

Искусственный интеллект, несомненно, — главный тренд 2025 года. Компании по всему миру переводят процессы на ИИ, ускоряя и оптимизируя их. На конференции CNews «Роботизация бизнес-процессов 2025» директор департамента управления взаимоотношениями с клиентами Росгосстраха Светлана Бери рассказала, почему такая стратегия не всегда оправдывает ожидания и как это связано с качеством клиентского сервиса.

Эксперт привела пример одного шведского финтех-стартапа. В 2024 году компания объявила о сокращении 700 сотрудников и их замене на ИИ-ассистентов. Экономия должна была составить \$40 млн в год. В реальности же всё сложилось немного иначе: качество обслуживания резко упало, клиенты начали жаловаться, и спустя год компания начала нанимать людей обратно. Манёвр с увольнениями, повторным наймом и обучением новых сотрудников обошёлся стартапу в \$15 млн — сэкономить так и не получилось. И это далеко не единичный случай, по данным последних исследований, к 2027 году 50% организаций, которые планировали значительно сократить штат сотрудников по обслуживанию клиентов, откажутся от этих планов.

«Клиентский сервис — это не только скорость ответа, но и профессионализм, эмпатия, умение поддержать человека в сложной ситуации. Роботы отлично справляются с простыми задачами — покупкой полиса или уточнением номера страховки. Однако если клиент столкнулся с несчастным случаем, хочет вернуть деньги, или подать жалобу, ему важно быть услышанным и понятым с первого раза. Виртуальный помощник даст формальный ответ, но не заменит человеческое участие», — объясняет Светлана Бери.

По данным Росгосстраха, 78% клиентов готовы ждать на линии даже дольше обычного, чтобы поговорить с человеком. На сегодняшний день роботы остаются эффективными для решения рутинных задач, им можно делегировать самые часто задаваемые вопросы, на которые удобно получить развернутый письменный ответ и потом его сохранить, скопировать или переслать. При этом критически важно сохранить возможность живого общения клиента с компанией: операторы остаются ключевым каналом коммуникации в сложных и эмоционально значимых ситуациях. От этого напрямую зависит клиентская удовлетворенность и доверие к компании.

Википедия страхования