

# Telefon traci na rzecz Facebooka i SMS-ów

Wyzwaniem dla firm staje się integracja kanałów komunikacji i zaawansowana analityka danych, zwłaszcza pochodzących z kanałów cyfrowych, z mediami społecznościowymi na czele — wynika z międzynarodowego raportu opublikowanego przez Focus Telecom Polska. Telefon traci na rzecz e-maila, czatu i tzw. samoobsługowych metod kontaktu i za dwa lata może już nie będzie najpopularniejszym narzędziem contact center. Za upowszechnianiem się nowych kanałów stoją klienci do 40. roku życia. Media społecznościowe i czaty już są wyborem numer jeden dla tzw. pokolenia Y (urodzonych

w latach 1981-99). Osoby w wieku 35-54 lata z podobną częstotliwością wykorzystują telefon, e-mail/SMS i chat. Natomiast telefon jest głównym środkiem komunikacji dla osób ponad 55-letnich.

**Największą zmianą w contact center w najbliższych pięciu latach będzie** — według badanych — wykorzystywanie zaawansowanej analityki. Wzrośnie też znaczenie chmury. 89 proc. użytkowników tej technologii twierdzi, że pozwala ona obniżyć koszty, a prawie 86 proc. podkreśla elastyczność rozwiązania (płacę za to, z czego korzystam). [MK] © P