



The AI you actually want to speak with

Engaging, helpful, and conversational
AI experiences



COSMOS

The AI you actually want to speak with

Do consumers really want AI in customer service?

Σημασία της χρήσιμης AI

Το AI στην εξυπηρέτηση πελατών πρέπει να είναι **αξιόπιστο, χρήσιμο και αποδεκτό** από τους καταναλωτές.

Συνεργασία AI και ανθρώπου

Το AI λειτουργεί ως **σύμμαχος πελατών και agents** χωρίς να αντικαθιστά τον ανθρώπινο παράγοντα.

Βελτίωση εμπειρίας χωρίς μείωση κόστους

Η υλοποίηση AI στοχεύει στη **βελτίωση της εμπειρίας και όχι απλώς στη μείωση κόστους**.

Γιατί μιλάμε σήμερα για AI στην εξυπηρέτηση

Γιατί AI τώρα;

01.

Αύξηση όγκου αιτημάτων

Ο όγκος αιτημάτων στα call centers αυξάνεται ραγδαία λόγω e-commerce και omnichannel εμπειριών.

02.

Προκλήσεις λειτουργίας οργανισμών

Οι οργανισμοί αντιμετωπίζουν αυξημένο κόστος, δυσκολία στελέχωσης και burnout των agent.

03.

Ρόλος της Τεχνητής Νοημοσύνης

Το AI απορροφά τα επαναλαμβανόμενα αιτήματα, βελτιώνοντας την αποδοτικότητα χωρίς να αντικαθιστά τον άνθρωπο.

04.

Σχεδιασμός για αξία και εμπιστοσύνη

Η επιτυχία του AI εξαρτάται από το σχεδιασμό που μειώνει την τριβή και ενισχύει την εμπιστοσύνη πελατών.

Θέλουν πραγματικά οι καταναλωτές να μιλούν με AI;

Στάση καταναλωτών απέναντι στο AI

Πόσο θέλουν οι καταναλωτές να επικοινωνούν με AI;

- 66% των καταναλωτών προτιμούν human-led εξυπηρέτηση.
- Περίπου το 2% προτιμά AI-only service.

Τι συμβαίνει με το retail;

- Το 82% των καταναλωτών του retail είναι θετικό στο να επικοινωνεί με AI για θέματα παραγγελιών και delivery.
- Το WISMO αποτελεί έως και το 40% των επικοινωνιών σε call centers.

Γιατί το customer service στο retail είναι ξεχωριστή περίπτωση;

Retail-specific προσδοκίες και αποδοχή AI

Ιδιαιτερότητες retail

Ο κλάδος του retail έχει μοναδικές ανάγκες στην εξυπηρέτηση πελατών και τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης.

Αποδοχή AI από καταναλωτές

Πάνω από 80% των καταναλωτών χρησιμοποιούν AI για ενημέρωση παραγγελιών και υπηρεσίες με ακρίβεια και ταχύτητα.

Σημαντικότητα αξιόπιστης πληροφορίας

Οι πελάτες στο retail αναζητούν ξεκάθαρη και αξιόπιστη πληροφόρηση για την κατάσταση των παραγγελιών τους.

Προϋποθέσεις αυτοματοποίησης

Η επιτυχής αυτοματοποίηση απαιτεί σωστή ενσωμάτωση δεδομένων και ξεκάθαρο σχεδιασμό εμπειρίας πελάτη.

Η προσέγγισή μας

Feedback-led & data-first



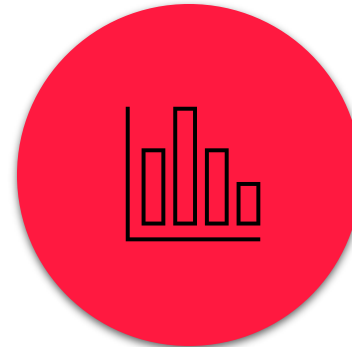
Εστίαση στο feedback πελατών

Το project ξεκίνησε από την ανάλυση του feedback των πελατών, τόσο online όσο και offline, για να κατανοηθούν οι πραγματικές ανάγκες τους.



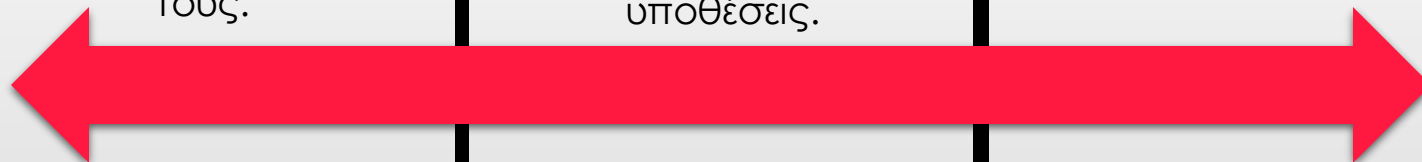
Αξιοποίηση πραγματικών δεδομένων

Η ανάλυση call center data επέτρεψε την ευθυγράμμιση της τεχνολογίας με τις ανάγκες των πελατών αντί για θεωρητικές υποθέσεις.



Data-first προσέγγιση

Το μοντέλο data-first βοήθησε στην ιεράρχηση παρεμβάσεων και στην αποφυγή βεβιασμένων αυτοματοποιήσεων.



Data analysis και εντοπισμός pain points

Πού χάνεται χρόνος και ποιότητα

01.

Πως χάνεται η ποιότητα τις επικοινωνίας

Κατηγορίες με υψηλό AHT, χαμηλό FCR και επαναλαμβανόμενες κλήσεις δημιουργούν το μεγαλύτερο operational noise με αποτέλεσμα να θυσιάζεται ποιότητα για την ποσότητα.

02.

Επιβάρυνση συστημάτων και human agents

Ορισμένες περιπτώσεις (π.χ. wismo, επιστροφές) επιβαρύνουν δυσανάλογα το σύστημα και τους agents χωρίς να απαιτούν πάντοτε ανθρώπινη κρίση.

03.

Learnings έως τώρα

Η συστηματική συλλογή λόγων επικοινωνίας και η κατηγοριοποίηση τους βοήθησε στην αναγνώριση patterns και σημείων τριβής. Αυτό επέτρεψε τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων αντί για εκτιμήσεις.

Καταλληλότητα για αυτοματοποίηση

Τι μπορεί να κάνει καλά το AI και πώς υλοποιήσαμε

▲ Πως μπορεί να διασφαλιστεί η ποιότητα της AI εμπειρίας;

Αξιολόγηση καταλληλότητας αιτημάτων

Μόνο συγκεκριμένες κατηγορίες αιτημάτων μπορούν να αυτοματοποιηθούν με επιτυχία από το AI, διασφαλίζοντας θετική εμπειρία πελάτη.

Ακρίβεια και ποιότητα πληροφορίας

Η ποιότητα της πληροφορίας που λαμβάνει ο πελάτης είναι βασικό κριτήριο για την αυτοματοποίηση με AI, όχι μόνο η τεχνική δυνατότητα.

Αποφυγή ρίσκου στην εμπειρία πελάτη

Επιλέγουμε αυτοματοποίηση που ελαχιστοποιεί τα ρίσκα και διατηρεί θετική εμπειρία για τον πελάτη.

▲ Ποιοι είναι οι βασικοί πυλώνες τις υλοποίησης;

Φασματική υλοποίηση

Το project υλοποιείται σε φάσεις, επιτρέποντας σταδιακή πρόοδο και προσαρμογή ανά στάδιο. μειώνει τους κινδύνους συγκριτικά με έναν μεγάλο και απότομο rollout.

Αποδοχή από χρήστες

Η σταδιακή εφαρμογή αυξάνει την αποδοχή από πελάτες και agents μέσω μάθησης και βελτιστοποίησης.

Ενεργοποίηση guardrails

Σε περίπτωση που το σενάριο του πελάτη είναι εκτός use case τότε αναλαμβάνουν πάντα οι human agents.

What's next?

Επόμενες φάσεις υλοποίησης



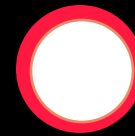
Τρεις φάσεις υλοποίησης

Το project θα ολοκληρωθεί σε τρεις μεγάλες φάσεις μέχρι το 2027, εξασφαλίζοντας συνεχή πρόοδο και ανάπτυξη.



Βασικά θεμέλια έργου

Οι φάσεις βασίζονται σε δεδομένα, feedback πελατών και σαφή όρια μεταξύ AI και ανθρώπινης εμπλοκής.



Όραμα για το customer care

Το AI θα λειτουργεί αθόρυβα και αποτελεσματικά, βελτιώνοντας συνεχώς την εμπειρία πελατών σε ακόμα περισσότερα touchpoints.

Thank you everyone!

