

CX stories: Η επόμενη εποχή - η δύναμη της εμπειρίας

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας
B'wave_2025
Part : B





CX Stories της Focus Bari

Κάθε χρόνο, δύο φορές (Μάρτιος – Οκτώβριος)
καταγράφουμε τις **εμπειρίες πελατών**
με **οποιοδήποτε οργανισμό**
μέσα από περιγραφές με **δικά τους λόγια**

Οι **θετικές εμπειρίες WOW CX Stories ☺**
καταγράφονται στο πλαίσιο της Εθνικής
Εβδομάδας Εξυπηρέτησης Πελατών του ΕΙΕΠ
που γίνεται **κάθε Οκτώβριο** βραβεύοντας τις
τρεις πιο εντυπωσιακές

Οι **αρνητικές εμπειρίες OUCH CX Stories ☹**
καταγράφονται επίσης, ώστε να αποτελέσουν
πηγές έμπνευσης για βελτίωση

Η ταυτότητα της έρευνας



Η προηγούμενη έκδοση (Part A) εστιάζει στις εμπειρίες εξυπηρέτησης, μέσα από αφηγήσεις και τάσεις που αναδεικνύουν τη «φωνή του πελάτη».

Η παρούσα έκδοση (Part B) αποτιμά συνολικά την ποιότητα εξυπηρέτησης σήμερα, εξετάζει τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) και φωτίζει τις προσδοκίες του «πελάτη του αύριο»

Online συνεντεύξεις μέσω YouGov panel


Δομημένο ερωτηματολόγιο

Πληθυσμός : Άντρες & Γυναίκες 18+ Πανελλαδικά

Αντιπροσωπευτικό δείγμα : 1002 άτομα.

Διεξαγωγή : Οκτώβριος 2025

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



Περιεχόμενα

Part B:



Η ποιότητα εξυπηρέτησης σήμερα



Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) στην εξυπηρέτηση πελατών



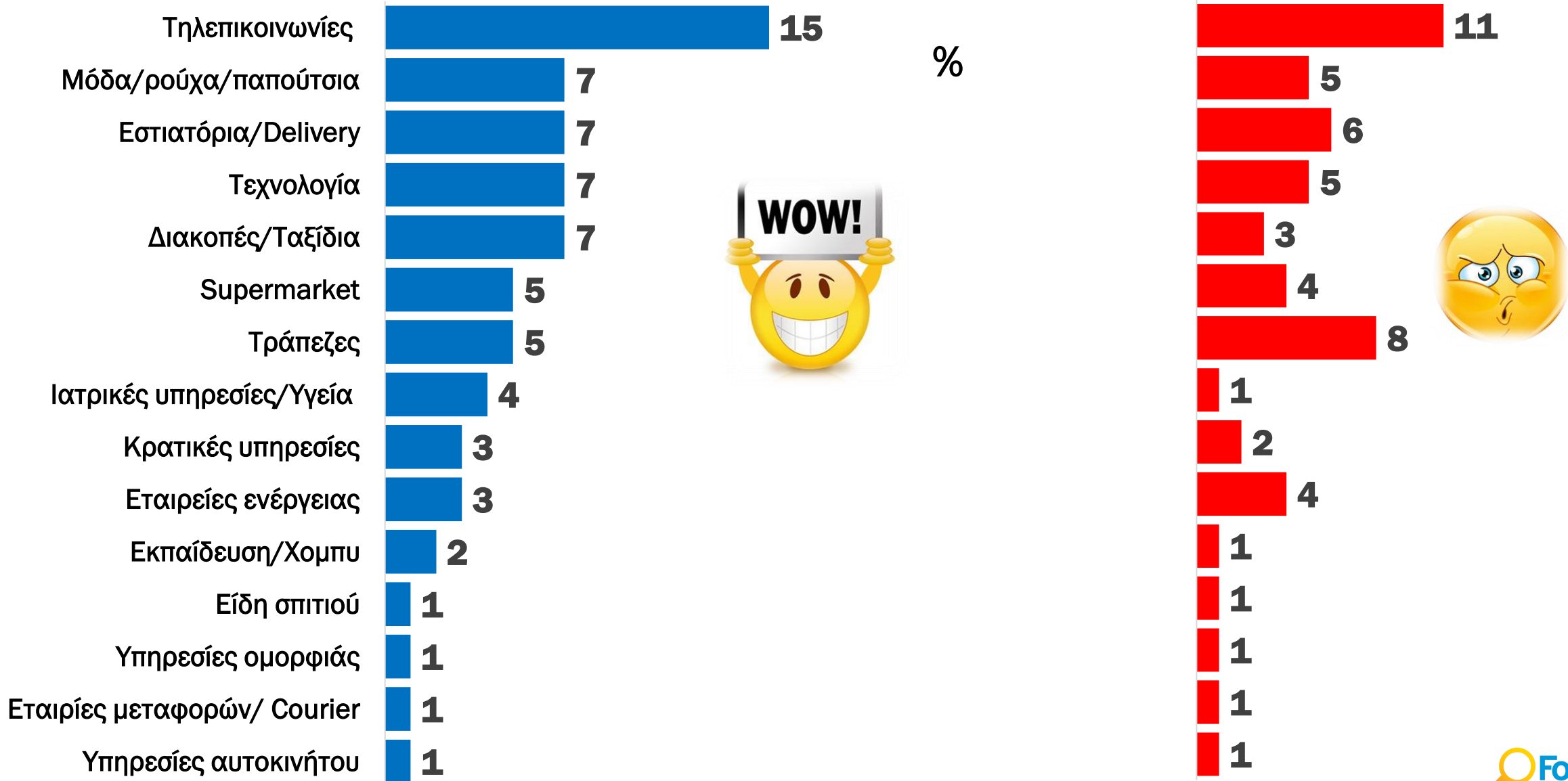
Ο πελάτης του αύριο

Α' ΕΝΟΤΗΤΑ:

Η ποιότητα εξυπηρέτησης σήμερα

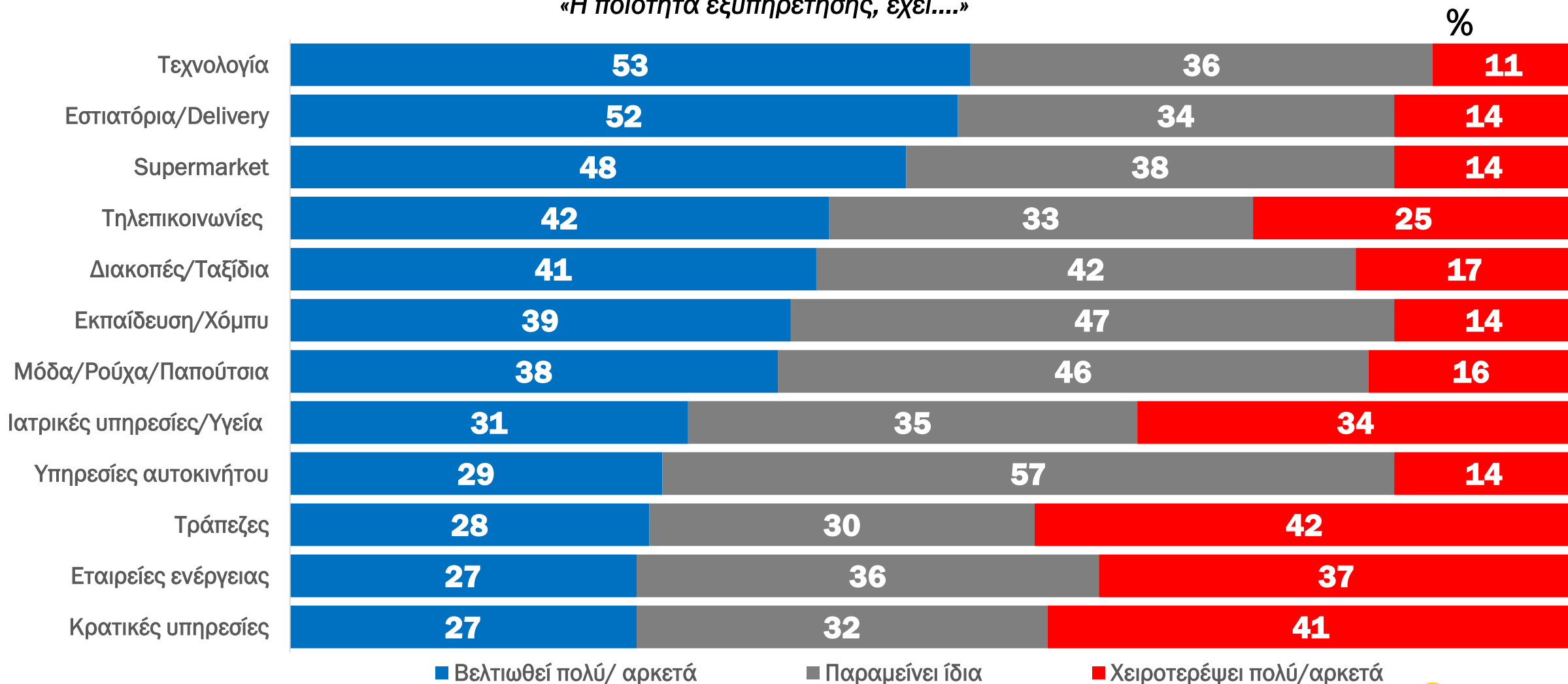


Η ένταση των εμπειριών ανά κλάδο: **Θετικές** vs **αρνητικές**



Οι Έλληνες αποτιμούν τη βελτίωση στην εξυπηρέτηση πελατών: Πιο θετικά ξεχωρίζουν οι κλάδοι τεχνολογίας, εστίασης & supermarket

«Η ποιότητα εξυπηρέτησης, έχει....»



Πάνω από 1 στους 2 καταναλωτές βλέπει τον ψηφιακό μετασχηματισμό ως αναβάθμιση στην εξυπηρέτηση, με την άμεση παράδοση να ακολουθεί...

Η εξυπηρέτηση έχει βελτιωθεί, γιατί...



Στον αντίποδα, οι αυξημένες τιμές και η ψυχρή στάση υποβαθμίζουν την εμπειρία του πελάτη

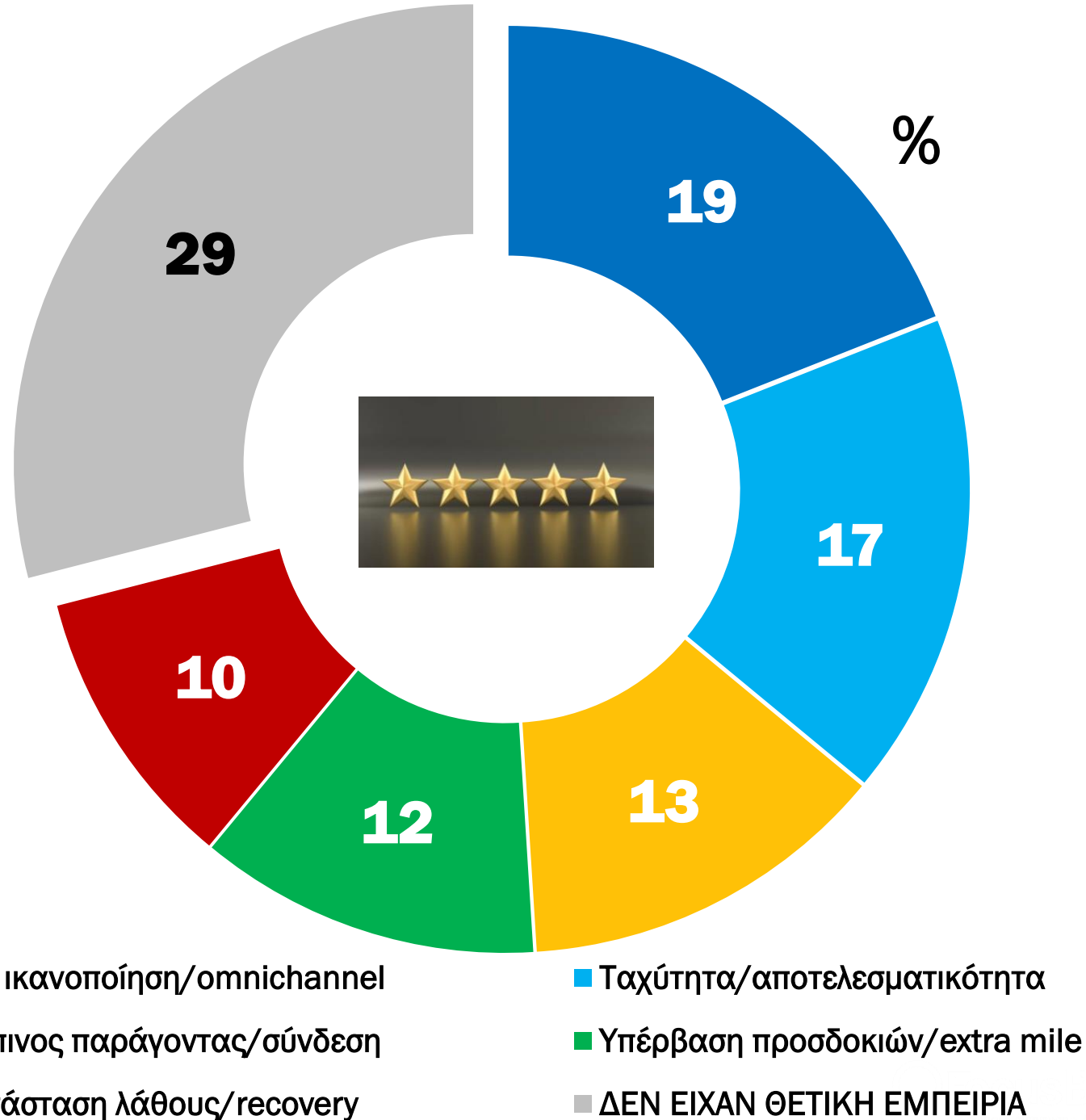


Ο πελάτης θυμάται πράξεις όχι διαδικασίες!

Η κάλυψη των βασικών του αναγκών και η γρήγορη, αποτελεσματική εξυπηρέτηση δημιουργούν εμπιστοσύνη.

Η ανθρώπινη σύνδεση και η αυθεντική διάθεση, το να πάω «ένα βήμα παραπάνω» χτίζουν πιστότητα.

Όλα τα παραπάνω, αποτελούν συστατικά θετικής εμπειρίας.



B' ΕΝΟΤΗΤΑ:

Η Τεχνητή Νοημοσύνη στην εξυπηρέτηση πελατών



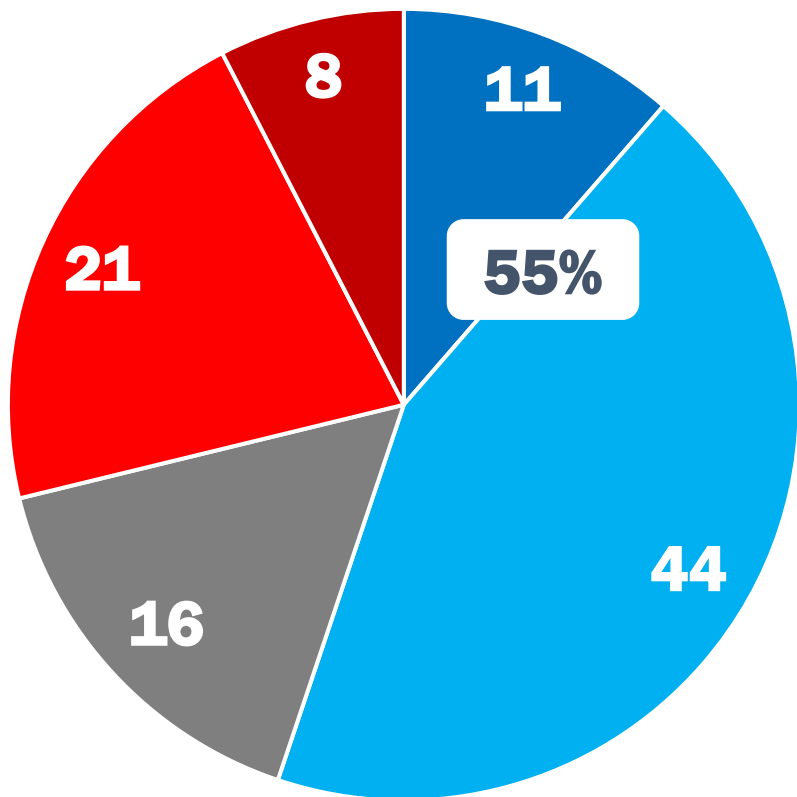
Η ΤΝ κερδίζει έδαφος: σαφώς πιο θετική στάση μέσα σε 6 μήνες

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

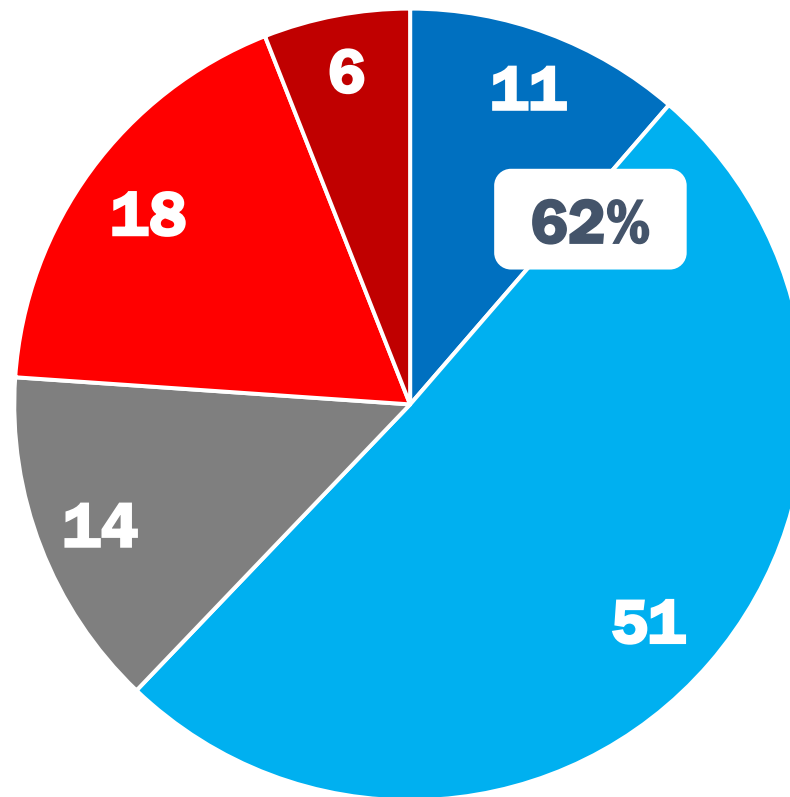
Απρίλιος 2025

VS

Οκτώβριος 2025



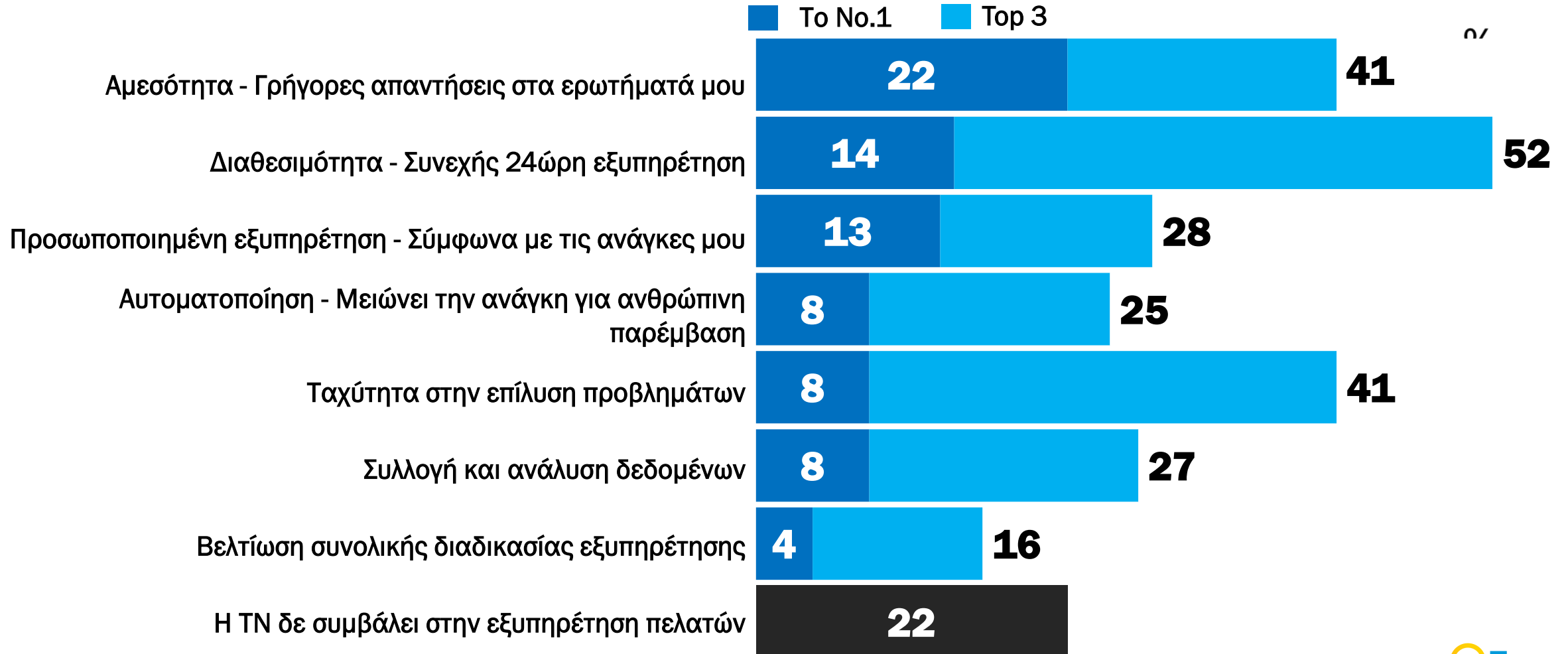
%



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

Μόνο 1 στους 5 δεν βλέπει όφελος από την TN, οι περισσότεροι εκτιμούν γρήγορους χρόνους, συνεχή παρουσία και άμεσο reply

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

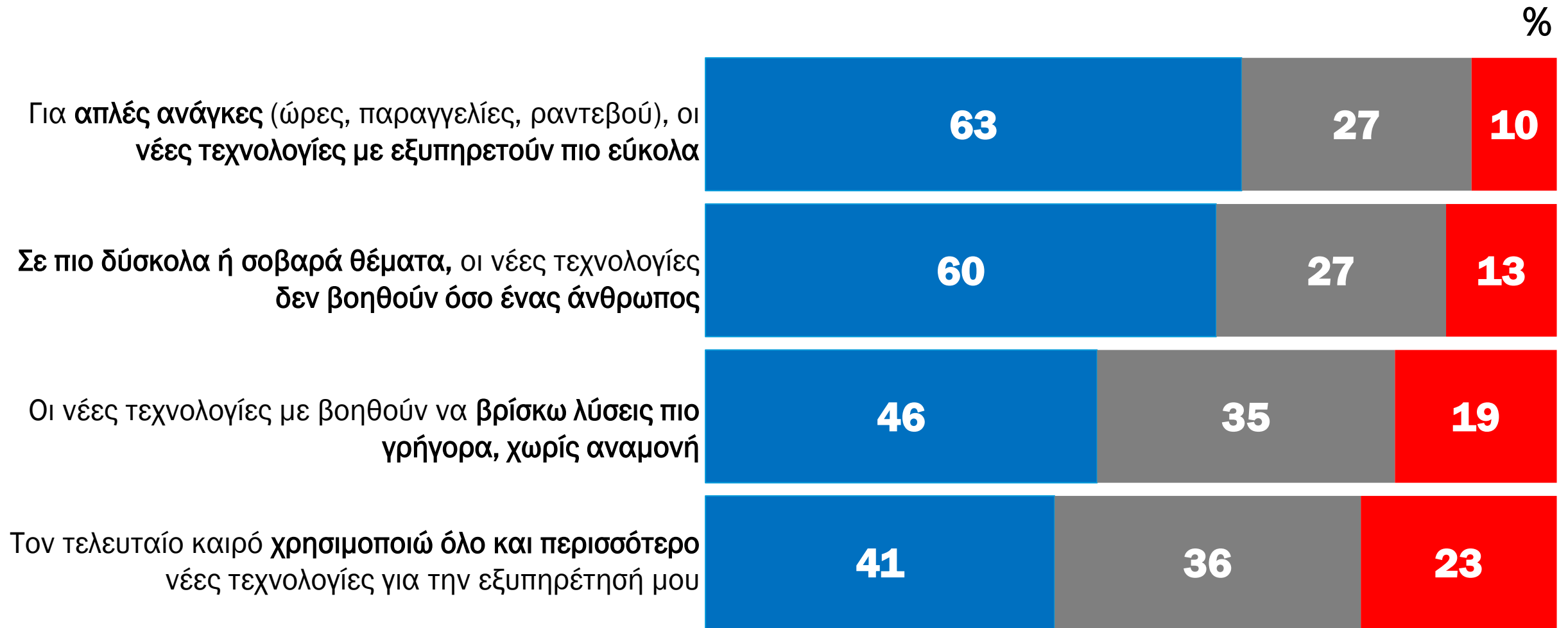


Γ' ΕΝΟΤΗΤΑ:

Ο πελάτης του αύριο



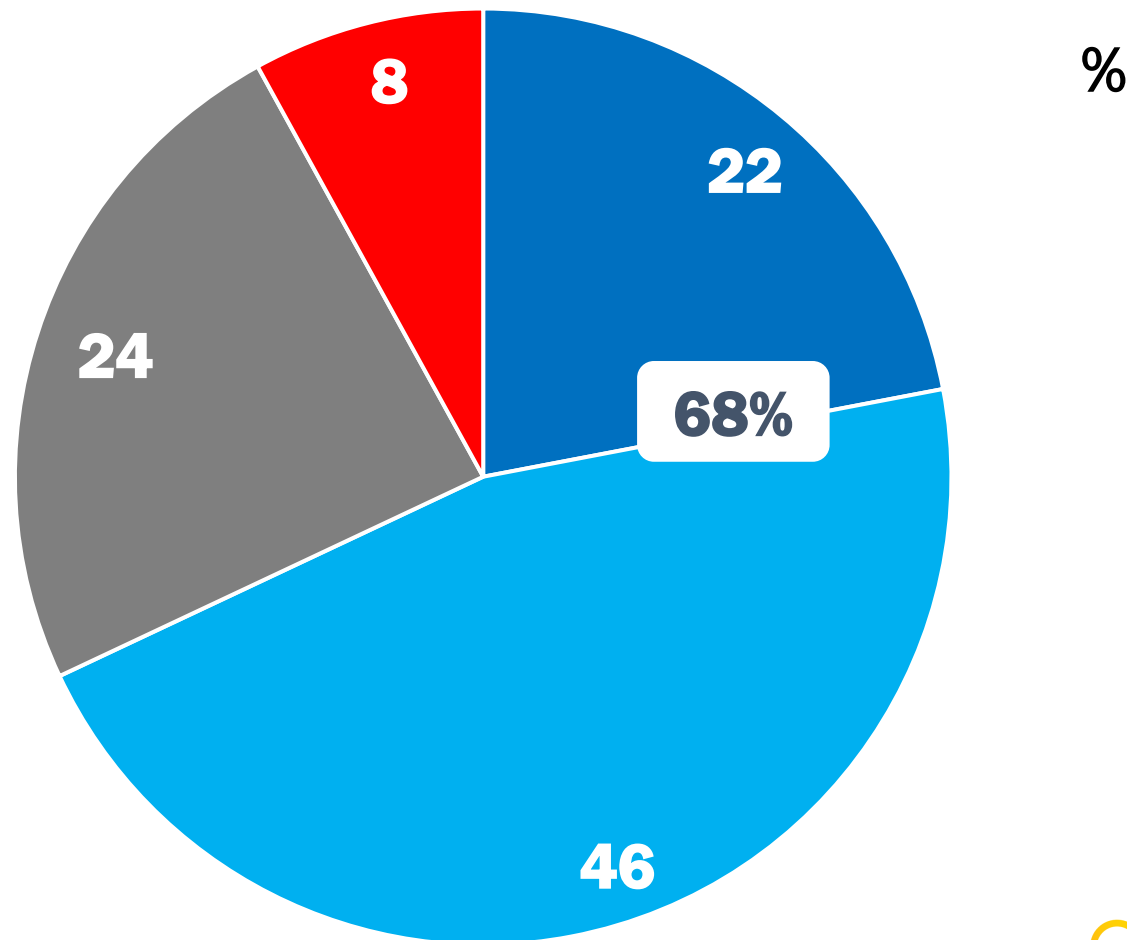
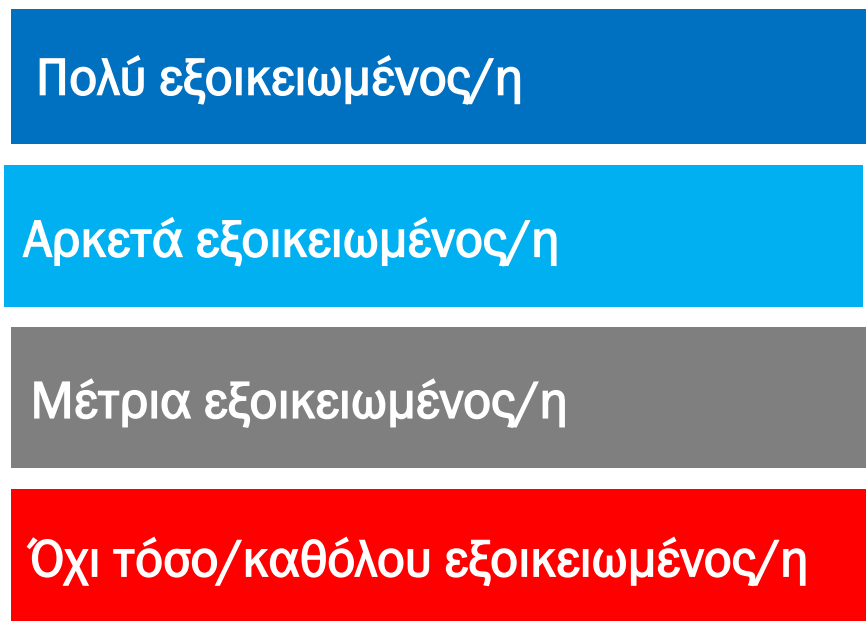
Οι Έλληνες βρίσκουν **χρήσιμα τα ψηφιακά εργαλεία στα απλά, αλλά στα δύσκολα θέλουν ανθρωπινή επαφή**



■ Συμφωνώ πολύ/ αρκετά ■ Ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ ■ Διαφωνώ πολύ/αρκετά

Παρά τις επιφυλάξεις, η ψηφιακή εξυπηρέτηση είναι πλέον οικεία για δύο στους τρεις καταναλωτές

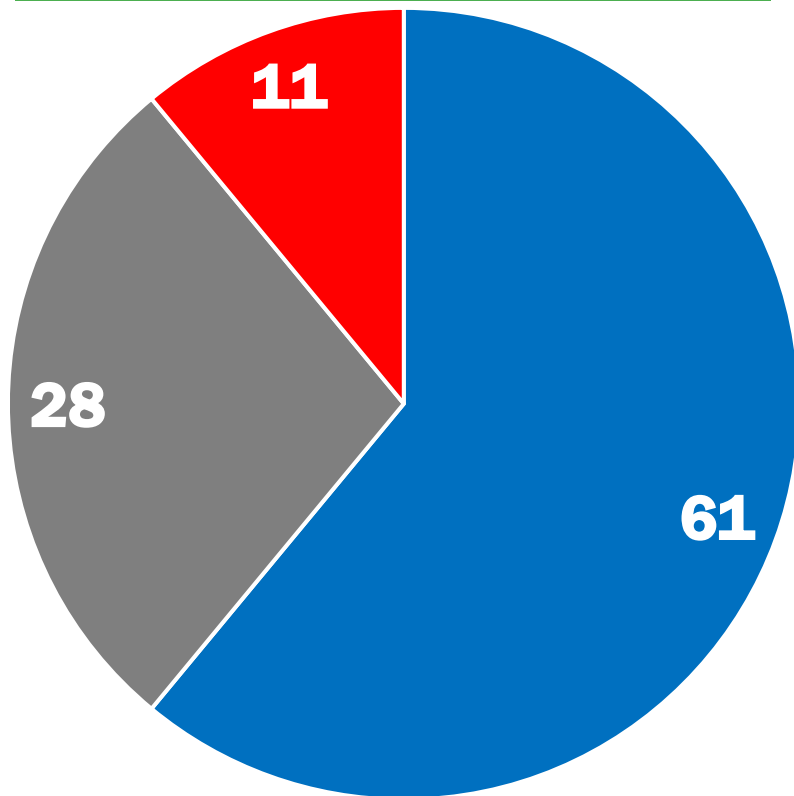
“Πόσο εξοικειωμένος/η αισθάνεστε να χρησιμοποιείτε νέες τεχνολογίες (π.χ. chatbot, online εργαλεία, voice.ai) για την εξυπηρέτησή σας;»



Η υπευθυνότητα στο ESG μετράει: 3 στους 5 Έλληνες προτιμούν εταιρείες με θετικό περιβαλλοντικό και κοινωνικό αποτύπωμα

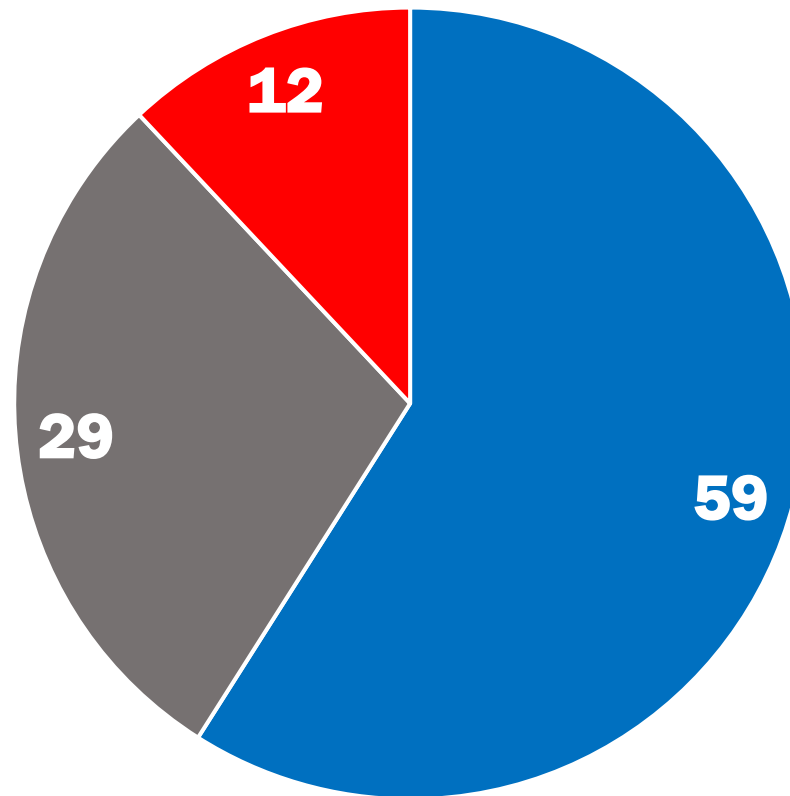
“Όταν επιλέγετε εταιρεία ή οργανισμό για προϊόντα ή υπηρεσίες, πόσο σας επηρεάζει, αν...”

...δείχνει σεβασμό στο περιβάλλον



■ Σε πολύ μεγάλο βαθμό/αρκετά

...στηρίζει κοινωνικές δράσεις



■ Μέτρια

■ Λίγο/καθόλου

Key Learnings

1

Η εμπειρία εμπλουτίζεται και ο πελάτης το νιώθει.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν είναι απλώς “εργαλεία”: είναι η προσδοκία ότι οι καθημερινές συναλλαγές γίνονται πιο απλές, πιο γρήγορες και πιο ξεκούραστες για τον καταναλωτή.

2

Η ανθρώπινη παρουσία και το “ένα βήμα παραπάνω” κάνουν πραγματικά τη διαφορά. Η κάλυψη των βασικών αναγκών και η ταχύτητα χτίζουν εμπιστοσύνη, αλλά η αυθεντικότητα, το νοιάξιμο, και το σωστό recovery χτίζουν πιστότητα.

3

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αλλάζει τον ρυθμό της εξυπηρέτησης.

Βασικά πλεονεκτήματα: γρήγορες απαντήσεις, άμεση διαθεσιμότητα, 24/7 παρουσία. Η πλειοψηφία (63%) βλέπουν άμεσα οφέλη στην εξυπηρέτησή τους σε απλά ζητήματα (ραντεβού, πληροφορίες...), από τη χρήση νέων τεχνολογιών.

4

Η υπευθυνότητα δεν είναι μόνο «ωραίο να υπάρχει», αποτελεί και προϋπόθεση.

Τρεις στους πέντε Έλληνες επιλέγουν εταιρείες που σέβονται το περιβάλλον και στηρίζουν την κοινωνία. Η εμπειρία δεν είναι μόνο εξυπηρέτηση, είναι αξίες.

Key Learnings

1

Η εμπειρία εμπλουτίζεται και ο πελάτης το νιώθει.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν είναι απλώς “εργαλεία”: είναι η προσδοκία ότι οι καθημερινές συναλλαγές γίνονται πιο απλές, πιο γρήγορες και πιο ξεκούραστες για τον καταναλωτή.

2

Η ανθρώπινη παρουσία και το “ένα βήμα παραπάνω” κάνουν πραγματικά τη διαφορά.

Η κάλυψη των βασικών αναγκών και η ταχύτητα χτίζουν εμπιστοσύνη, αλλά η αυθεντικότητα, το νοιάξιμο, και το σωστό recovery χτίζουν πιστότητα.

3

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αλλάζει τον ρυθμό της εξυπηρέτησης.

Βασικά πλεονεκτήματα: γρήγορες απαντήσεις, άμεση διαθεσιμότητα, 24/7 παρουσία.

Η πλειοψηφία (63%) βλέπουν άμεσα οφέλη στην εξυπηρέτησή τους ιδιαίτερα σε απλά ζητήματα (ραντεβού, πληροφορίες...), μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών.

4

Η υπευθυνότητα δεν είναι μόνο «ωραίο να υπάρχει», αποτελεί βασική προϋπόθεση.

Τρεις στους πέντε Έλληνες επιλέγουν εταιρείες που σέβονται το περιβάλλον και στηρίζουν την κοινωνία. Η εμπειρία δεν είναι μόνο εξυπηρέτηση, είναι αξίες.

CX stories : Η επόμενη εποχή - η δύναμη της εμπειρίας

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας

B' wave: 2025

Part : B

Thank you!

Want more info? Ask xenia@focus.gr

