

Η Εμπειρία Πελάτη στην AI Εποχή



Θεσσαλονίκη, 24 Σεπτεμβρίου 2025

Ξένια Κούρτογλου, MSc.

Founder Focus Bari AND Resilience Expert



Thank you!

Θα δούμε...

- Γιατί «Εμπειρία Πελάτη;»
 - Τι είναι η «Εμπειρία Πελάτη;»
-
- Πόσο Digital είναι οι Έλληνες;
 - Πώς νιώθουν για την ΤΝ;
-
- Τι αλλάζει στην Εμπειρία Πελάτη;
 - Στο «δια ταύτα» : πού καταλήγουμε;

Δυο λόγια για μένα



Τι σημαίνει «Resilience Expert?»
Ειδικός στην Ψυχική Ανθεκτικότητα

*Σε βοηθώ να χτίσεις εκείνες τις ποιότητες
ώστε να αντιμετωπίζεις με επιτυχία τις
συνεχείς αλλαγές της ζωής προσωπικά &
επαγγελματικά / στην επιχείρησή σου!*

*Σημασία δεν έχει πόσο ψηλά πας, αλλά
και πόσο μακριά πας!*

Οι Πηγές μου



Έρευνα ΕΙΕΠ τα FB CX Stories

- Από το 1995 παρακολουθεί την σχέση των Ελλήνων με την τεχνολογία
- Τηλεφωνικές συνεντεύξεις CATI
- Ετήσιο δείγμα 20.000

- Συνεχής Πανελλαδική Έρευνα online
- Πλειάδα ερωτήσεων κοινής γνώμης, αγοραστικών συνηθειών, στοιχείων νοοτροπίας, στάσεων & θέσεων πάνω σε κοινωνικά θέματα, έκθεση στα MME...
- Ετήσιο δείγμα 8.500+

- Ποσοτική Πανελλαδική Έρευνα
- Πληθυσμός : Ενήλικες 18-64
- Δείγμα : 600 άτομα
- Διεξαγωγή : Απρίλιος-Οκτώβριος
- Δομημένο ερωτηματολόγιο
- Αληθινές ιστορίες CX (Wow & Ouch)
- YouGov Online Panel (40.000+)
- Η Focus Bari είναι ο Affiliate Partner της YouGov στην Ελλάδα

Γιατί είναι Σημαντική η Εμπειρία του Πελάτη;

Η κορυφαία εμπειρία του πελάτη είναι το σημαντικότερο σημείο αποτύπωσης της εταιρικής αποστολής

Φιλοσοφία &
Αποστολή

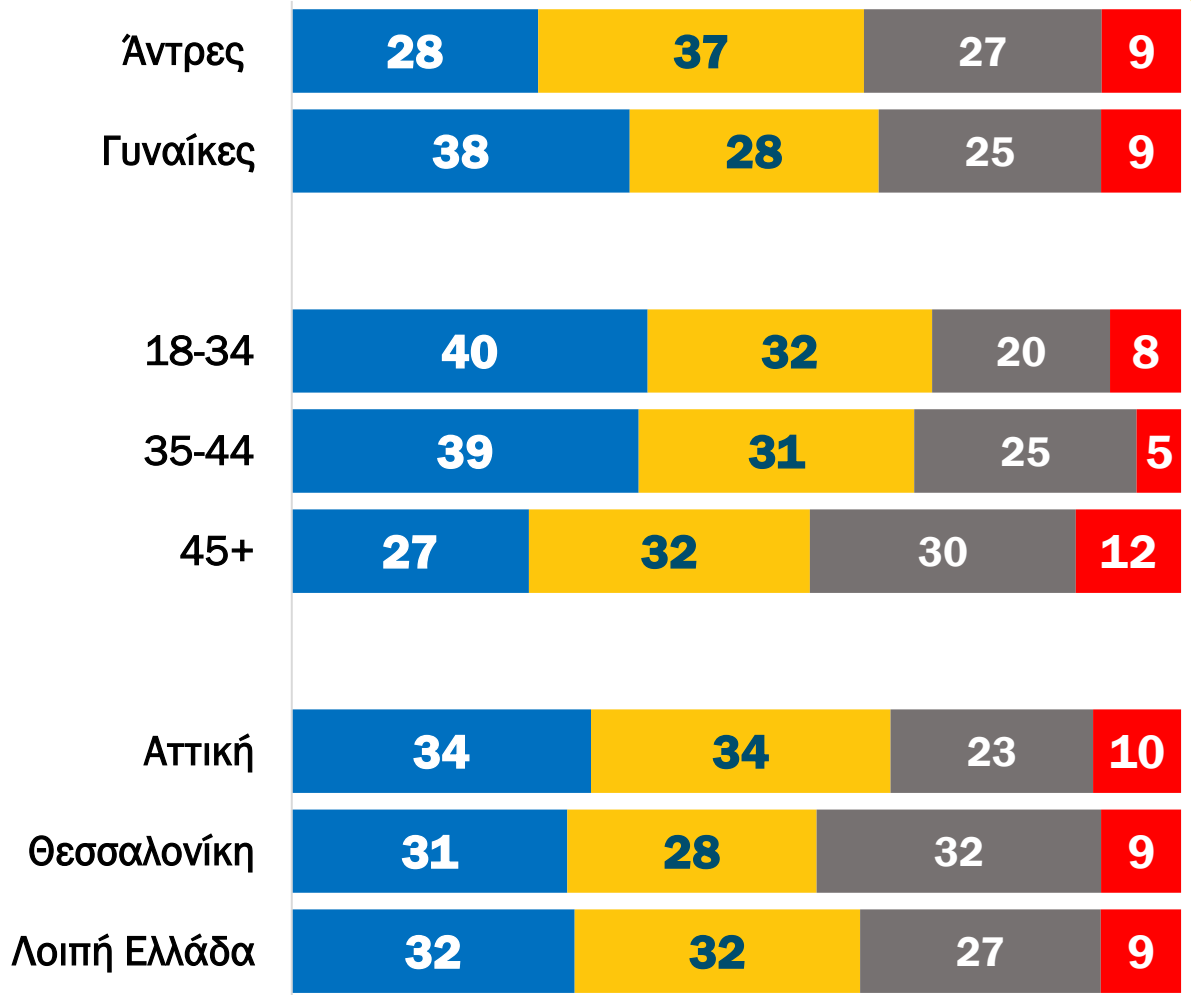
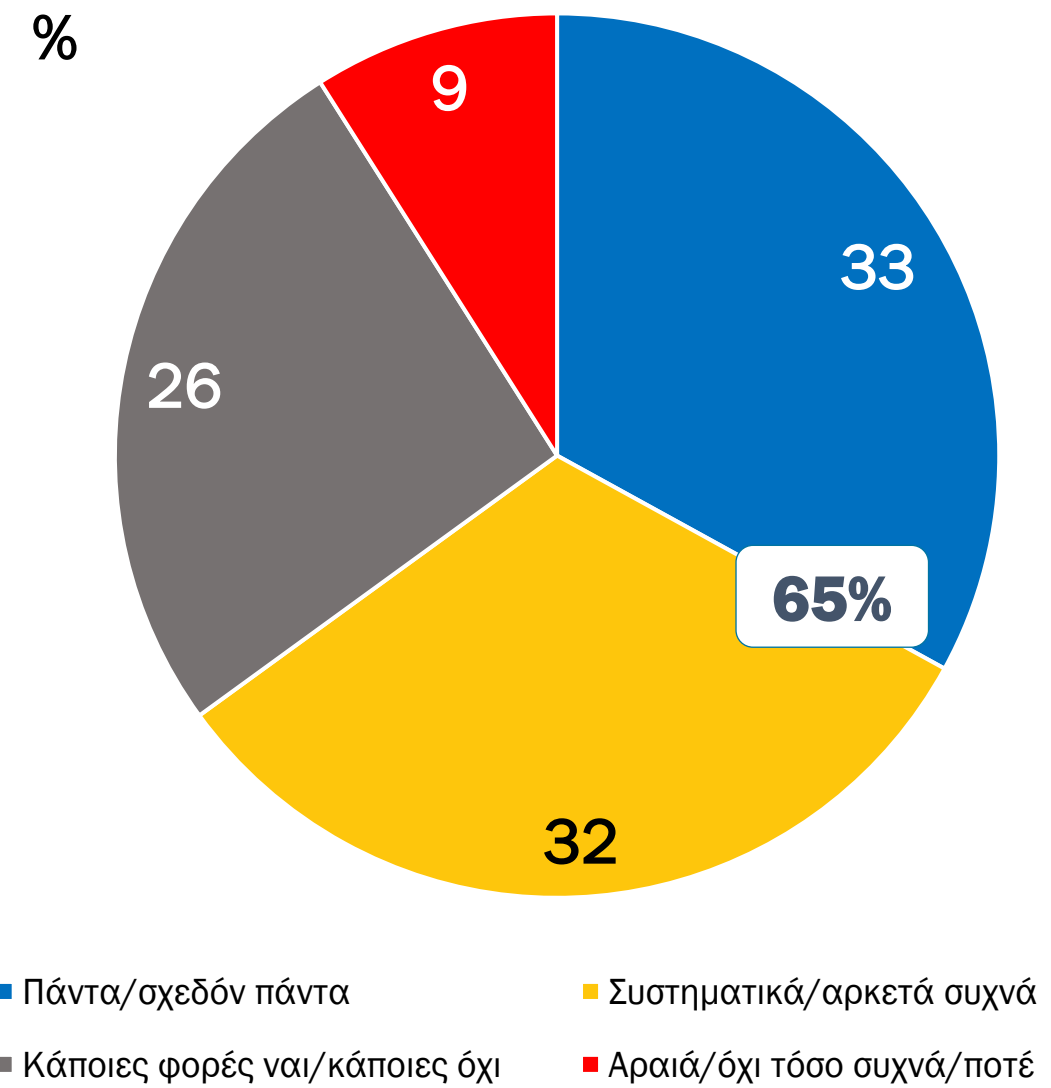
Πιστότητα & Word of
Mouth Διαφήμιση

Κερδοφορία &
Ανάπτυξη



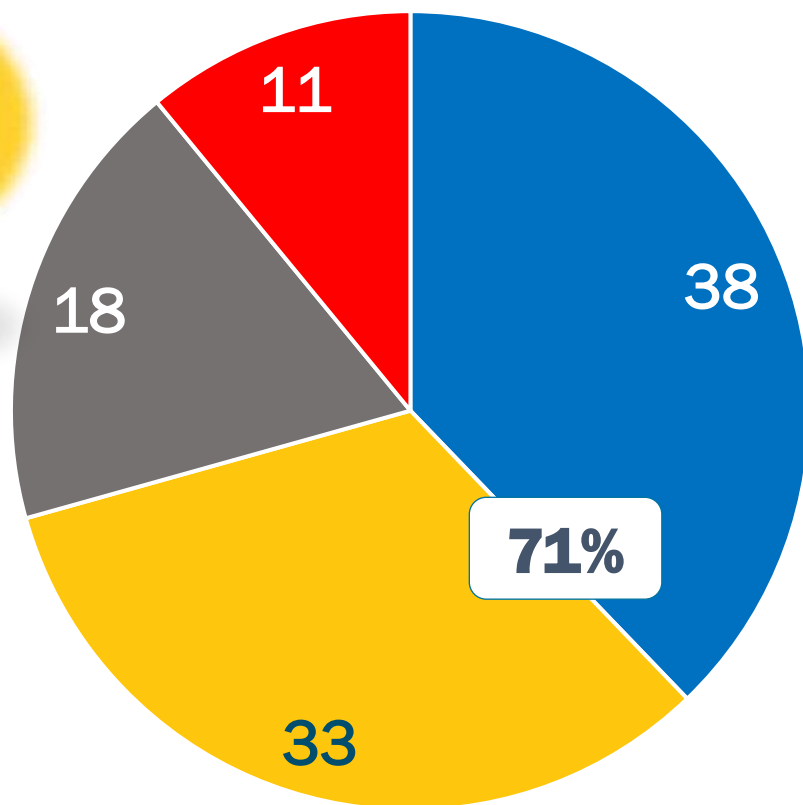
Οι εμπειρίες των καταναλωτών με τους οργανισμούς αποκτούν δύναμη μέσα από το δημόσιο μοίρασμά τους: 2 στους 3 Έλληνες συμβουλεύονται κριτικές και αξιολογήσεις προτού επιλέξουν ένα προϊόν ή υπηρεσία

Ερ. «Πόσο συχνά διαβάζετε κριτικές και αξιολογήσεις προτού αγοράσετε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία;»



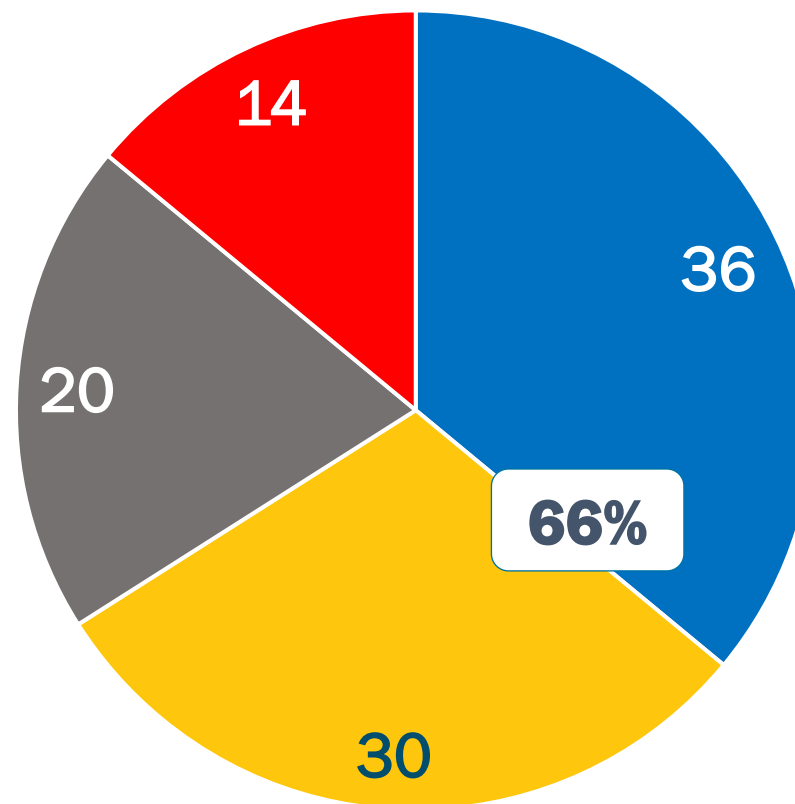
Οι καταναλωτές μοιράζονται online:

Μόνοι τους την **εξαιρετική εμπειρία WOW**



%

Μόνοι τους την **κακή εμπειρία OUCH**

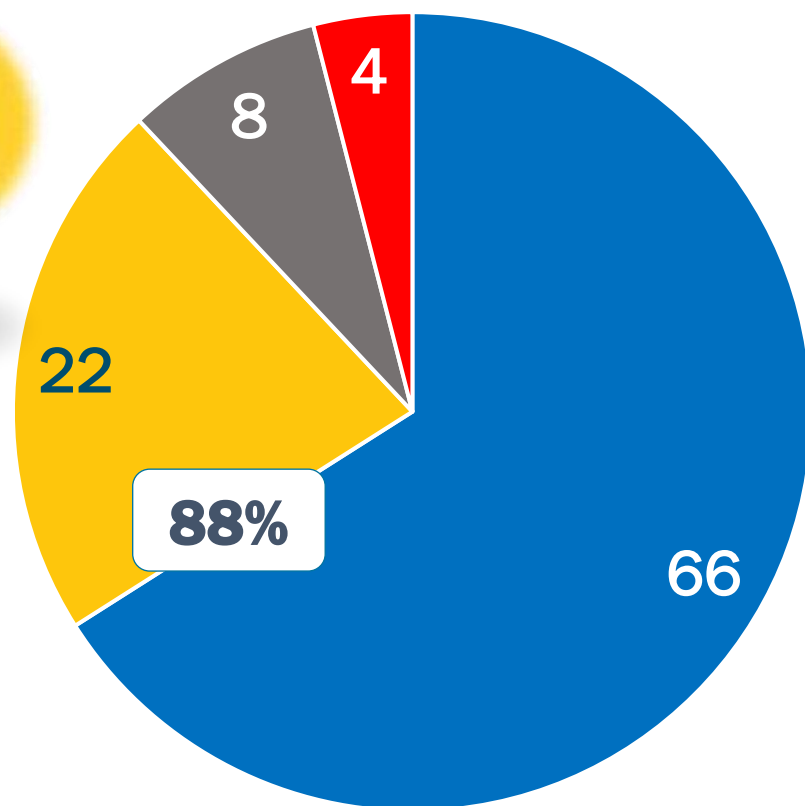


■ Συχνά/συστηματικά
■ Αραιά/όχι τόσο συχνά

■ Κάποιες φορές ναι κάποιες όχι
■ Σπάνια/ποτέ

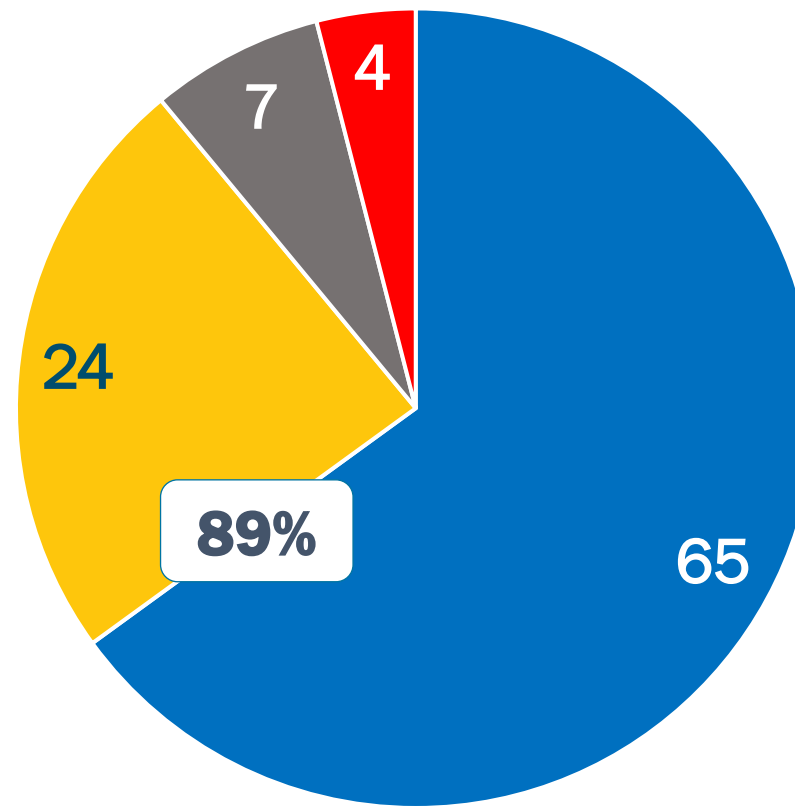
Οι καταναλωτές μιλούν στους φίλους τους:

Για την **εξαιρετική εμπειρία WOW**



%

Για την **κακή εμπειρία OUCH**



■ Συχνά/συστηματικά
■ Αραιά/όχι τόσο συχνά

■ Κάποιες φορές ναι κάποιες όχι
■ Σπάνια/ποτέ



#1. Key Learning

Η εμπειρία
πελάτη αποτελεί
το «**θεμέλιο**
ευημερίας» για
κάθε επιχείρηση

Τι είναι η Εμπειρία του Πελάτη;

- **WOW !**
- **OK**
- **OUCH !**

Η εμπειρία του πελάτη ορίζεται ως...



Το **συναίσθημα** με το οποίο
φεύγει ο πελάτης μετά από
οποιαδήποτε **ΕΠΑΦΗ** μαζί μας!

*Αυτό το συναίσθημα μπορεί
να αποτελέσει την βάση για
το δικό σας “CX Statement”*

Οι καταναλωτές μέσα από τις επιλογές τους θέλουν να καλύψουν όλες τις ανθρώπινες ανάγκες και οι οργανισμοί οφείλουν να τις ενστερνίζονται μέσα από:

Συνεισφορά

Κοινωνική προσφορά, υγεία, πλανήτης...

Ανάπτυξη / πρόοδος

Ανθεκτικότητα, ευρωστία, επέκταση

Σύνδεση με αγάπη

Αυθεντικό, αληθινό ενδιαφέρον και συμπεριφορά

Σημαντικότητα

Προσωποποιημένη εξυπηρέτηση «για μένα!»

Ποικιλία / αλλαγή

Ανανέωση, εξέλιξη μέσα στην ταυτότητά μας

Ασφάλεια / σιγουριά

Ποιότητα, συνέπεια, πίστη στις αξίες μας



Τι χτίζει την «WOW» εμπειρία;





Τι γκρεμίζει την εμπειρία; «ΟΥΧΗ!»



Πώς νιώθει ο πελάτης στην κάθε περίπτωση;



Ευχαριστημένος/ικανοποιημένος/η

23

Θετική έκπληξη

17

Εμπιστοσύνη/ασφάλεια

16

Ότι θέλω να μείνω/
να γίνω πιστός τους πελάτης

14

Μου δίνουν αξία

12



Θυμωμένος/η

25

Δυσανεστημένος/απογοητευμένος/η

25

Ενοχλημένος/η

18

Ότι θέλω να σταματήσω
να είμαι πελάτης τους

16

Απηυδισμένος/η

6

%



#2. Key Learning
Η Εμπειρία του
Πελάτη είναι ένα
Συναίσθημα που
συνδέεται
κυρίως με τον
Άνθρωπο

Πόσο Digital είναι οι Έλληνες;

Όλοι οι Έλληνες είναι χρήστες internet (97%)

Αρχή

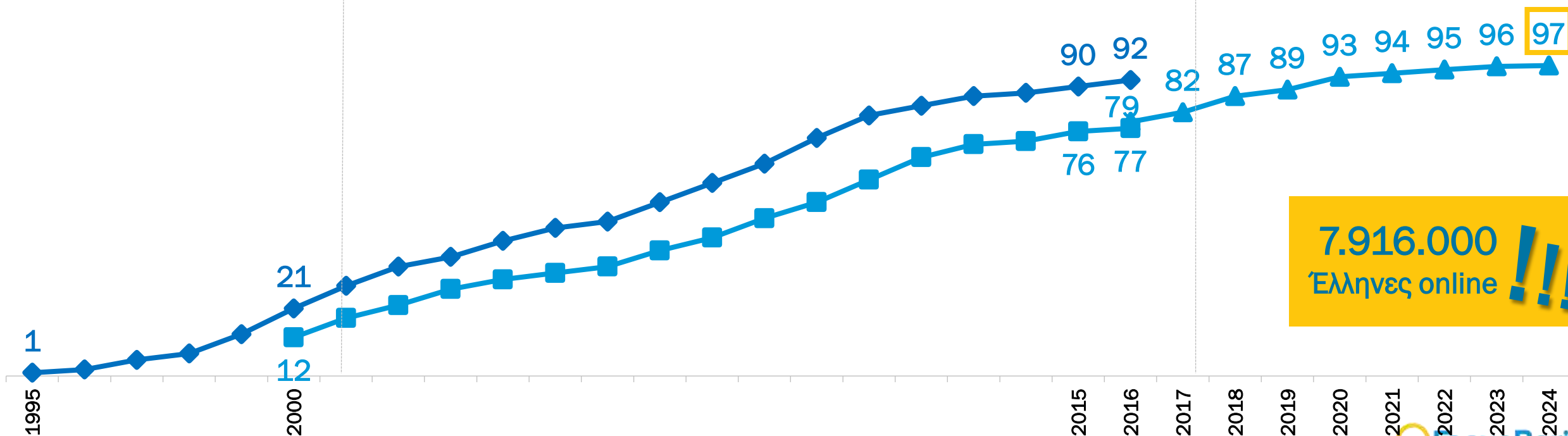
Ηλικίες 13-54, Αστικά 50+
3.604.000

Επέκταση

Άνδρες- Γυναίκες 13-70, Πανελλαδικά (-25 χλμ.)
6.585.000

Σήμερα

Άνδρες- Γυναίκες
13-74, Πανελλαδικά
8.202.000

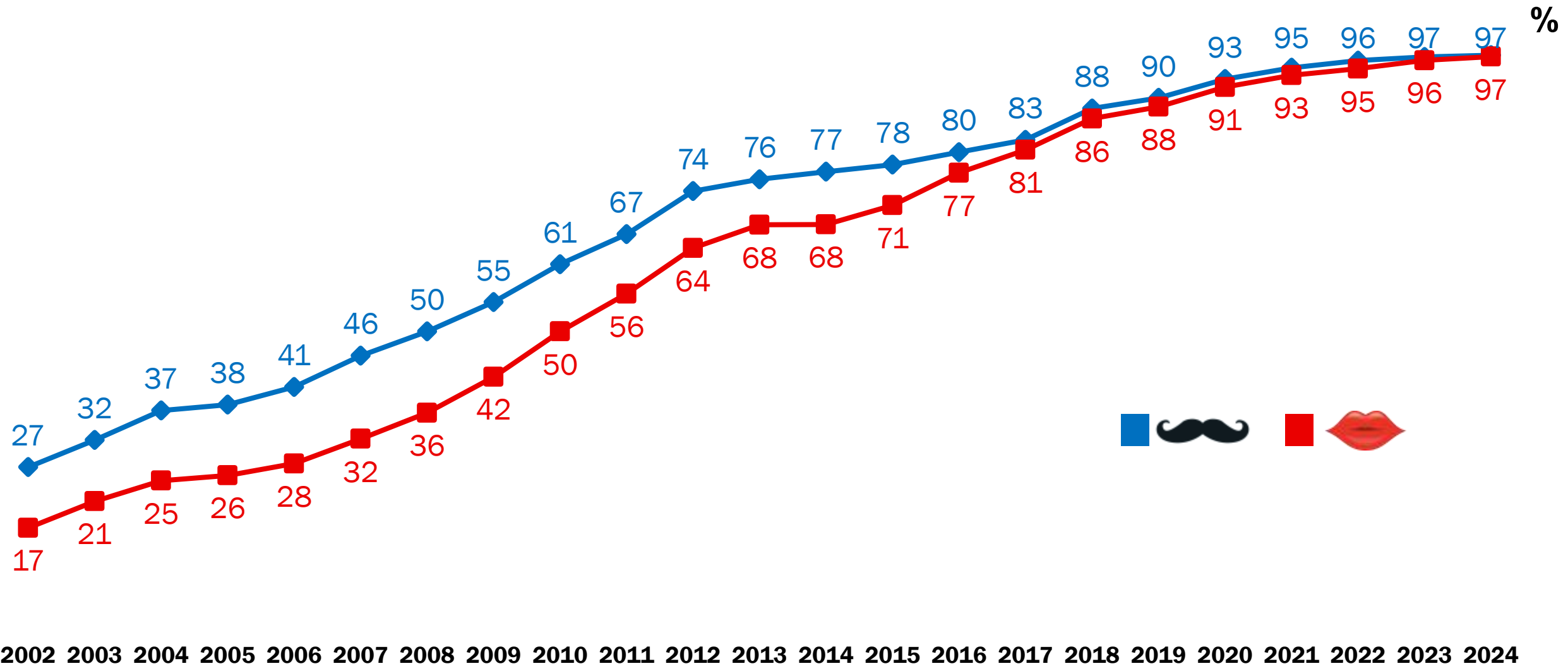


7.916.000

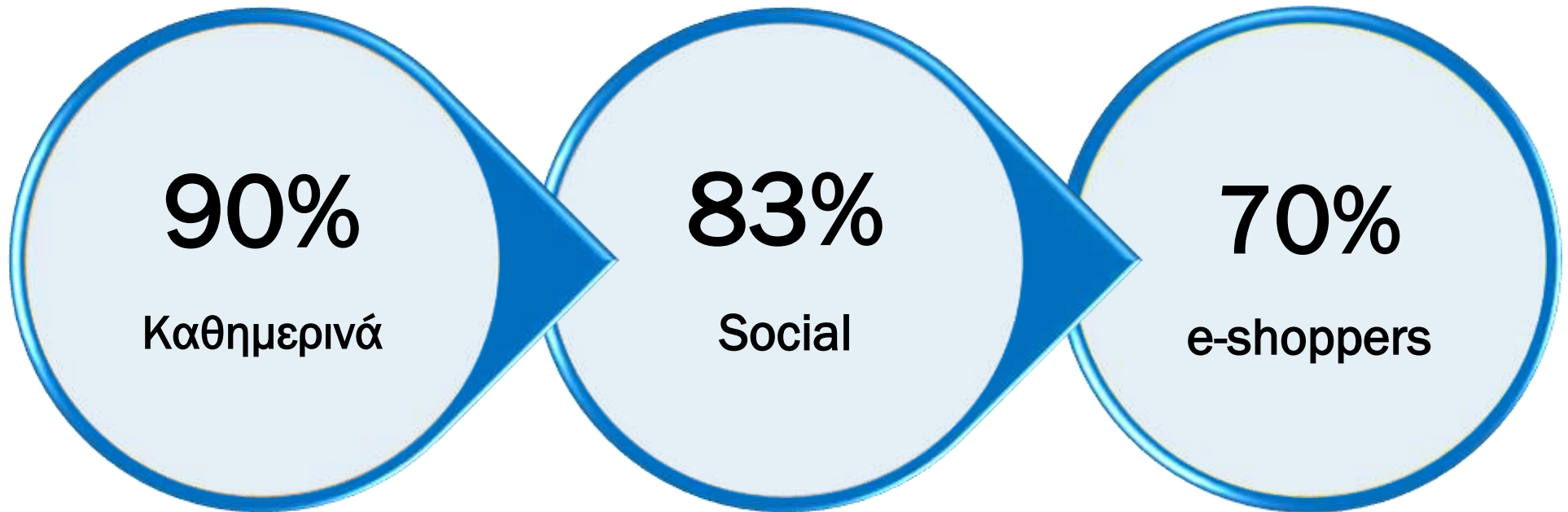
Έλληνες online



Άντρες και γυναίκες εξ' ίσου!



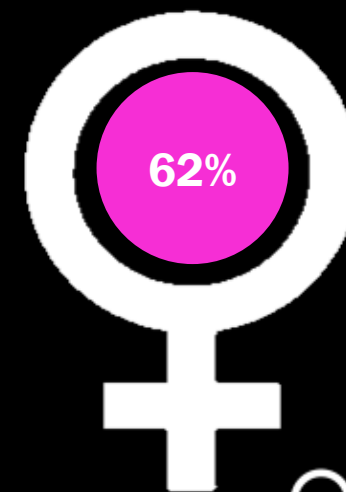
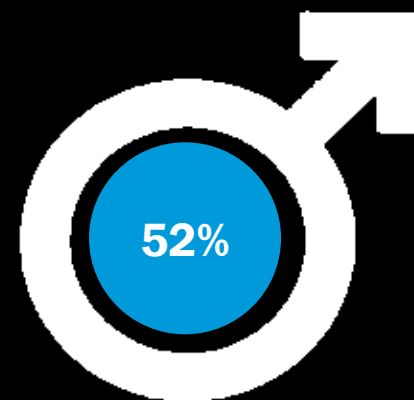
Σχεδόν **όλοι** από το **ΚΙΝΗΤΟ** τους (93%)



... μέσα από το οποίο **Κάνουν τα πάντα!!!**

(ενημέρωση-έκφραση-κοινωνικοποίηση-πληροφόρηση-αγορές-υπηρεσίες-συναλλαγές...)

Όμως, περισσότεροι από τους μισούς Έλληνες [57%] νιώθουν κάπως άγχωτικό τον ρυθμό της νέας τεχνολογίας, ιδιαίτερα οι γυναίκες





#3. Key Learning
Όλοι οι Έλληνες
είναι online όμως
παράλληλα η
τεχνολογία
δημιουργεί και
άγχος!



Πώς νιώθουν για την Τεχνητή Νοημοσύνη;

Η άποψη των Ελλήνων σχετικά με τον αντίκτυπο της ΤΝ στην κοινωνία/εργασία παραμένει «ανάμικτη», όμως...

«Ο αντίκτυπος της ΤΝ στην κοινωνία θα είναι...»

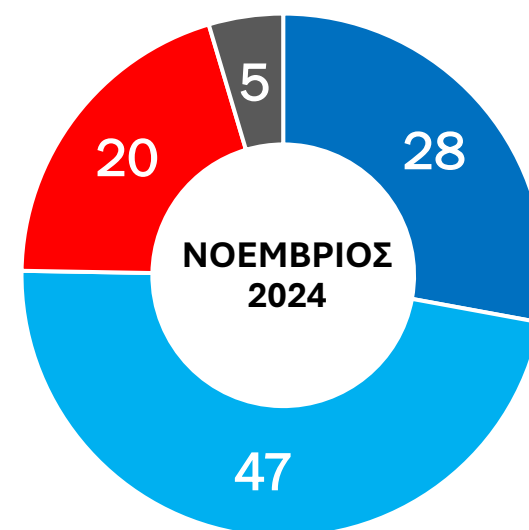
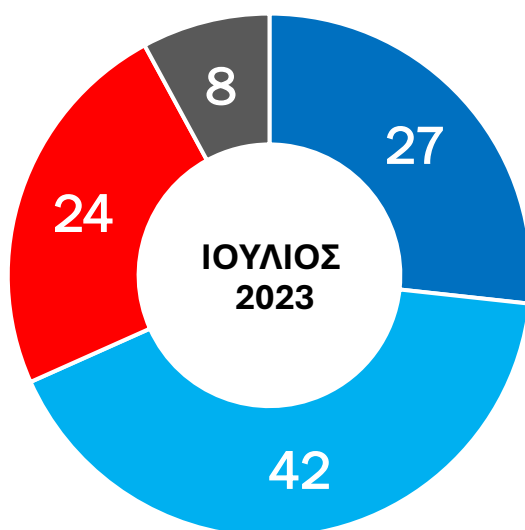
Περισσότερο θετικός παρά αρνητικός

Εξίσου θετικός & αρνητικός

Περισσότερο αρνητικός παρά θετικός

Δεν γνωρίζω

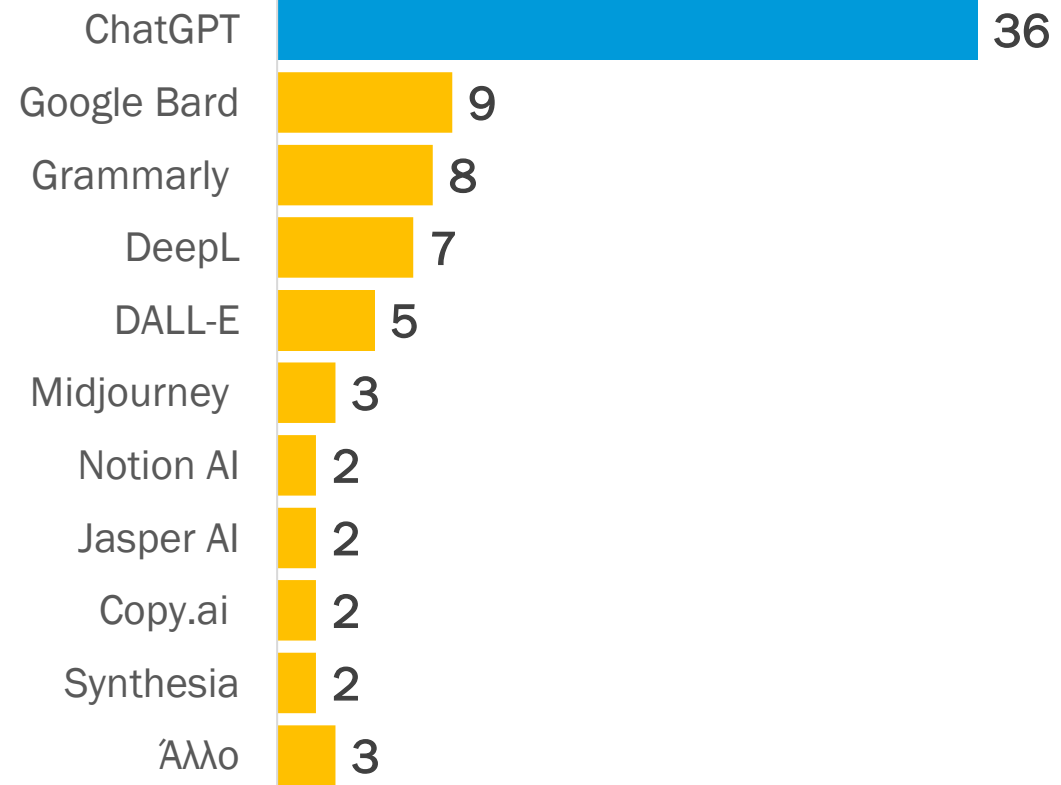
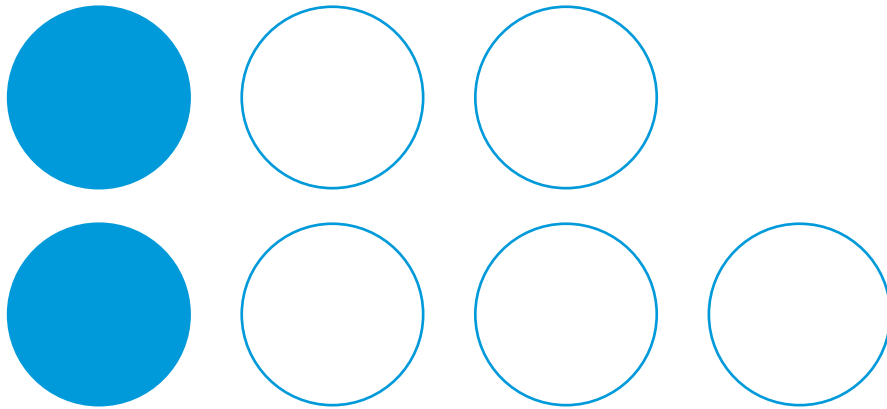
%



...έναν στους δύο Έλληνες ήδη χρησιμοποιούν τουλάχιστον ένα εργαλείο AI με το ChatGPT να είναι το πιο δημοφιλές

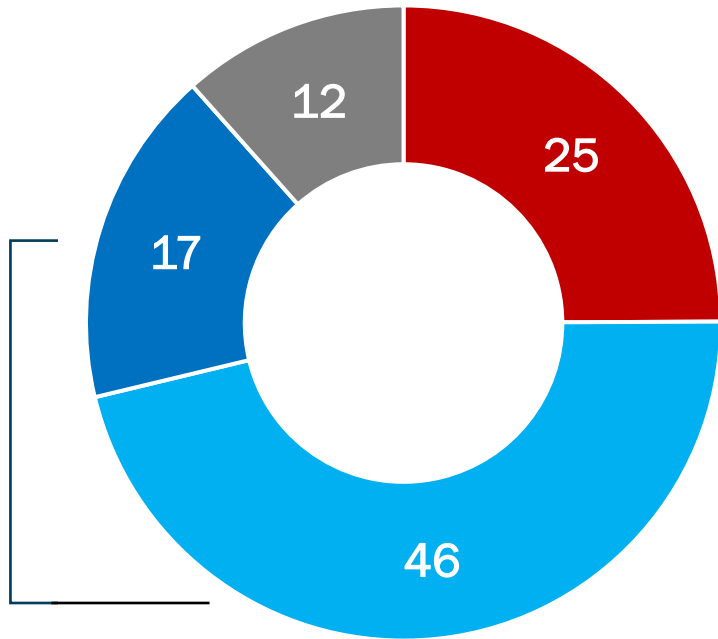
%

Πάνω από 1 στους 3 (36%) Έλληνες χρησιμοποιούν το ChatGPT, και...



Σχεδόν δυο στους τρεις Έλληνες πιστεύουν ότι η ΤΝ θα βελτιώσει τις επαγγελματικές τους προοπτικές

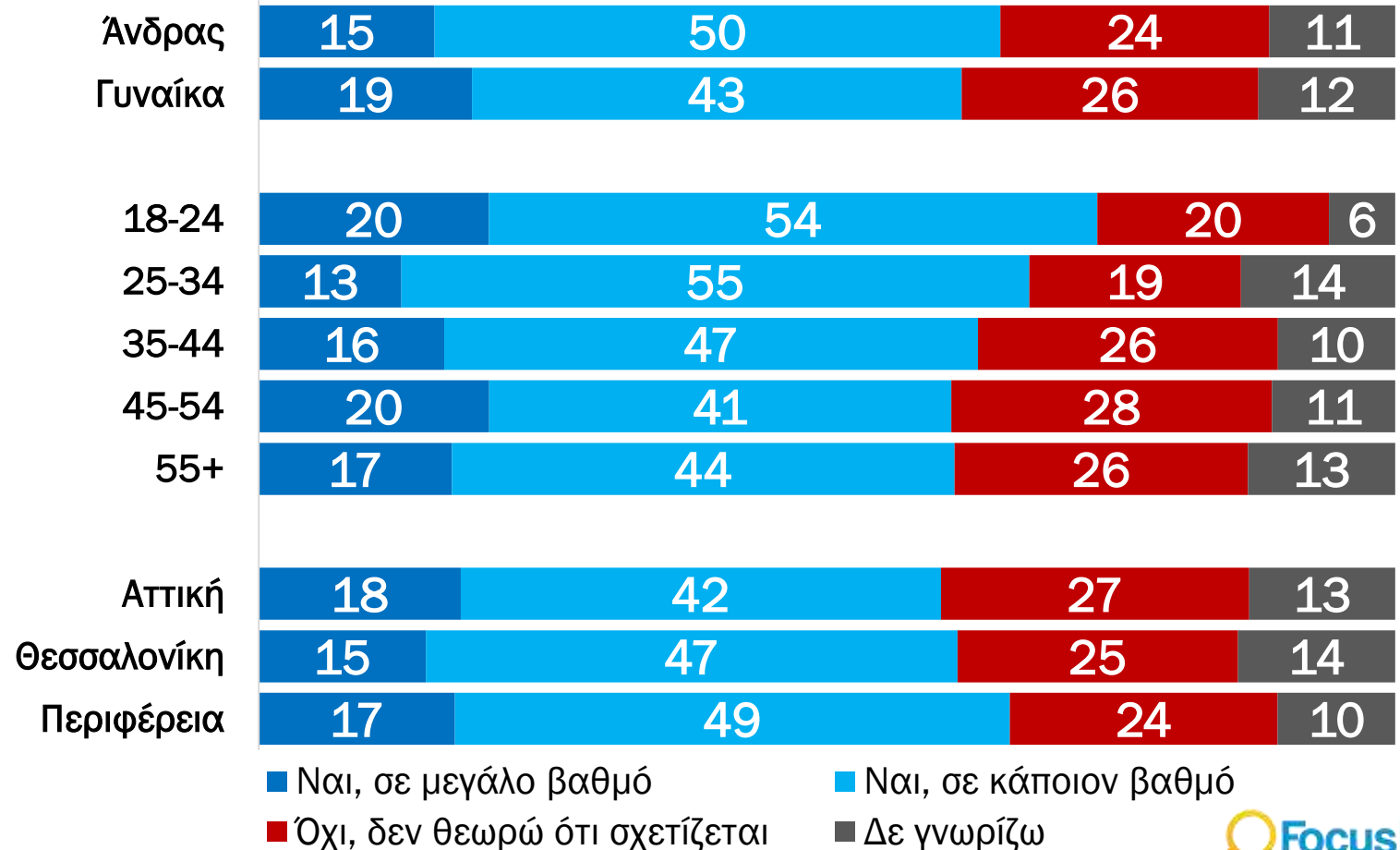
Πιστεύετε ότι η χρήση και η γνώση εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης μπορεί να βελτιώσει τις επαγγελματικές σας προοπτικές;



63%

(Ναι, σε κάποιον βαθμό – Ναι, σε μεγάλο βαθμό)

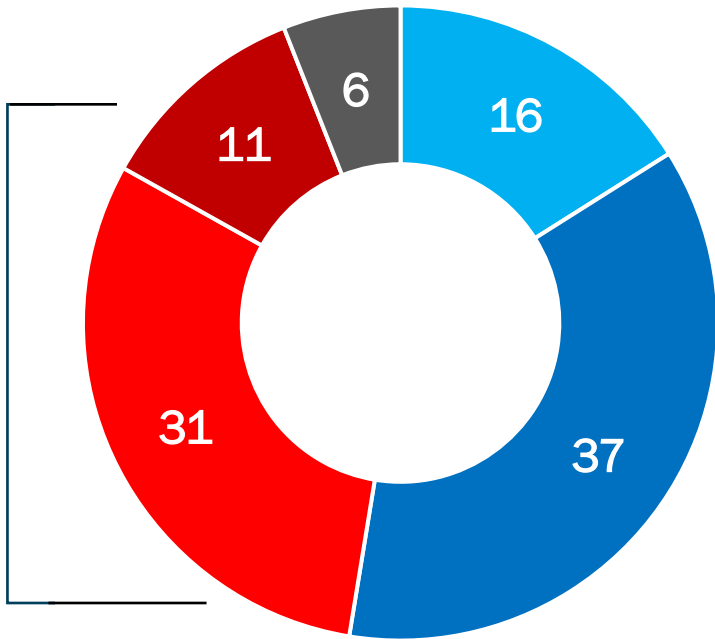
%



Παράλληλα όμως, η Τεχνητή Νοημοσύνη φαίνεται ότι αποτελεί απειλή για μεγάλη μερίδα του κοινού

Πιστεύετε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να αντικαταστήσει την εργασία σας στο μέλλον;

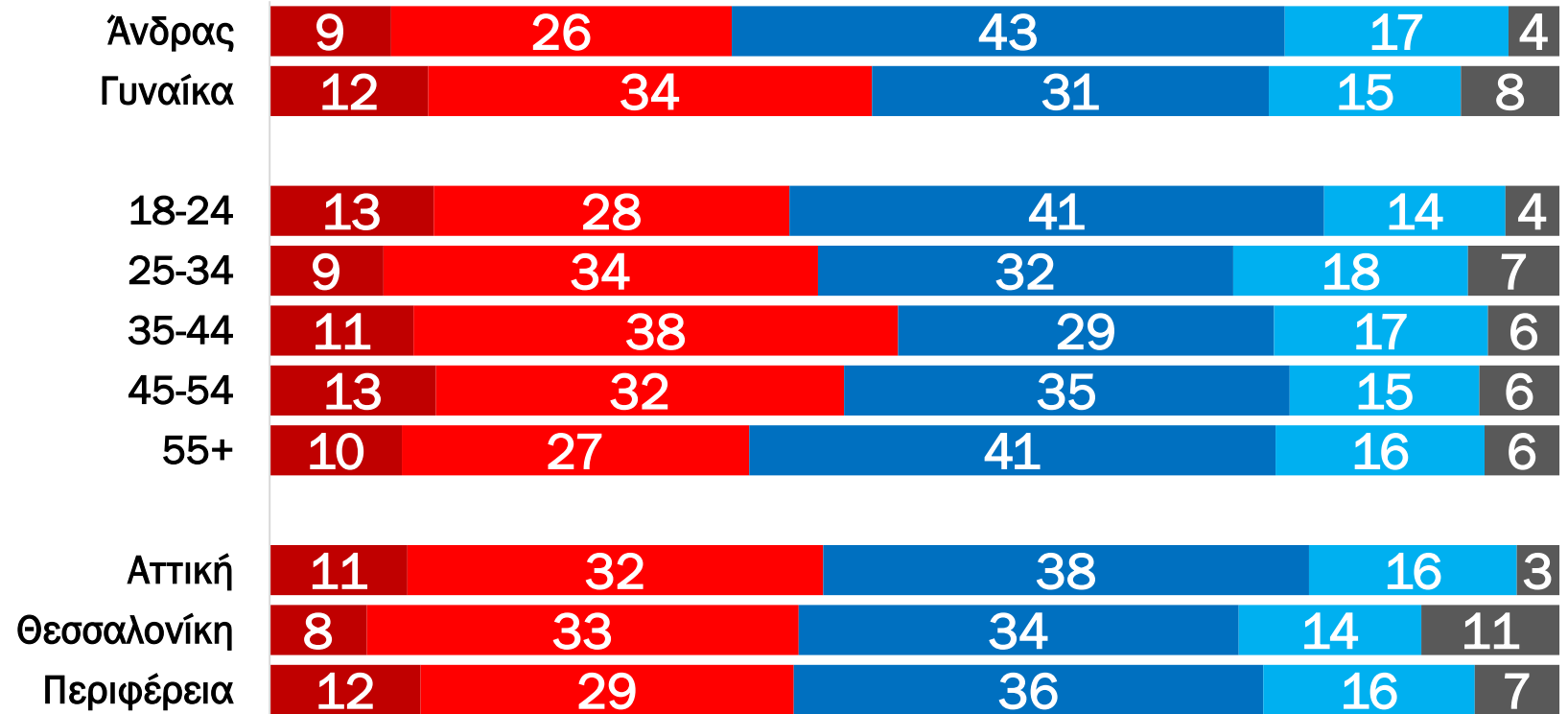
%



42%

(Ναι, το πιστεύω και ανησυχώ πολύ – Ναι, σε ανησυχώ σε κάποιον βαθμό)

■ Ναι το πιστεύω και ανησυχώ πολύ
■ Όχι, δεν το θεωρώ πιθανό
■ Δεν έχω γνώμη

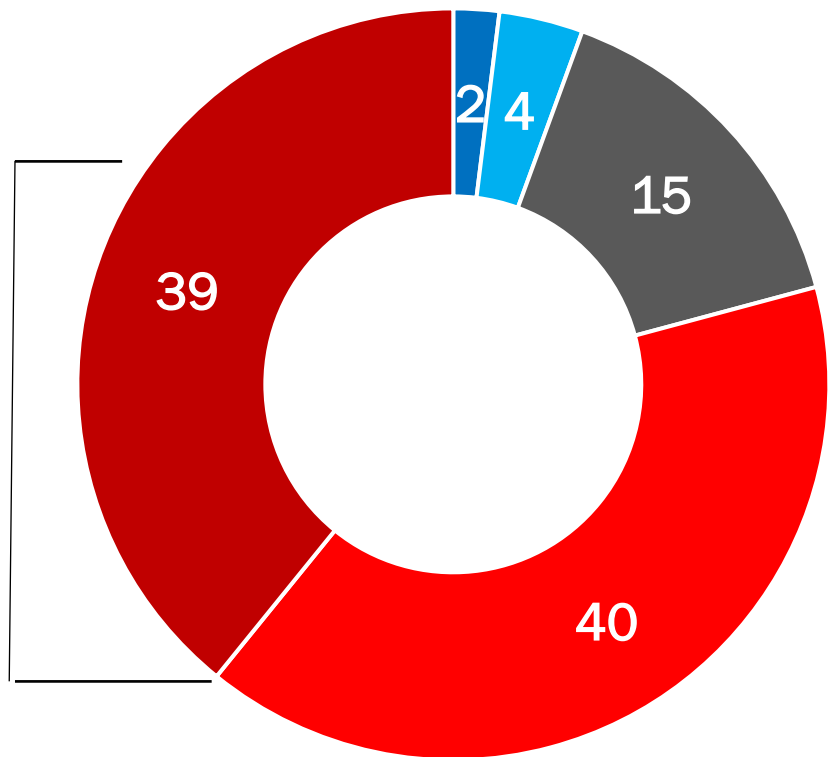


■ Ναι το πιστεύω και ανησυχώ σε κάποιο βαθμό
■ Όχι δεν το πιστεύω

Αρνητικότητα και η πιθανότητα για παραπληροφόρηση/ απάτες λόγω ΑΙ γι' αυτό και απαιτείται κρατική ρύθμιση

Πόσο πιθανό ή όχι θεωρείτε ότι η ΤΝ μπορεί να οδηγήσει σε απάτες και παραπληροφόρηση;

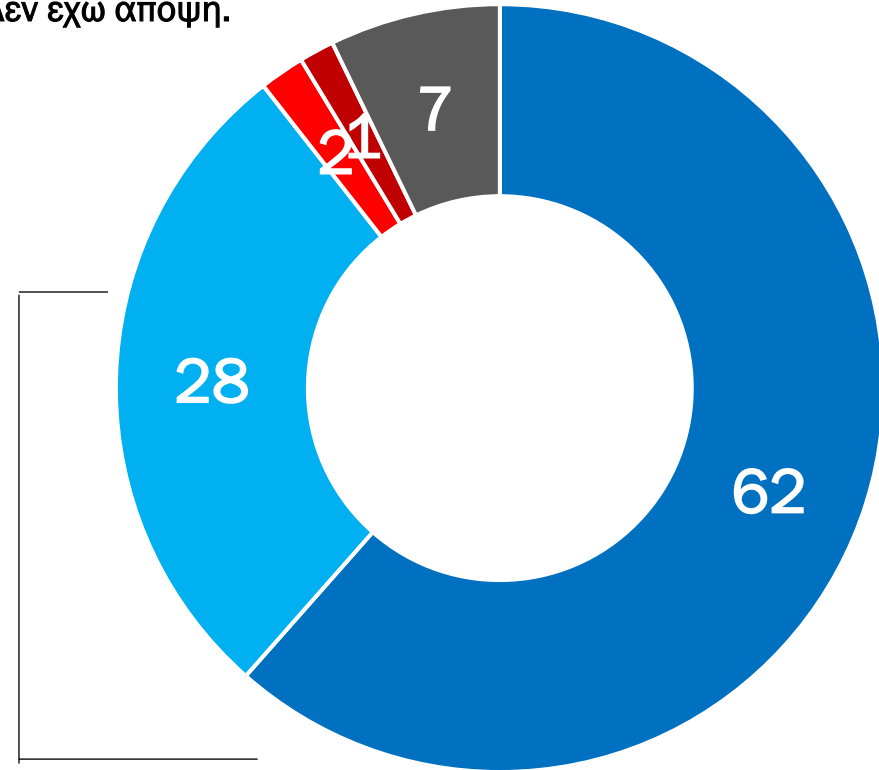
- Καθόλου πιθανό
- Λίγο πιθανό
- Μέτρια πιθανό
- Αρκετά πιθανό
- Πολύ πιθανό



79% (Αρκετά πιθανό – Πολύ πιθανό)

Πιστεύετε ότι η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης πρέπει να ρυθμιστεί για την προστασία των ατόμων και της κοινωνίας;

- Ναι, απαιτείται αυστηρή ρύθμιση
- Ναι, χρειάζεται κάποια ρύθμιση.
- Όχι, η υπάρχουσα ρύθμιση είναι επαρκής.
- Όχι, θα μπορούσε να επιβραδύνει την πρόοδο της τεχνολογίας.
- Δεν έχω άποψη.



90% (Απαιτείται αυστηρή/κάποια ρύθμιση)

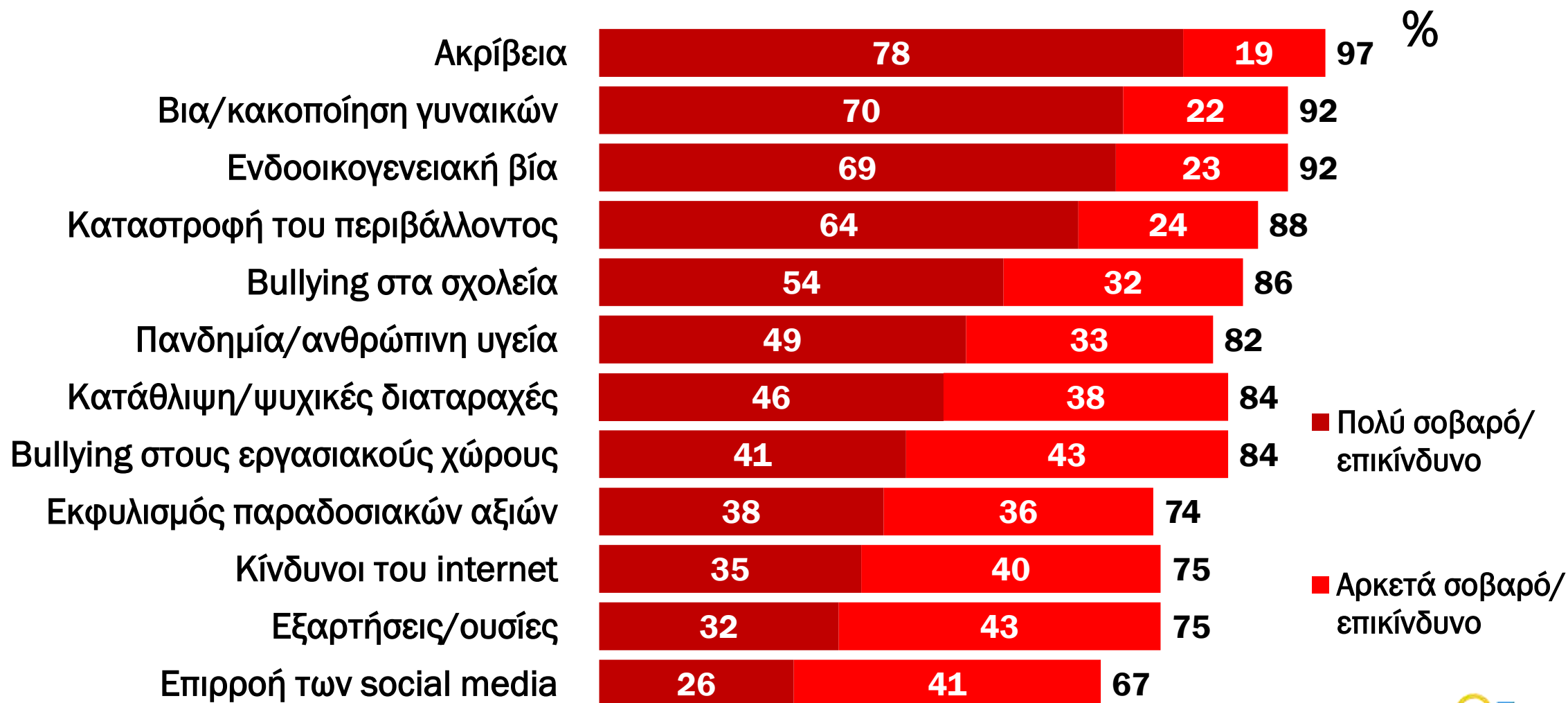


#4. Key Learning

Ενώ η χρήση της
ΤΝ είναι
ανερχόμενη, οι
προσδοκίες και
τα συναισθήματα
δείχνουν έντονη
επιφύλαξη

Τι αλλάζει στην Εμπειρία Πελάτη;

Η κοινωνία σήμερα βάλλεται από σοβαρά θέματα



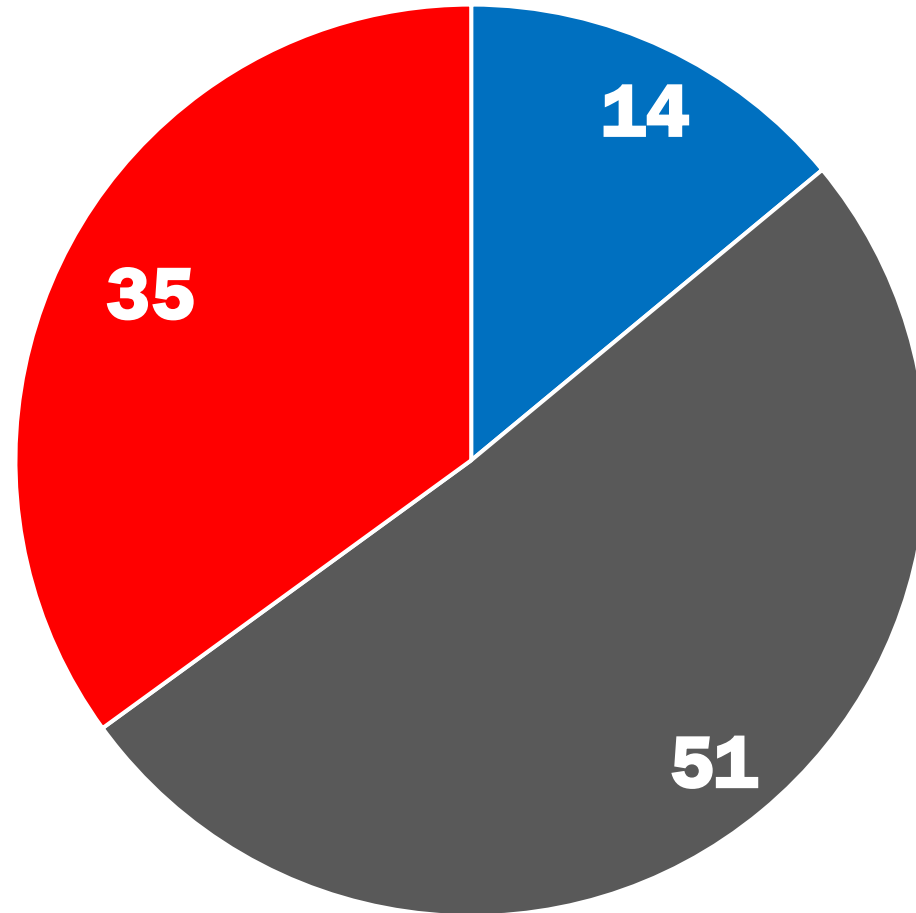
Πάνω από ένας στους τρεις Έλληνες σήμερα δηλώνει πως τα έσοδά του δεν καλύπτουν τις ανάγκες του, ένας στους δύο μόλις «τα φέρνει βόλτα ίσα-ίσα», και μόνο ένας στους επτά δηλώνει επάρκεια εσόδων!

«Αυτόν τον καιρό τα έσοδα μου...»

Φτάνουν και περισσεύουν για να καλύπτω όλες τις ανάγκες μου

Φτάνουν ίσα – ίσα για να καλύπτω τις ανάγκες μου

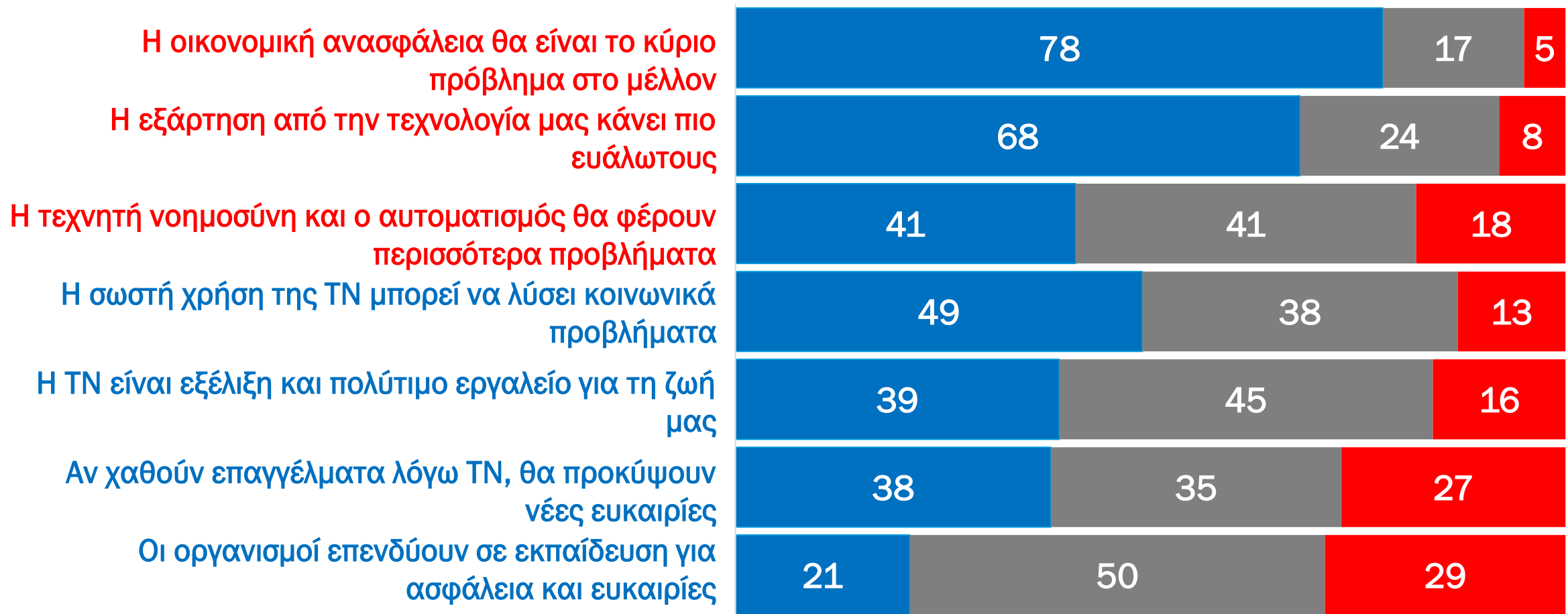
Δεν φτάνουν για να καλύπτω τις ανάγκες μου



%

Οικονομία και Τεχνολογία στο Σταυροδρόμι:

Ανασφάλεια, αμφιβολία, φοβία και ευαλωτότητα προς την ΤΝ και ανάγκη για υπεύθυνη αντίδραση, πρόληψη & δημιουργία ευκαιριών



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

Ψυχική Υγεία :

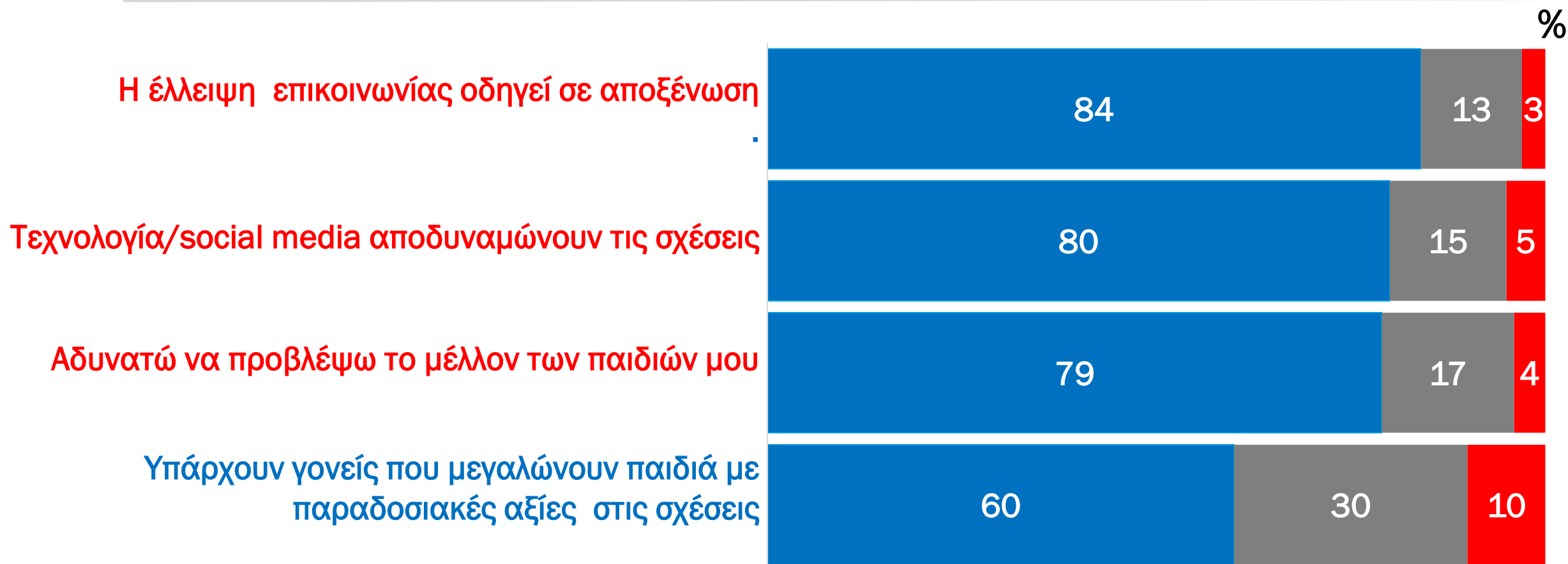
Κοινωνική κρίση, επαγγελματικές προκλήσεις και η ανάγκη για ψυχική ανθεκτικότητα στο μέλλον ως ελπίδα & λύση



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

Προσωπικές σχέσεις στην εποχή της τεχνολογίας:

Αποδυνάμωση, αβεβαιότητα για το μέλλον και δύσκολη η επικοινωνία



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

Αξίες και Κοινωνία:

Κερδοκρατία, κρίση θεσμών & θεμελιωδών αξιών, ατομικότητα και εξασθένιση της εμπιστοσύνης και της εντιμότητας



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

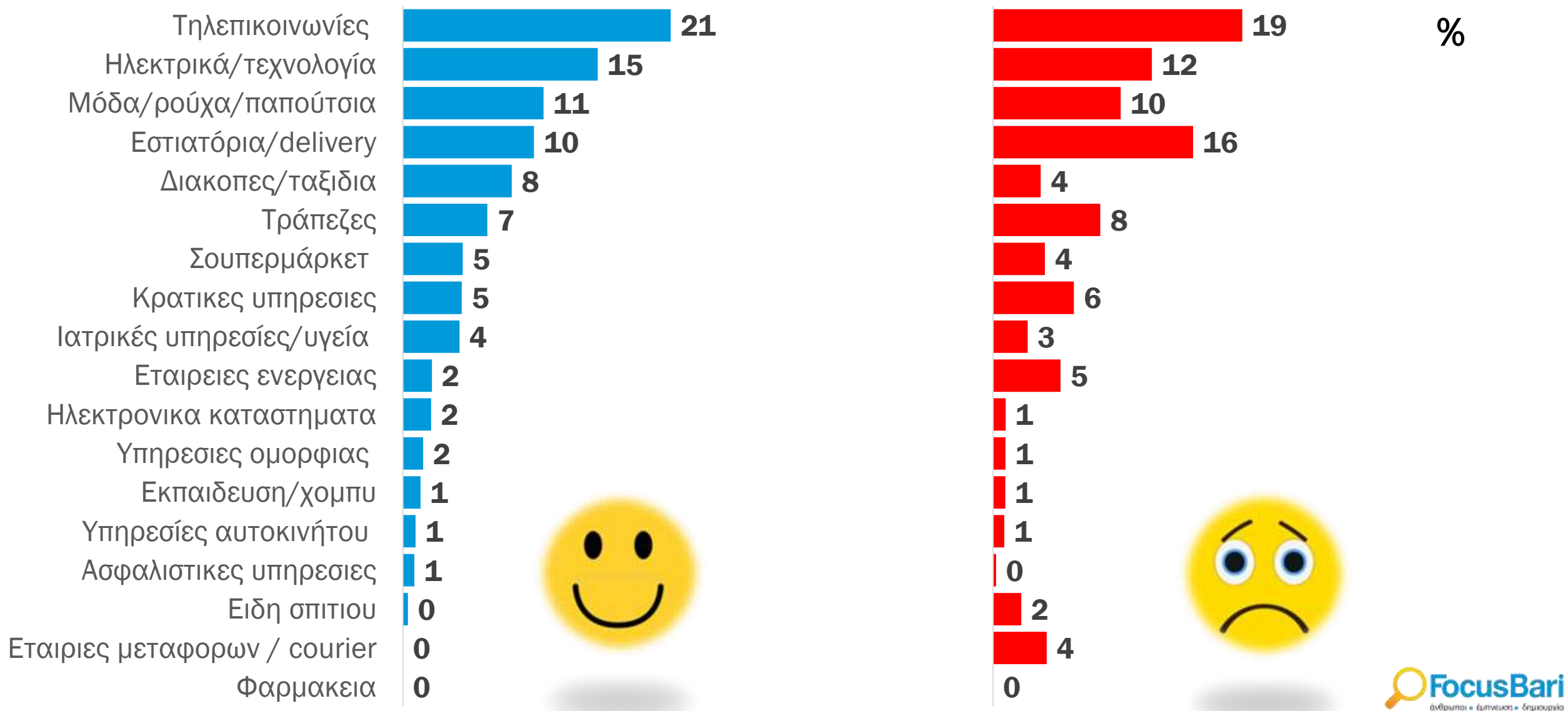


#5. Key Learning
Οι καταναλωτές
μας σήμερα
ανήκουν σε μια
κοινωνία που
αντιμετωπίζει
πολλά, σοβαρά &
«αλληπάλληλα»
θέματα

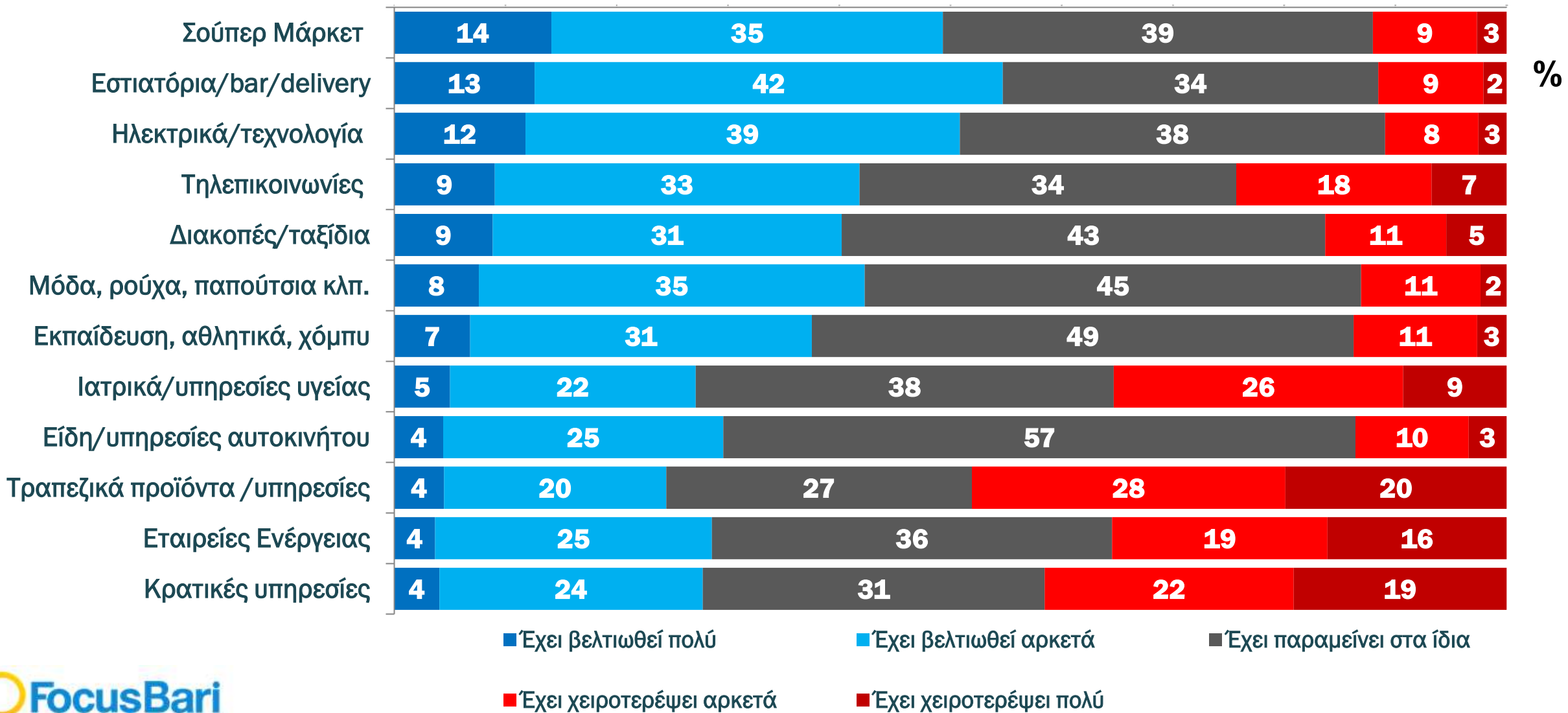
Ενώ παράλληλα, η επαφή με τον πελάτη είναι ταυτόχρονα πολυεπίπεδη και πολύπλοκη :



Ως αποτέλεσμα, τόσο θετικές, όσο και αρνητικές εμπειρίες βιώνονται σε αρκετά μεγάλη ποικιλία κλάδων



Βέβαια, το κοινό αναγνωρίζει την εξέλιξη στην εμπειρία πελάτη που προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία κλάδων



Η βελτίωση στην εμπειρία έρχεται κυρίως από ταχύτητα, βολικότητα και πολυκαναλική δυνατότητα εξυπηρέτησης

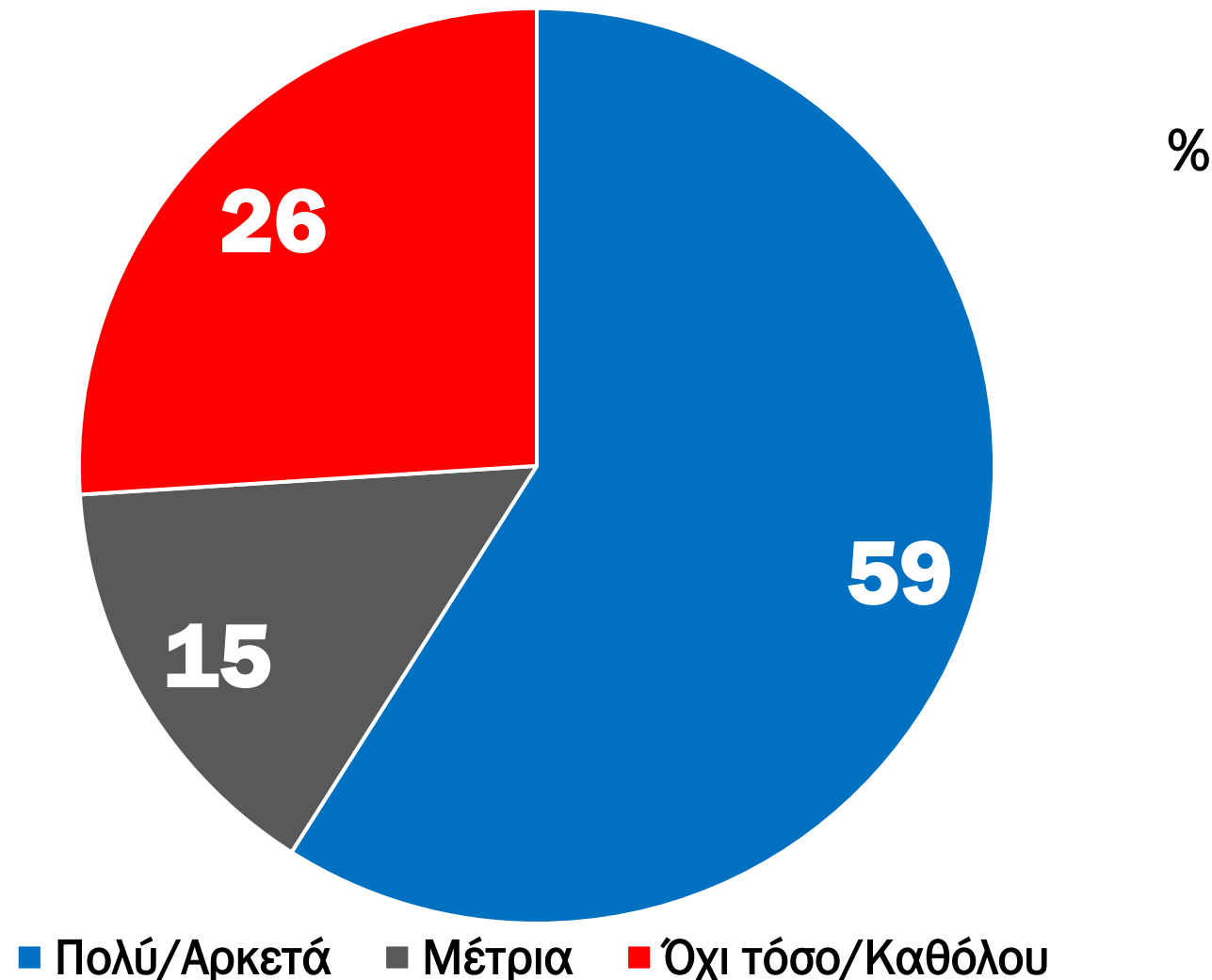


Για εκείνους που η εμπειρία χειροτερεύει, οφείλεται κυρίως στην ακρίβεια και στην απρόσωπη εξυπηρέτηση

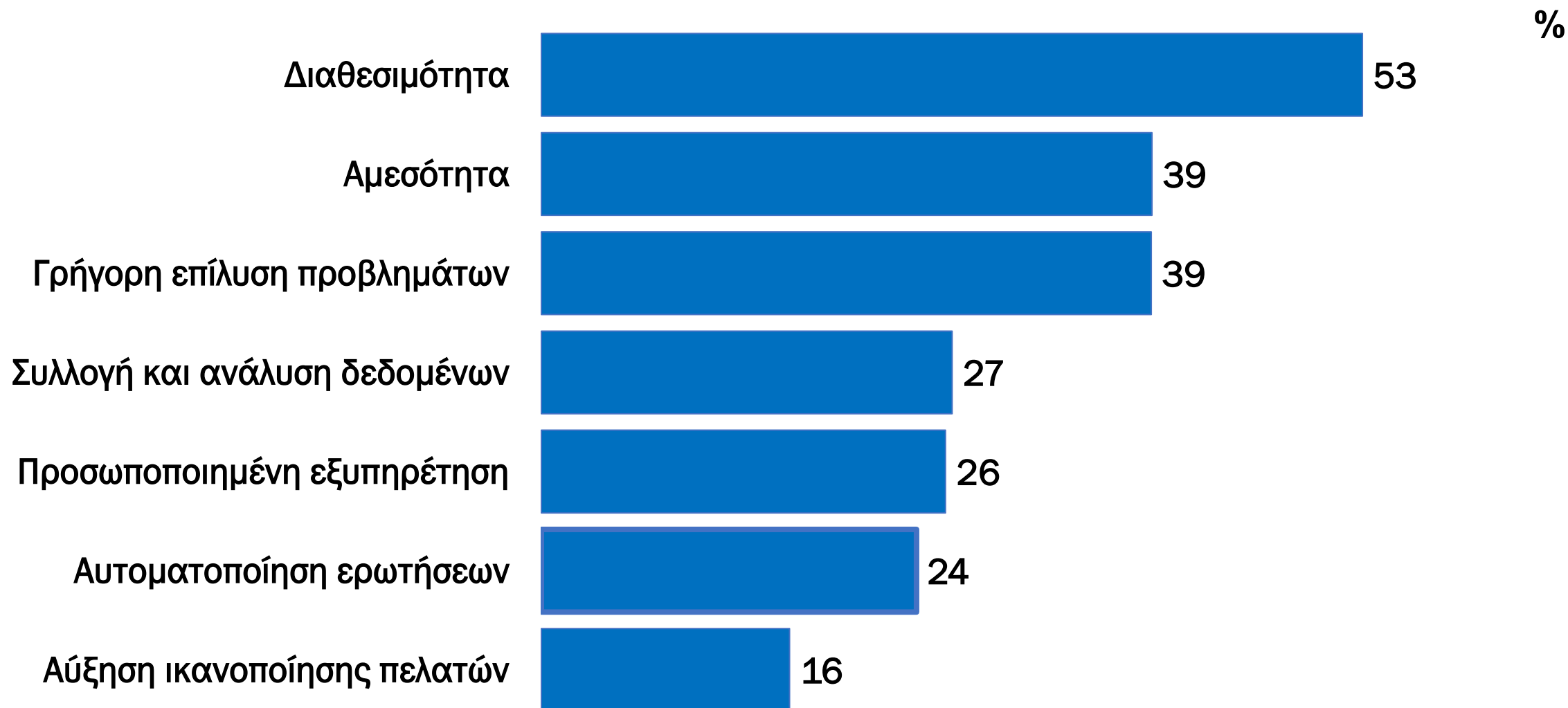


... ενώ από την ΤΝ, οι καταναλωτές περιμένουν βελτίωση της εμπειρίας που θα έχουν ως πελάτες

«Πόσο πιστεύετε ότι θα βοηθήσει η τεχνητή νοημοσύνη στην ποιότητα εξυπηρέτησης πελατών;»



Οι βελτιώσεις που αναμένονται από την TN στο CX αφορούν στην διαθεσιμότητα προϊόντων & ταχύτητα



Ειδικά στο e-commerce, η ΤΝ αναμένεται σε αρκετά σημεία που βελτιώνουν την λειτουργία του e-shop και την εμπειρία πελάτη





#6. Key Learning
Στο «δια ταύτα»
καταλήγουμε :
στον ιδανικό
συνδυασμό AI &
ανθρώπου για
επικέντρωση
στην WOW CX!



Make it about them, not about you.

— *Simon Sinek* —

AZ QUOTES

«Κομβικό κλειδί» : η ενσυναίσθηση!

7 Χρήσιμα CX “Tips” που χτίζουν WOW CX Culture

- #1. Κάνε την εμπειρία πελάτη «κεντρική αποστολή»
- #2. Μάθε τα πάντα για τον πελάτη σου
- #3. Εστίασε στην αξία που προσφέρεις
- #4. Δώσε έμπνευση και κοινό όραμα σε όλους
- #5. Χτίσε δομές & διαδικασίες αντίστοιχα
- #6. Παρακολούθησε συστηματικά & βελτίζωνε
- #7. Ευχαρίστησε και επιβράβευσε

Η Εμπειρία Πελάτη στην AI Εποχή



Θεσσαλονίκη, 24 Σεπτεμβρίου 2025

Ξένια Κούρτογλου, MSc.

Founder Focus Bari AND Resilience Expert

