

研究洞察

—

发挥平台威力

创造下一轮数字体验浪潮的
五项行动

IBM 商业价值研究院



IBM 如何提供帮助

IBM Services® 是唯一将 Salesforce 以客户为中心的云与 IBM 以行业为中心的方法联系在一起的全球咨询合作伙伴,有能力无缝整合数据,利用 AI 发现洞察,并大规模共同创造创新成果。在为全球企业交付创新成果方面,我们的 Salesforce 专业知识无人能及。在 Salesforce 战略与设计、实施、整合、数据迁移和开发等各个方面,我们帮助客户从数据中获得价值,让企业变得更加智慧。如欲了解更多信息,请访问 ibm.com/services/salesforce

扫码关注 IBM 商业价值研究院



官网



微博



微信公众号



微信小程序

作者: Saul J. Berman、
Matthew L. Francis、
Carolyn Heller Baird 和
Anthony Marshall

要点

只有少数组织能够充分发挥数字体验平台 (DXP) 的全部潜力

尽管组织认识到客户体验数字化转型的迫切性, 但只有 14% 的受访企业充分利用了当前 DXP 投资的全部能力。

企业在四个主要领域面临与 DXP 相关的障碍

企业在努力扩展和增强 DXP 解决方案时, 他们遇到了许多“拦路虎”: 实施方面的难题; 各种数据问题, 比如不可操作的格式; 工作效率低下; 以及品牌差异化等组织问题。

零敲碎打式的解决方案和相互竞争资源的需求影响到 DXP 投资的收益

43% 的组织缺乏总体 DXP 企业战略。相反, 他们部署了多种 DXP 能力, 以应对孤岛式点解决方案的问题, 但各个业务单位之间由于不同的 DXP 需求而形成紧张关系。

加速推进数字体验

新冠病毒疫情给经济和社会带来巨大冲击。组织不仅必须迅速重新思考战术问题, 应对急剧变化的客户需求; 还需要设计创新的工作、协作、保持联系和实现价值的方式。一些企业由于数字战略存在弱点、与业务目标不一致, 或者完全没有数字战略, 已经面临灾难性的后果。另一些企业则抓住了这一机遇, 加速数字化转型。

现在, 疫情已经持续了 18 个月, 随着组织开始认识到可互操作的混合技术所能提供的战略潜力, 转型的动力远不止是最初的战术需要。

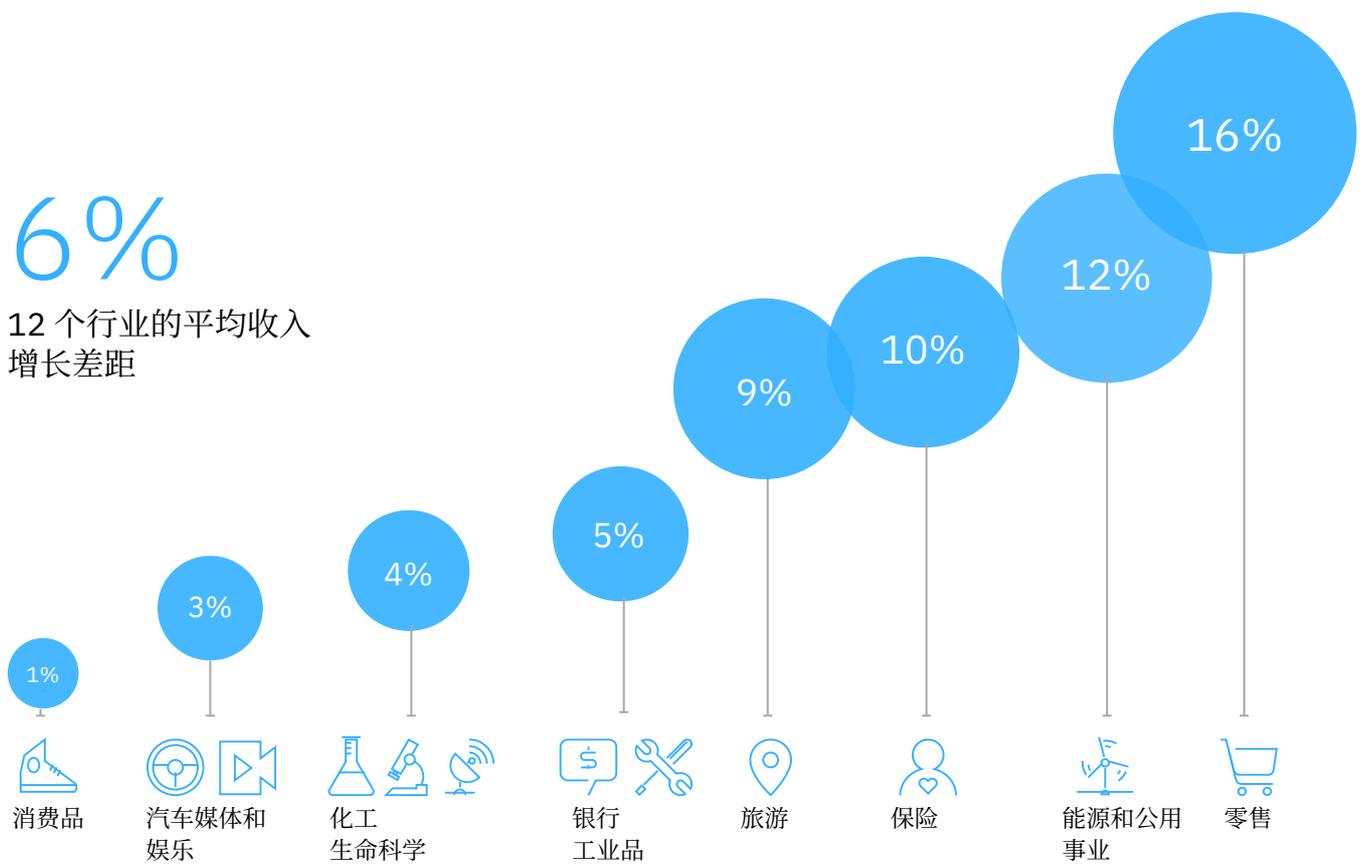
通过以适当的方式构建适当的技术、基础架构和敏捷实践, 数字化成熟度较高的组织能够克服供应链挑战, 而业内其他组织则在这些挑战面前束手无策。这些表现出色的组织能够采用不同的方法重塑业务模式, 应对市场变化, 从而满足战略需求、客户需求和运营需求。

IBM 商业价值研究院 (IBV) 最近的研究表明, 积极推动数字化转型议程的技术达人型组织的 2020 年收入增长明显优于同行。他们还为客户、员工以及合作伙伴营造更深入、更人性化的体验(见图 1)。¹

图 1

数字优势

在新冠病毒疫情期间, 技术达人型组织的绩效比同行更为出色



百分比表示每个行业中采用高科技(云计算、AI、移动等)的企业与其他企业之间的收入增长差距。

数字成熟度与差异化

数字成熟度较高的企业之所以彰显出与众不同的优势，主要是因为他们能够充分发挥数字体验平台 (DXP) 的威力 — 不仅在整个组织中更广泛地扩展平台的部署，而且将其更深入地融进核心流程和工作流之中。(请参阅“观点：体验时代”。)事实上，在使用 Salesforce 解决方案实现自动化端到端工作流程的组织中，有将近 60% 表示，这项投资使他们能够在新冠病毒疫情期间轻松地执行必要的核心业务转型任务。²

许多组织部署了多个 DXP，这些 DXP 通常来自一个或多个供应商，包括 Salesforce。随着时间的推移，企业中不同的业务单位往往具有多个 DXP 战略和解决方案。尽管 DXP 广泛存在，但由于如此之多的部署带来的高度复杂性，使得许多组织并不确定如何利用 DXP，发挥其全部潜力。

为了更好地了解组织所面临的挑战，以及他们该如何打造真正差异化的体验，以推动实现更高价值，IBV 开展了一项调研，采访了 200 位来自美国多个行业的高管，他们都非常熟悉 DXP 解决方案。出于本次调研的目的，所有受访者都部署了 Salesforce 作为 DXP。这些高管既包括最高层主管，也有业务部门的 DXP 负责人，他们表示，自己所面临的障碍往往根植于数据问题，以及对于扩大平台合作可能会让品牌价值消退的恐惧。重要的是，事实证明，孤岛式组织架构虽然在多方面阻碍发展却难以打破(要了解有关研究的更多信息，请参阅“调研方法”)。

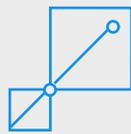
如果任由这些挑战阻碍必须进行的转型，那么企业可能会逐渐衰弱，与蓬勃发展的企业之间差距越来越大。在整个 2020 年以及 2021 年连续进行的多项 IBV 调研表明，企业转型从未如此重要。新冠病毒疫情让将近 60% 的企业加速数字化转型，而且变革势头在持续增强。³ 因此，对于受访组织以及许多类似的组织而言，目前的形势是时不我待，机不可失。企业迫切需要消除 DXP 中的薄弱环节，加快实施计划和投资，以扩大和改进 DXP。

为了改善客户体验，许多企业积极投资部署 DXP，但数据集成可能成为难题



排名第一

未来三年，组织排名第一的总体业务优先任务是改善客户体验



49%

的组织自 2020 年初起增加了对 DXP 的投资



#1

大多数受访者认为数据与多个记录系统的集成是头号难题

观点:体验时代

数字体验平台 (DXP) 将人员、流程和技术统一起来,从而改善客户和员工的数字体验。根据 Gartner 的定义,DXP 通过“一系列基于公共平台的集成技术,在多个数字接触点为广泛受众提供统一、安全和个性化的信息和应用访问”来实现这一点。⁴

DXP,也就是一些人所说的“互动平台”,可以作为建立个人客户关系的载体。例如,企业可使用 Salesforce 或其他 DXP 平台整合各种互动,无论是面对面互动,还是通过网站、电子邮件、交谈或客户门户进行的互动;并使用相关数据建立客户个人档案,帮助实现个性化体验。

通过构建与企业互动的人员的综合视图,DXP 有助于跨渠道打造统一、无缝、一致和定制的体验。它还为员工提供实现体验所需的战略、工具和流程。DXP 还可以通过快速响应员工和客户需求的变化,帮助提高组织的弹性。

成败在此一举

富有远见的企业高管在疫情期间加快了数字投资。⁵他们对组织战略做出重大的永久性改变,有一些组织甚至彻底重塑市场战略。他们推进流程自动化,在云端开展更多活动。⁶由于愈发确信技术在组织的中心地位,他们积极筹划 AI、物联网、区块链和云计算方面的投资。⁷

然而,对于许多组织而言,在整个企业中大规模开展数字化转型仍然是一种奢望,因为这涉及到基础架构、工具、流程、产品乃至组织架构、企业文化甚至品牌差异化。

仅有 14% 的受访企业表示,能够充分利用当前 DXP 投资的能力。其他大多数受访者仍处于 DXP 成熟度的各个早期阶段,有 47% 的组织仍在试点或实施点解决方案,或正在探索如何扩展最初的应用。由于市场充满不确定性,一些受访企业推迟进一步的投入。还有一些人担心供应商锁定问题,面临预算限制,或者害怕加入生态系统后会失去他们的“祖传秘方”。但是,要想真正做到与众不同,组织必须将思维模式从“实施和维护”转变为“与时俱进”。

与其等待新冠疫情尘埃落定,不如立即采取行动,否则只能看着竞争对手一骑绝尘而去。目前,通过更准确地计算 DXP 投资,组织可以积累先发优势,让数字化转型更进一步。

84% 的高管表示, 客户体验管理将是未来两年的高优先级任务。⁸

体验至上

客户越来越希望, 在与组织进行互动时, 无论何时, 也无论通过何种渠道, 都能获得统一而轻松的体验。在新冠疫情期间, 由于数字技术迅速成为主要渠道, 这种期望变成了硬性要求, 尽管对于一些客户而言这是一种新体验。随着世界逐步开放, 疫情期间产生的需求逐渐成为新常态, 例如虚拟排队以及商业活动和供应链中的无接触式无缝体验。

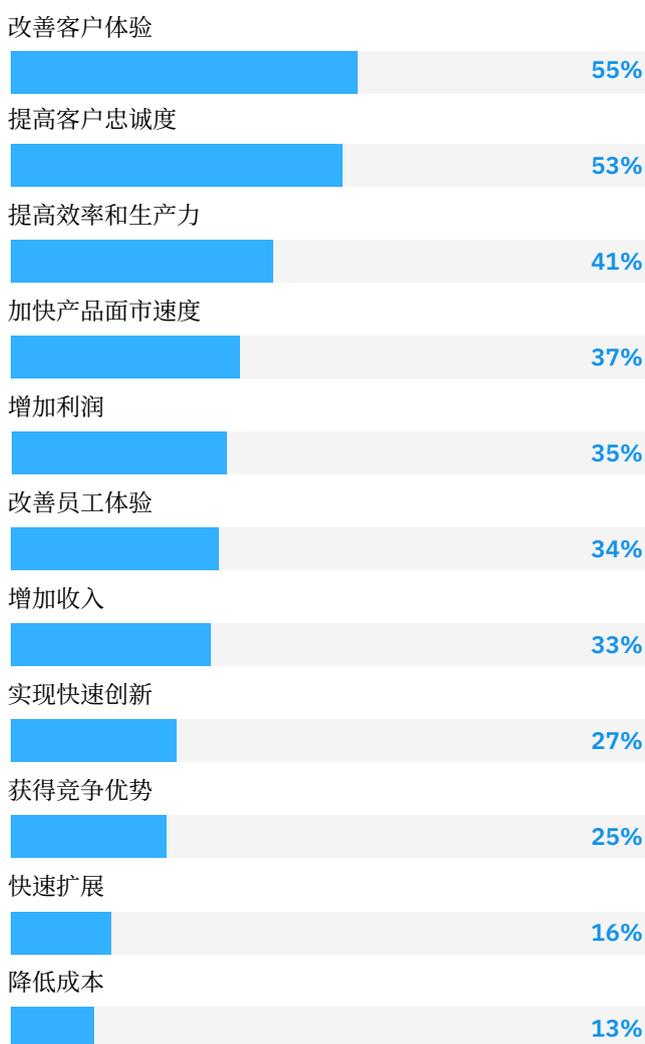
DXP 的目的就是满足这些需求。不出所料, 受访者投资 Salesforce DXP 的最主要原因是为了改善客户体验和提高忠诚度(见图 2)。总的来说, 这份动机列表反映了数字化转型成功所带来的主要收益: 使企业前端和后端同时获得增强和实现现代化(请参阅案例研究:“实现呼叫中心体验现代化”)。DXP 可帮助组织实现与众不同的客户体验, 而客户体验正是获得竞争优势的主要战场。许多客户之所以对企业保持忠诚, 当然有价格和其他一些因素, 但主要是因为他们相信体验可以达到或超越他们的期望。

我们的数据表明, 2021 年尽管新冠疫情仍在肆虐, 或者, 也可能正是因为疫情的存在, 许多受访者将业务增长选作投资的主要推动因素; 而只有 13% 的受访者选择“降低成本”作为投资推动因素, 排在最后。

图 2

投入资本, 改善客户体验

高管认为投资于 DXP 的最重要原因是改善客户体验



观点:员工和客户体验之间的纽带

改善员工体验并不是 DXP 投资的主要推动力量。受访组织也并未将其视为未来两到三年的主要优先任务。

然而,如果企业想要改善客户体验,就必须解决员工体验问题,因为这两者紧密地联系在一起,不可分割。在客户体验方面表现出色的企业的员工敬业度是客户体验表现不佳企业的 1.5 倍。⁹拥有高度敬业的员工队伍的企业每股收益要比竞争对手高出 147%。¹⁰

DXP 的优点不仅在于它能够改善客户的前端数字互动,而且还能够为打造和管理客户体验的团队以及依赖于轻松访问 DXP 解决方案提供的数据和服务的其他员工带来革命性的体验。通过为员工提供所需的技术和工具,让他们保持敬业度,出色地完成工作,企业就能够形成创新精神,以及有动力不断探索改善客户体验的方法。¹¹

当问及 Salesforce DXP 提供的优势时,高管的回答又回到了客户身上。DXP 的最大价值在于能够有的放矢地快速与客户互动,以满足他们的需求,认同这一点的受访者比例远超其他(见图 3)。

利用 AI、云和其他技术,组织可以利用平台解决方案来挖掘客户数据,创造个性化体验,提高敬业度和服务水平。根据 Forrester 的研究结果,这种个性化可以为整个业务带来收益,包括销售收入平均增长 6%(这与我们自己最近关于数字加速的调研结果一致)、NPS 分数平均提高 18 分、客户保留率平均提高了 3%。¹²

预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38399

