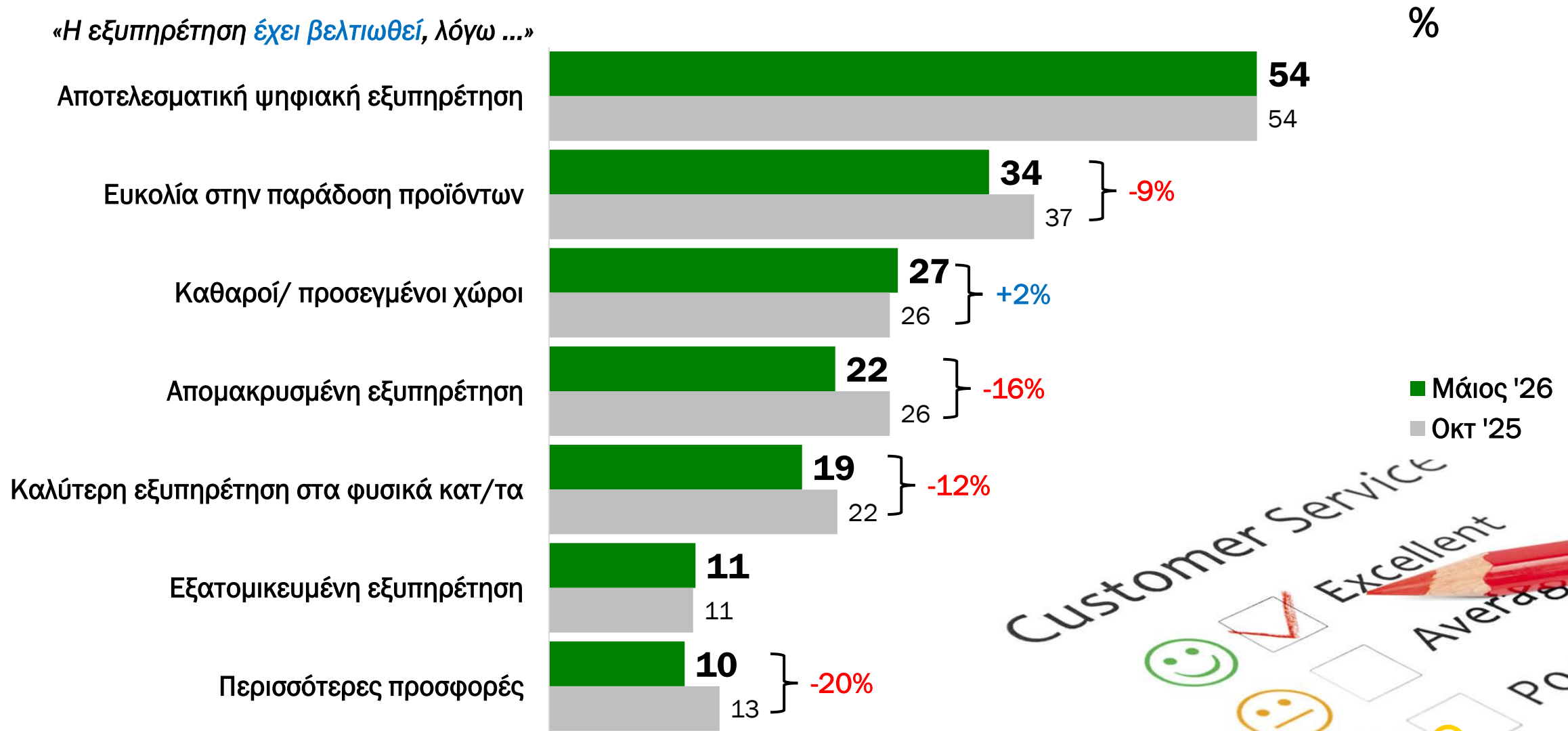
Οι κλάδοι που κερδίζουν τους καταναλωτές

Εστίαση, τεχνολογία και supermarket με την καλύτερη εικόνα στο CX



Ο ψηφιακός μετασχηματισμός βελτιώνει το CX

Πάνω από 1 στους 2 αναγνωρίζει καλύτερη εξυπηρέτηση μέσω digital καναλιών



Ακρίβεια και έλλειψη ενσυναίσθησης πλήττουν το CX

«Η εξυπηρέτηση έχει χειροτερέψει, γιατί ...»

%

Αύξηση τιμών

51

51

Αδιαφορία

47

45

+4%

Προβλήματα/ καθυστερήσεις σε απομακρυσμένες περιοχές

24

26

-9%

Μεγάλη αναμονή στα φυσικά κατ/τα

14

14

Προβλήματα/ καθυστερήσεις στην παράδοση προϊόντων

13

10

+29%

Ελλείψεις προϊόντων

9

11

-18%

Κακή εξυπηρέτηση/ λάθη

1

1

■ Μάιος '26

■ Οκτ '25

Customer Service

Excellent

Average

Poor





#1 KEY LEARNING

Το CX βελτιώνεται, αλλά η θετική έκβαση δεν είναι δεδομένη.

Τα ψηφιακά κανάλια ενισχύουν την εμπειρία πελάτη.

Στον αντίποδα,

ακρίβεια και έλλειψη ουσιαστικής επικοινωνίας υπονομεύουν την εμπειρία.

B' ΕΝΟΤΗΤΑ: **AI στο CX**



Η ΤΝ κερδίζει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών διαχρονικά. 3 στους 5 βλέπουν την ΤΝ ως σύμμαχο στο CX

“Η Τεχνητή Νοημοσύνη, θα κάνει την εξυπηρέτηση πελατών ...”

%

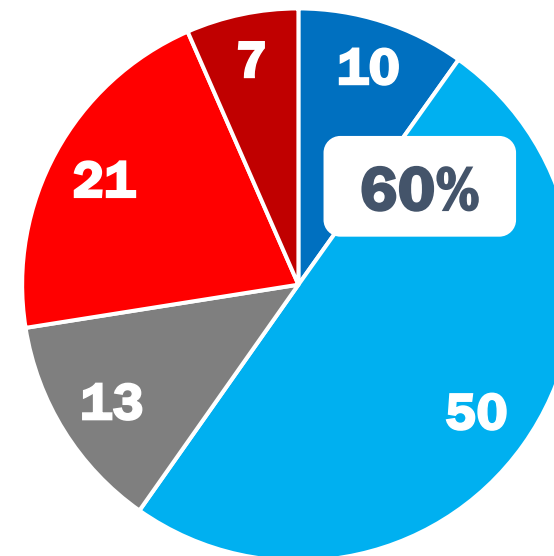
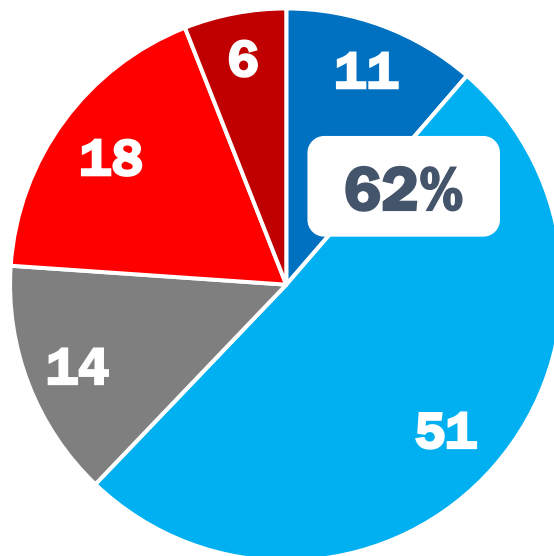
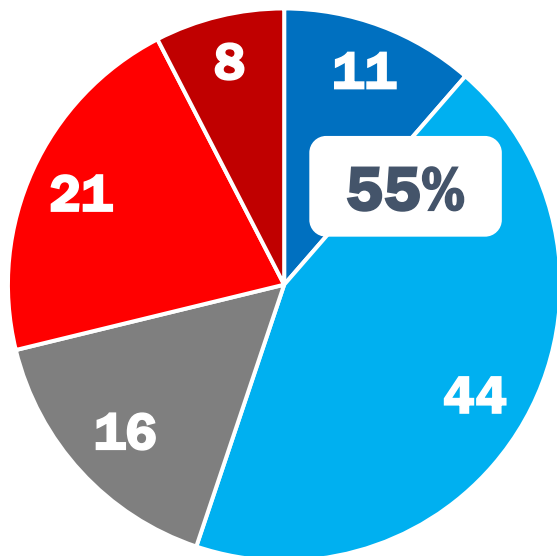
Απρίλιος 2025

VS

Οκτώβριος 2025

VS

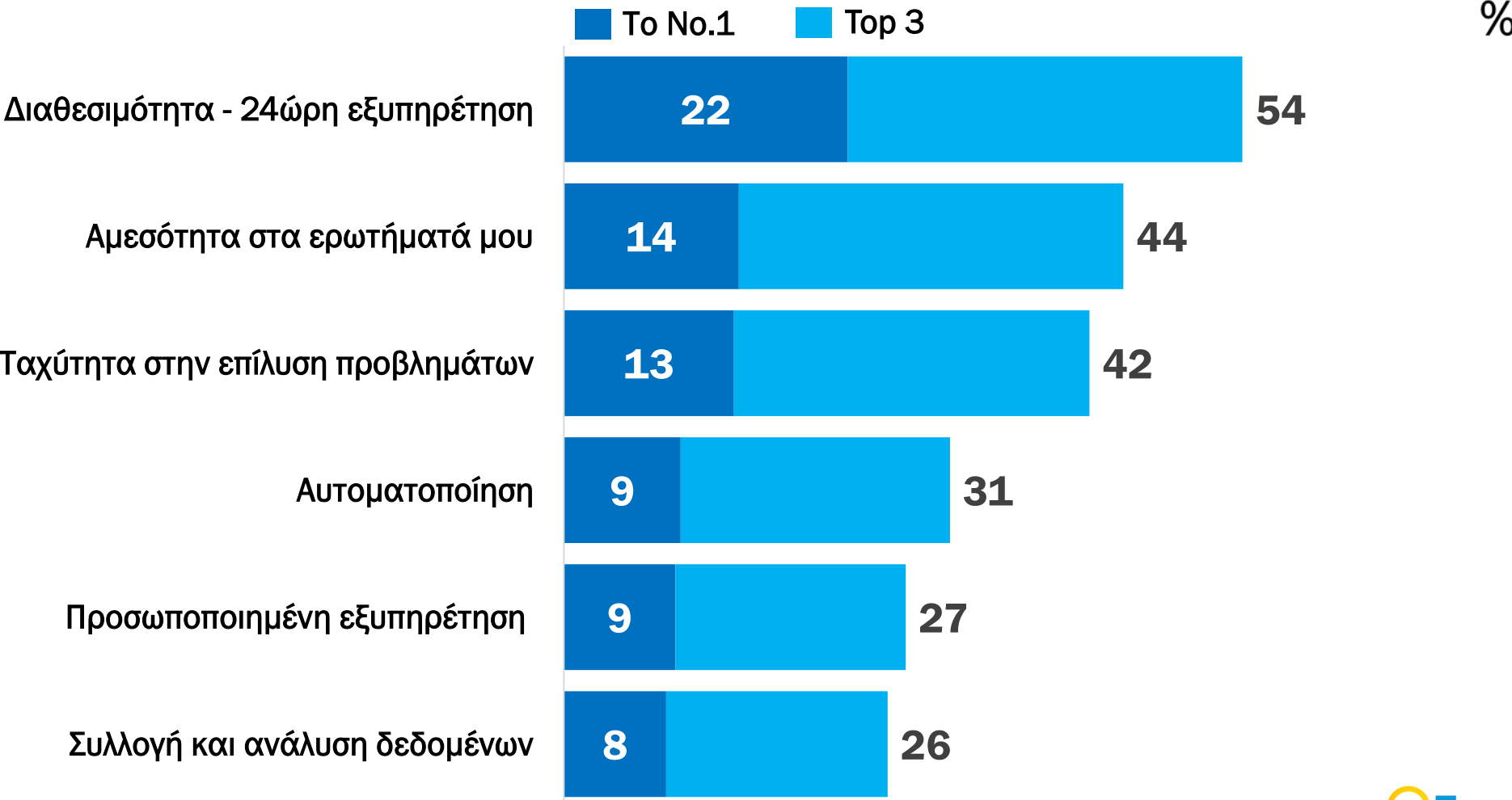
Μάιος 2026



■ Πολύ καλύτερη ■ Αρκετά καλύτερη/αποτελεσματική ■ Δε θα την επηρεάσει καθόλου ■ Χειρότερη ■ Πολύ χειρότερη

24ωρη υποστήριξη, άμεσες απαντήσεις και ταχύτερη επίλυση προβλημάτων, **το τρίπτυχο της TN στην εξυπηρέτηση**

«Με ποιους τρόπους πιστεύετε ότι τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης συμβάλλουν στη βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών; »



2 στους 3 Έλληνες παραμένουν εξοικειωμένοι με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στο CX

“Πόσο εξοικειωμένος/η αισθάνεστε να χρησιμοποιείτε νέες τεχνολογίες (π.χ. chatbot, online εργαλεία, voice.ai) για την εξυπηρέτησή σας;»

%

Οκτώβριος 2025

VS

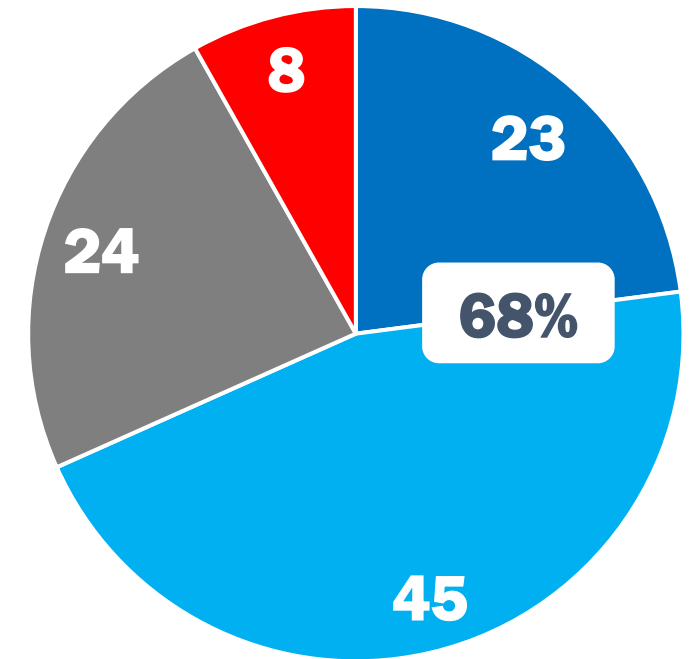
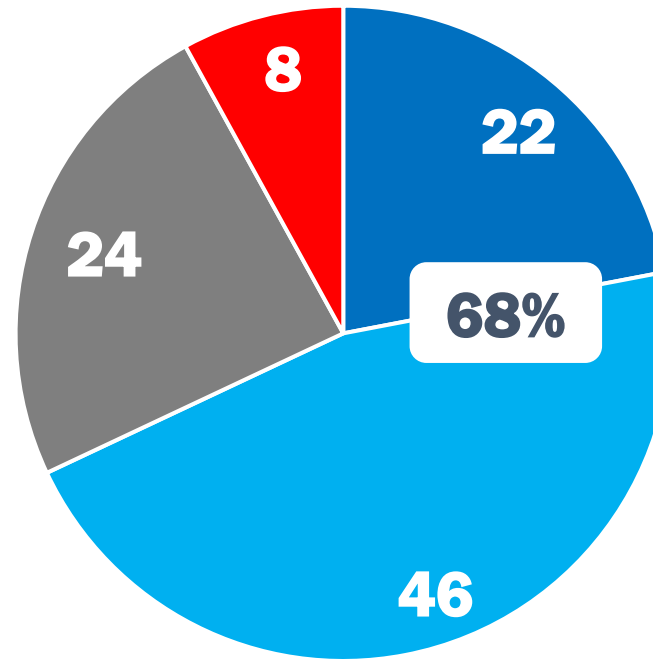
Μάιος 2026

Πολύ εξοικειωμένος/η

Αρκετά εξοικειωμένος/η

Μέτρια εξοικειωμένος/η

Όχι τόσο/καθόλου εξοικειωμένος/η





#2 KEY LEARNING

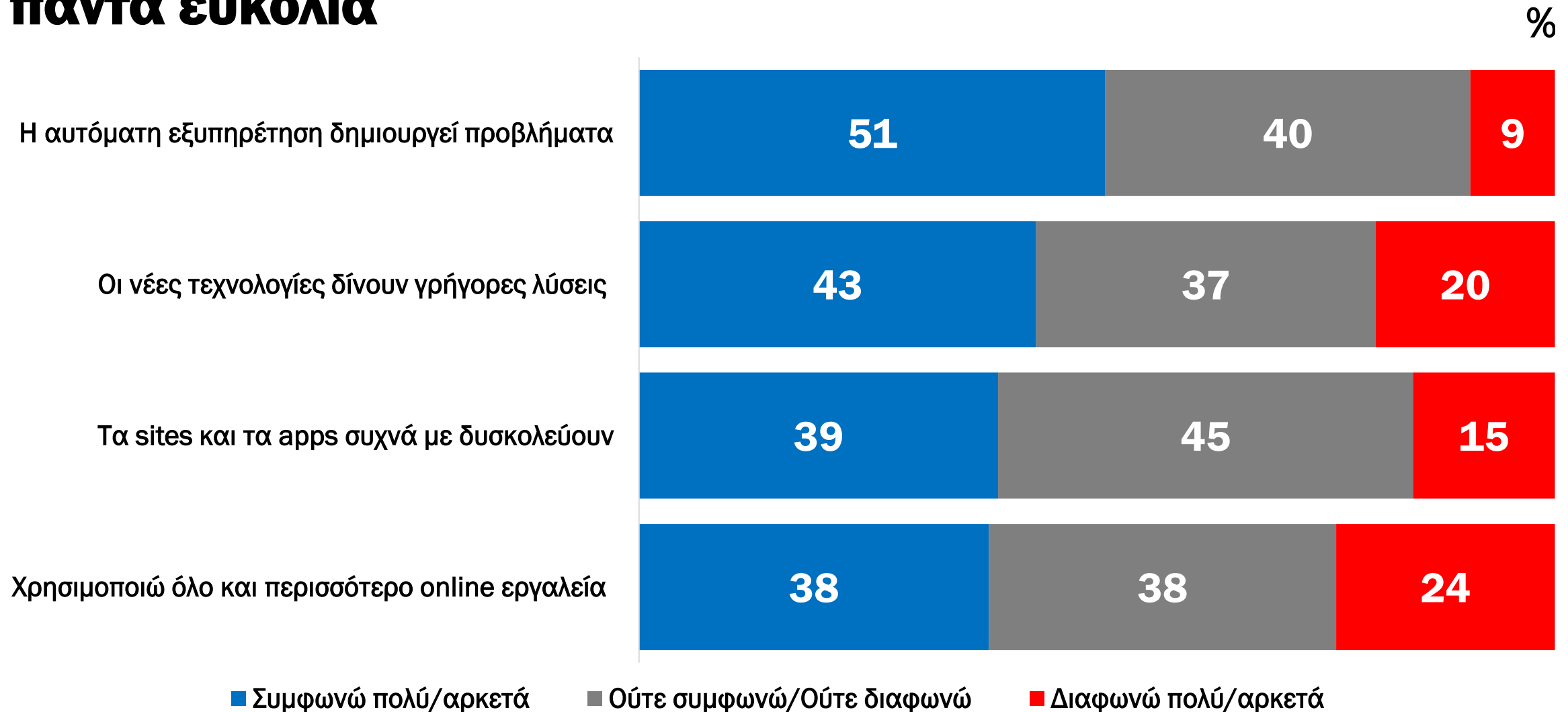
*Η Τεχνητή Νοημοσύνη
εδραιώνεται ως σύμμαχος του
Customer Experience στην
Ελλάδα.*

*Οι καταναλωτές αναγνωρίζουν
κυρίως την
24ωρη διαθεσιμότητα,
την αμεσότητα και την
ταχύτερη επίλυση προβλημάτων
που προσφέρει.*

Γ' ΕΝΟΤΗΤΑ: Ο πελάτης του αύριο



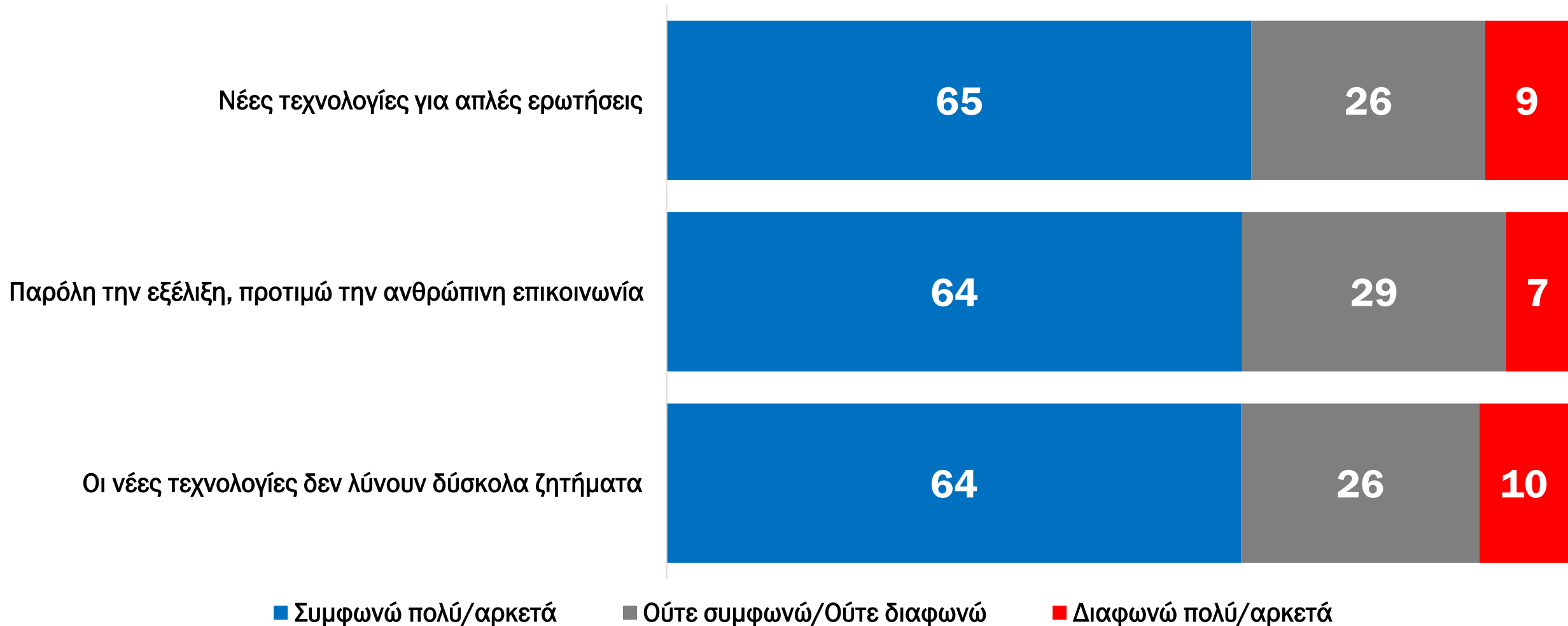
Η ψηφιακή εξυπηρέτηση προσφέρει ταχύτητα, αλλά όχι πάντα ευκολία



Η επόμενη μέρα του Customer Experience:

Στα απλά, ψηφιακά, στα σύνθετα, ανθρώπινη υποστήριξη

%



2 στους 3 Έλληνες παραμένουν εξοικειωμένοι με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στο CX

“Πόσο εξοικειωμένος/η αισθάνεστε να χρησιμοποιείτε νέες τεχνολογίες (π.χ. chatbot, online εργαλεία, voice.ai) για την εξυπηρέτησή σας;»

%

Οκτώβριος 2025

VS

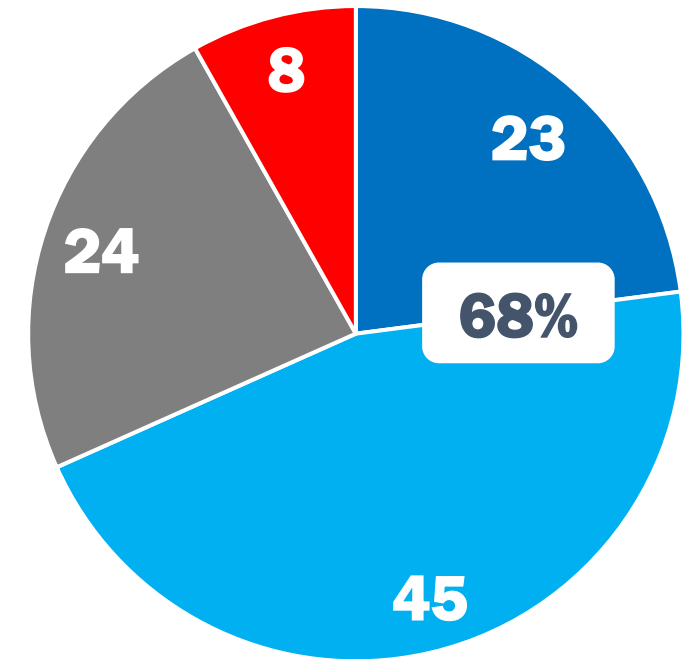
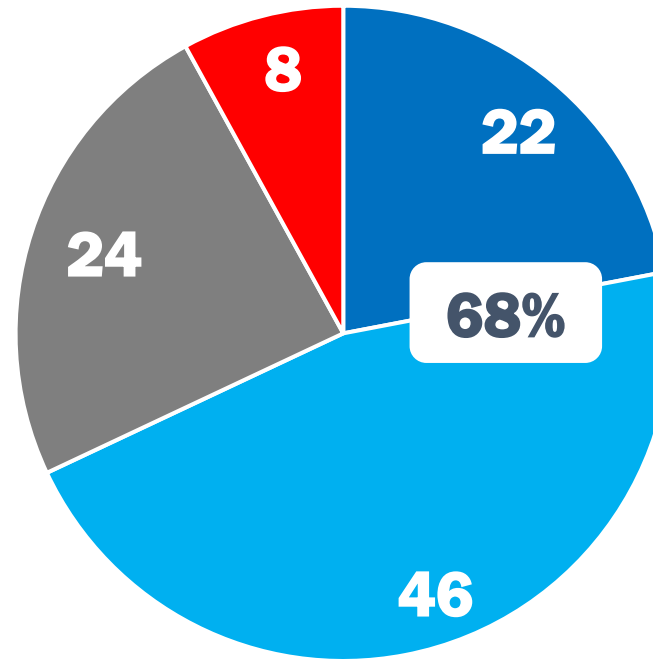
Μάιος 2026

Πολύ εξοικειωμένος/η

Αρκετά εξοικειωμένος/η

Μέτρια εξοικειωμένος/η

Όχι τόσο/καθόλου εξοικειωμένος/η



Ο σεβασμός στο περιβάλλον παραμένει ζητούμενο, αλλά όχι προτεραιότητα για όλους

“Όταν επιλέγετε εταιρεία ή οργανισμό για προϊόντα ή υπηρεσίες, πόσο σας επηρεάζει, αν...

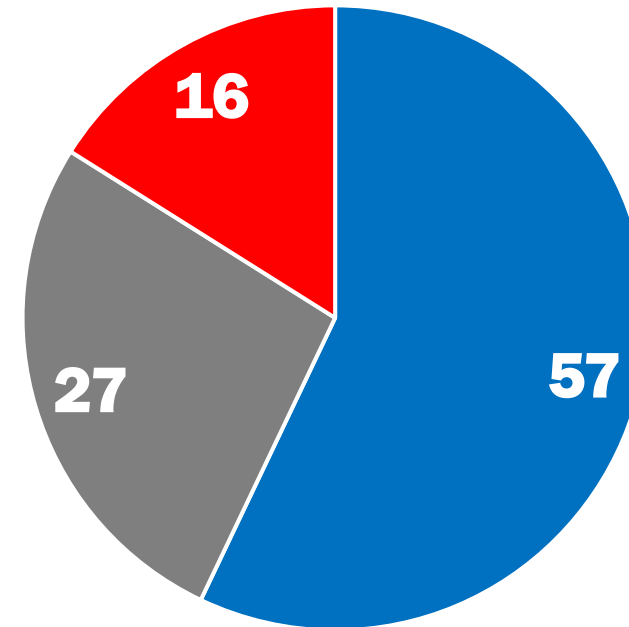
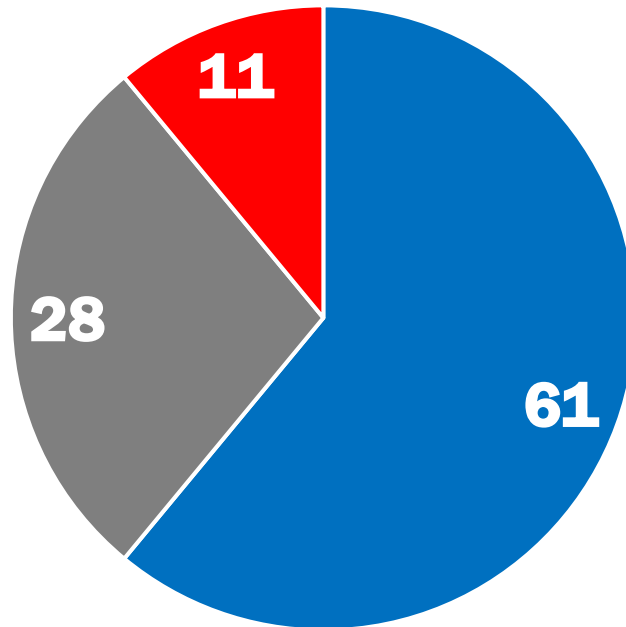
... δείχνει σεβασμό στο περιβάλλον

%

Οκτώβριος 2025

VS

Μάιος 2026



■ Σε πολύ μεγάλο βαθμό/αρκετά

■ Μέτρια

■ Λίγο/καθόλου

Το κοινωνικό αποτύπωμα παραμένει σημαντικό, αλλά όχι κορυφαία προτεραιότητα

“Όταν επιλέγετε εταιρεία ή οργανισμό για προϊόντα ή υπηρεσίες, πόσο σας επηρεάζει, αν...”

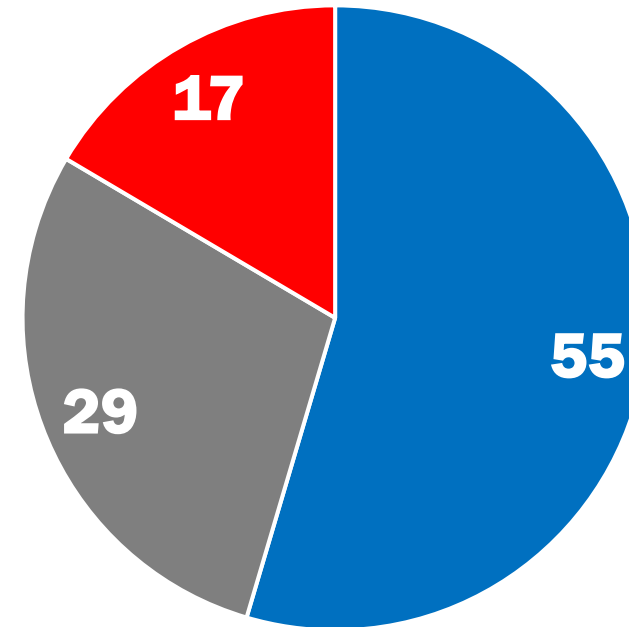
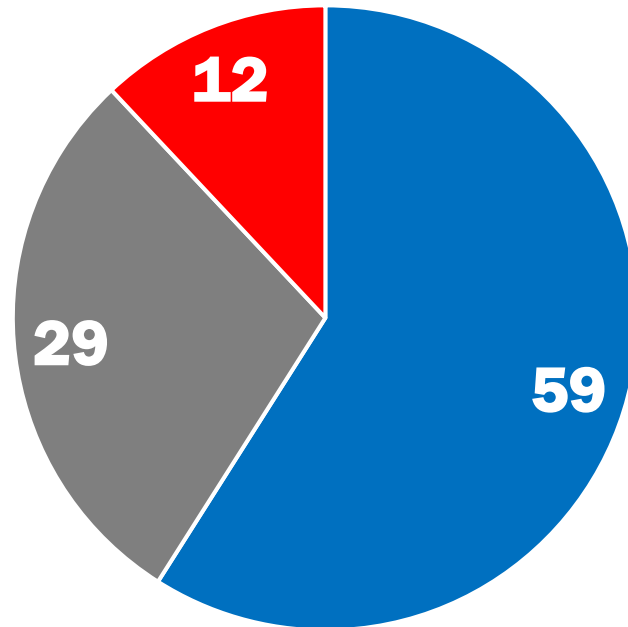
... στηρίζει κοινωνικές δράσεις

%

Οκτώβριος 2025

VS

Μάιος 2026



■ Σε πολύ μεγάλο βαθμό/αρκετά

■ Μέτρια

■ Λίγο/καθόλου



#3 KEY LEARNING

Ο πελάτης του αύριο είναι ψηφιακά εξοικειωμένος και ανοιχτός στην τεχνολογία, αλλά,

συνεχίζει να αναζητά ανθρώπινη υποστήριξη στις κρίσιμες στιγμές της εξυπηρητησής του.

ESG στοιχεία (περιβάλλον και κοινωνικό αποτύπωμα), λαμβάνονται υπόψη από τους καταναλωτές, χωρίς όμως να καθορίζουν τις τελικές επιλογές τους.

CX stories:

Βαρόμετρο

Εμπειριών

«AI & Τάσεις στο CX»

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας

A' wave: 2026

Part : B

Thank you!

Want more info? Ask xenia@focus.gr

