

The State of Salesforce

Специальный выпуск, 2020 - 2021

IBM.



The State of Salesforce — это наш ежегодный отчет о том, как лучшие компании используют Salesforce для повышения бизнес- результатов.

Более 107000 точек данных, более 1300 респондентов и более 15 часов интервью с руководителями компаний со всего мира — в этом специальном выпуске мы возвращаемся к тенденциям прошлого года и изучаем их эволюцию в условиях пандемии COVID-19.

Как мы определяем лучшие компании*?

В прошлом году мы относили к числу лучших те компании, которые понимали, что взаимодействие с клиентами (CX) непосредственным образом зависит от взаимодействия с сотрудниками (EX) и стремились соответствующим образом изменить свои бизнес-процессы и операции.

В условиях пандемии COVID-19 эта концепция приобрела еще большую актуальность — Salesforce продолжает играть ключевую роль в цифровой трансформации компаний, стремящихся приспособиться к новым условиям.

В этом году лучшие компании экспериментируют с гибкими, креативными решениями, которые стали возможными благодаря предыдущим инвестициям в гибкие технологии, мультиоблачные среды и

методики управления Salesforce. Они углубляют инвестиции в развивающиеся технологии, такие как искусственный интеллект (ИИ), рассчитывая выйти из кризиса более сильными и устойчивыми за счет объединения людей, процессов и технологий. Кроме того, они осваивают новые способы работы, помогающие адаптироваться к быстрым изменениям корпоративной культуры и предпочтений клиентов.

И наконец, лучшие компании не останавливаются на стабилизации. Они разрабатывают и развертывают адаптивные процессы и платформы для оптимизации взаимодействия с сотрудниками и клиентами в рамках инициатив по повышению устойчивости бизнеса.

* Методология, в соответствии с которой мы определяем «лучшие компании»,

* описана на стр. 39 этого отчета.

Что внутри

03 Обзор для руководства

Специальный выпуск, посвященный COVID-19

07 Первая тенденция

Доверие — это новая основа взаимодействия с клиентами

16 Вторая тенденция

ИИ, ориентированный на человека, создает новые бизнес-возможности

24 Третья тенденция

Устойчивость бизнеса зависит от безопасности и благополучия сотрудников

31 Четвертая тенденция

В условиях COVID-19 цифровые компании получают значительное преимущество

39 Методы

Привлечение участников опроса, методология и цифры

Восстановление, изобретательность и устойчивость

В начале 2020 года COVID-19 внес коррективы в каждую бизнес-стратегию, утвержденную на год вперед. Практически в одночасье клиенты и сотрудники по всему миру вынуждены были остаться дома, а компаниям потребовалось в экстренном порядке корректировать свои приоритеты и инвестиции в цифровые технологии.

Пандемия стала лакмусовой бумажкой зрелости цифровой трансформации, которую, кстати, осуществляли далеко не все организации. К счастью, клиенты Salesforce обладали серьезным преимуществом с самого начала: важные данные уже были перенесены в облако, а гибкие бизнес-процессы позволили оперативно наладить удаленную работу.

Облачные технологии оказались существенным конкурентным преимуществом. Те, кто осуществляют переход, понимают, что обратного пути нет. Дальнейший путь предусматривает ускорение инноваций и создание более разумных, безопасных и устойчивых бизнес-процессов — именно такой подход исповедует Salesforce.

В этот беспрецедентный год в нашем исследовании мы стремились выяснить, каким образом Salesforce помогает организациям преодолевать трудности, вызванные пандемией COVID-19. Нестабильные условия глобальной пандемии не удержали почти треть опрошенных компаний от наращивания инвестиций в Salesforce.

В нашем специальном выпуске отчета «The State of Salesforce», посвященном COVID-19, мы возвращаемся к главным тенденциям прошлого года и анализируем, какое влияние на них оказала пандемия. Мы изучаем, как компании реагируют на неопределенность и перебои в своих сегментах, чтобы адаптироваться, выжить и процветать сейчас и в будущем.

Сталкиваясь со всё более сложными потребностями сотрудников и клиентов, лучшие компании вкладывают средства в следующие технологии:



Искусственный интеллект



Отраслевые инновации



Решения для восстановления рабочей силы



Системы управления рисками



Комплексная интеграция Salesforce

В целом, мы наблюдаем, что лучшие компании, работающие с Salesforce, продолжают ставить во главу угла взаимодействие с сотрудниками и клиентами. Однако в этом году важными составляющими таких отношений стали безопасность и доверие. Компании любых размеров во всех отраслях реализуют инициативы, направленные на удовлетворение сложных потребностей людей, вкладывая средства в несколько основных областей: ИИ, отраслевые инновации, решения для восстановления рабочей силы, системы управления рисками и комплексная интеграция Salesforce. Используя методики проектирования бизнеса, они прокладывают уникальный путь к устойчивости, продуктивности и росту.

Как и следовало ожидать, на рынке появился разрыв: одни организации, которые уже находятся на пути к Salesforce, в начале года продолжают двигаться вперед, создавая дополнительные преимущества для своего бизнеса. Другие не успевают адаптироваться и инвестировать в цифровую реорганизацию, оставаясь позади.

Для того чтобы глубже понять клиентов Salesforce и их реакцию на пандемию, мы привлекли к нашему исследованию Oxford Economics. Вместе мы взяли интервью у руководителей глобальных предприятий, чтобы из первых рук узнать подлинные истории восстановления бизнеса. Вы прочтаете рассказанные ими истории о том, как Salesforce помогает их компаниям развиваться, стимулируя инновации и улучшая отношения сотрудников и клиентов.

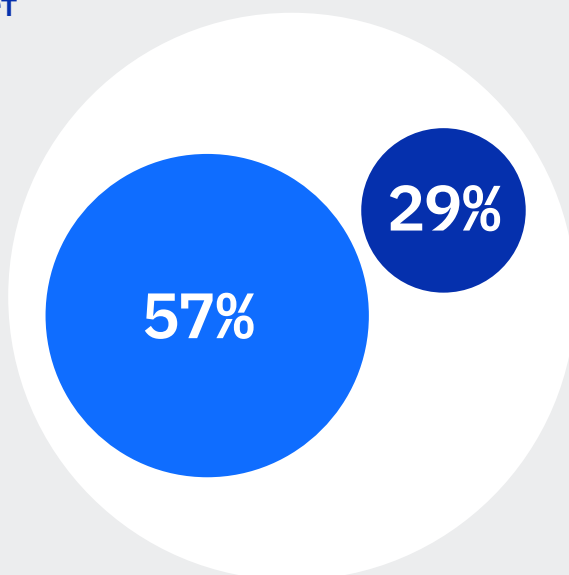
Дорога к возобновлению деятельности изобилует препятствиями, но каждый руководитель может внести свой вклад в развитие бизнеса и сделать мир лучше — все начинается с переосмысления будущего после пандемии и тех возможностей, которые оно открывает.

Я надеюсь, что вам понравится наш специальный выпуск отчета *The State of Salesforce*.



Эл Дженкинс
Управляющий партнер и глобальный лидер
[IBM Services, Salesforce](#)

Salesforce помогает изменить бизнес в эти неспокойные времена.



● Клиенты, которые нарастили инвестиции в Salesforce в 2020 году на фоне пандемии COVID-19

● Клиенты, которые считают, что Salesforce помогает адаптироваться к изменениям

COVID-19 меняет приоритеты бизнеса

Первая тенденция



Доверие — это новая основа взаимодействия с клиентами.

В ответ на распространение пандемии происходит переоценка ценностей — всё больше внимания компании уделяют инициативам на основе Salesforce, направленным на укрепление доверия и лояльности клиентов. В число основных инициатив входят разработка персонализированных циклов взаимодействия с клиентами, а также повышение уровня конфиденциальности и безопасности данных. Таким образом компания может продемонстрировать, что она способна не только понимать своих клиентов, но и обеспечить защиту конфиденциальной информации.

Вторая тенденция



ИИ, ориентированный на человека, создает новые бизнес-возможности.

Компании активно вкладывают средства в корпоративный ИИ — от ИИ-ассистентов и автоматизации до прогнозной аналитики и интеллектуальных рабочих процессов — для укрепления связей между людьми, а также для адаптации к быстро меняющимся требованиям и ожиданиям клиентов и сотрудников.

Третья тенденция



Устойчивость бизнеса зависит от безопасности и благополучия сотрудников.

Безопасность и благополучие сотрудников стали основным приоритетом. Организации используют Salesforce для повышения устойчивости трудовых ресурсов: в распоряжение сотрудников предоставляются все необходимые инструменты и процессы, чтобы они могли с уверенностью ориентироваться в новой культуре удаленной работы и цифровых технологий.

Четвертая тенденция



В условиях COVID-19 цифровые компании получают значительное преимущество.

Лучшие компании все активнее инвестируют в комплексную интеграцию Salesforce, рассчитывая в полной мере раскрыть возможности более глубокого цифрового взаимодействия и инновационных технологий. Такое изменение вектора развития позволяет укрепить их конкурентное преимущество и статус цифровой компании.

Доверие — это новая ОСНОВА взаимодействия с клиентами

Пандемия обусловила массовый переход контактных точек в цифровые каналы; магазины и рестораны развивают интернет-бизнес, здравоохранение становится виртуальным, а миллионы людей работают из дома. Несмотря на то что в первую очередь люди заботятся о здоровье и безопасности, они также хотят вести бизнес с компаниями, которым они могут доверять и которые могут оказать им поддержку и защитить совершенно новыми способами.

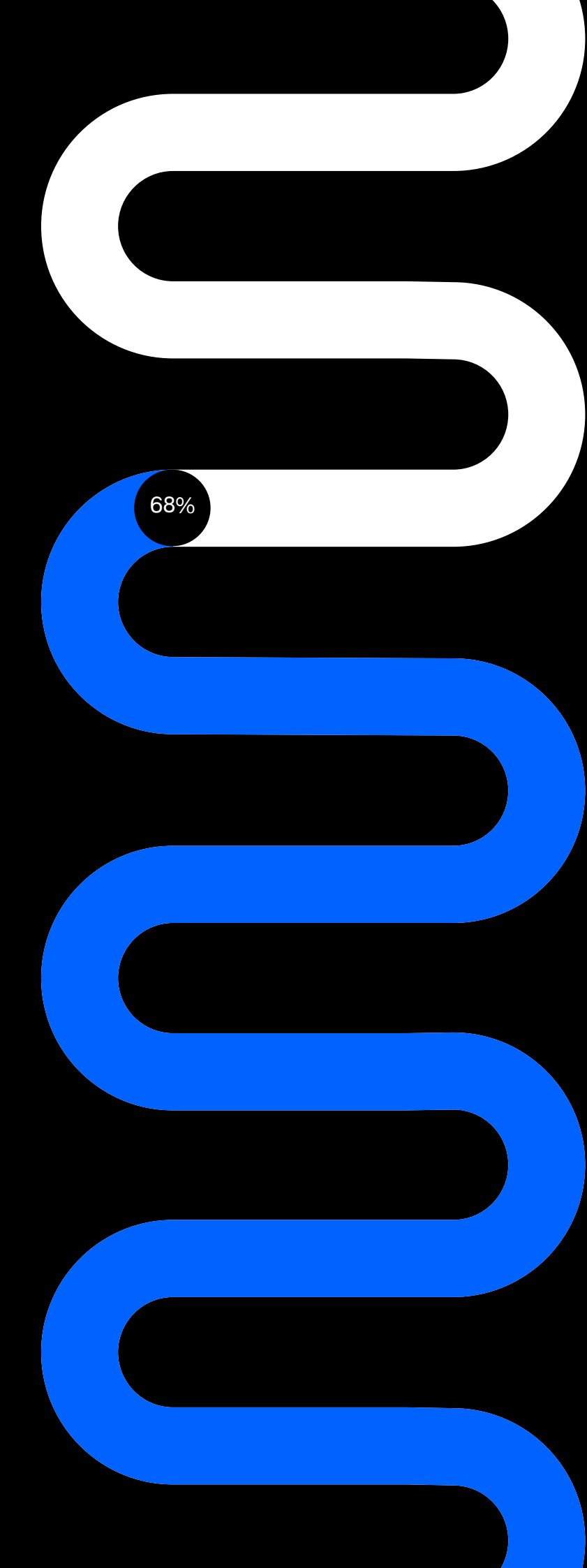


Раньше

В прошлом году все усилия были направлены на создание полного представления о клиенте путем интеграции данных в унифицированном профиле клиента.

Сегодня

Доверие очень важно для повышения лояльности и удержания клиентов. Если клиенты не верят, что компания способна успевать за их цифровыми, физическими, ментальными и эмоциональными потребностями, они уйдут. Несмотря на то что все компании стремятся добиться стабильности и роста, лучшие из них уделяют внимание инициативам по цифровой трансформации на основе Salesforce, чтобы стать ближе к своим клиентам и сотрудникам, а также укрепить, защитить и поддерживать доверительные отношения с ними.



Согласование ИТ и бизнеса — главный приоритет организаций

68%

*В связи со вспышкой коронавирусной инфекции **68%** компаний заявили, что их главным приоритетом в отношении Salesforce является повышение уровня сотрудничества ИТ и бизнеса с акцентом на укрепление доверия и лояльности клиентов.*

Трансформация бизнеса с привлечением Salesforce будет наиболее успешной, если между руководителями ИТ-подразделений и направлений бизнеса будет изначально налажено плодотворное сотрудничество.

Потребности бизнес-направлений

- Бизнес-результаты
- Довольные клиенты
- Мотивированные сотрудники
- Простота совместной работы
- Аналитика на основе данных
- Автоматизация и продуктивность
- Скорость внедрения инноваций

ИТ-потребности

- Бизнес-результаты
- Простота управления
- Данные и конфиденциальность
- Простора масштабирования
- Техническая гибкость
- Решения с заделом на будущее
- Больше внимания инновациями, а не обслуживанию

Согласованное развитие ИТ и бизнеса помогает укрепить лояльность и доверие клиентов

Последствия пандемии COVID-19 вынудили многие организации пересмотреть планы внедрения Salesforce. Компании, которые не успели осуществить цифровую трансформацию до вспышки коронавируса, подвержены частым сбоям, но даже самые передовые компании ощущают нехватку цифровых возможностей. Для того чтобы вырваться вперед, требуется тесное сотрудничество руководителей ИТ и бизнеса — поиск баланса между взаимодействием с клиентами, созданием бизнес-ценности, конфиденциальностью и безопасностью данных.

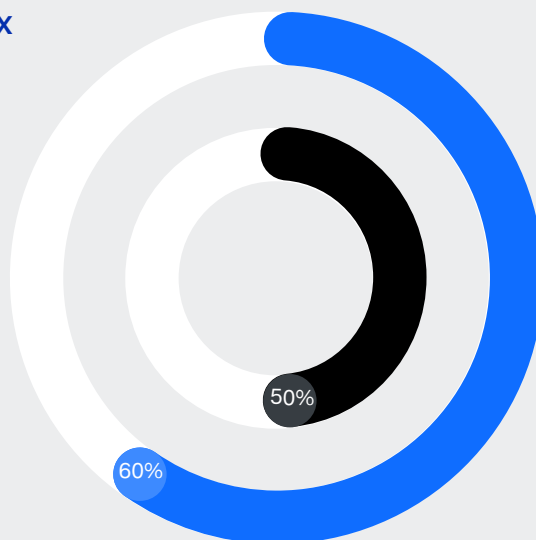
Законы о конфиденциальности данных, такие как GDPR (Общеввропейский регламент о защите персональных данных), существенно повлияли на специфику управления взаимосвязями с заказчиками (CRM). С учетом таких законодательных требований

и желания клиентов получить контроль над своими данными компании вынуждены пересматривать процессы, процедуры и маркетинговые стратегии. ИТ-руководители, глубоко понимающие уровень сложности системы, необходимой для защиты конфиденциальных данных (блокчейн, шифрование и соблюдение нормативных требований), стремятся согласовать бизнес-приоритеты с требованиями к безопасности для достижения максимальных результатов и окупаемости инвестиций.

Лучшие компании поощряют сотрудничество руководителей ИТ и бизнеса в рамках инициатив повышения ценности и безопасности, чтобы быстрее выводить на рынок надежные способы взаимодействия, способные укрепить лояльность существующих и привлечь новых клиентов.

Половина опрошенных компаний уделяет больше внимания лояльности и доверию.

Лучшие компании на 20% чаще уделяют внимание лояльности и доверию.



Респонденты, которые отметили, что их организации уделяют больше внимания лояльности и доверию клиентов

- Лучшие компании
- Прочие компании

На веб-сайте Salesforce, посвященном [доверию и безопасности](#), опубликована исчерпывающая информация о безопасности платформы и ее возможностях по обеспечению конфиденциальности и защиты данных.

85%

опрошенных ИТ-специалистов доверяют Salesforce удовлетворение **изменяющихся** потребностей клиентов.

86%

опрошенных ИТ-специалистов доверяют Salesforce удовлетворение **изменяющихся** потребностей сотрудников.

Портфель продуктов Salesforce Industries достиг зрелости

Для удержания клиентов во время пандемии важное значение имеет выбор правильного контекста для продвижения и предоставления услуг. В основе такой стратегии должен лежать учитывающий специфику отрасли подход, в рамках которого клиентам, пациентам или гражданам будут предоставляться релевантные, персонализированные и надежные способы взаимодействия.

Платформа Salesforce Industries (которая включает предыдущие решения Vlocity и новые отраслевые облачные среды) предлагает отраслевые модели данных и готовые бизнес-процессы, помогающие организациям сохранять конкурентоспособность

Ведущие отраслевые сегменты, использующие решения Salesforce Industries

Связь и телекоммуникации

Communications Cloud сочетает отраслевые возможности, передовые практики и процессы, такие как составление коммерческих каталогов и управление жизненным циклом контрактов, для повышения прибыли и ускорения вывода продуктов на рынок.

Банковское дело и страхование

Страховые компании, использующие Salesforce Industries, обладают доступом к библиотеке процессов с предварительно настроенными транзакциями, которые помогают им с легкостью разрабатывать и развертывать решения, способные ускорить обработку претензий, повысить показатели продления полисов и привлечь больше клиентов.

Здравоохранение и государственный сектор

COVID-19 продолжает оказывать давление на организации в сфере здравоохранения и социального обеспечения. Организации, использующие Salesforce Industries Public Sector Solutions, получают возможность централизовать управление лицензиями и разрешениями, проверками и программами экстренной помощи в облаке, чтобы быстрее и с большей эффективностью обслуживать клиентов.

и адаптироваться к трудностям, обусловленным пандемией. Лучшие компании используют продукты Salesforce Industries для быстрого выявления и реализации инициатив в сфере взаимодействия с клиентами.

Отраслевые решения, объединяющие важные компоненты взаимодействия с клиентами и компоненты обеспечения жизнедеятельности компании (приложения для фронт-офиса и бэк-офиса), — это будущее бизнеса и Salesforce.

Salesforce Industries помогает лучшим компаниям успешнее справляться с отраслевым кризисом за счет быстрого вывода решений на рынок.

Лучшие компании имеют в два раза больше шансов преодолеть отраслевой кризис.

41%

18%

Респонденты, которые считают перебои в работе незначительным фактором, препятствующим переходу компании к следующему этапу восстановления

● Лучшие компании

● Прочие компании

«Сбор данных в важных точках взаимодействия с клиентами имеет очень важное значение, особенно сейчас...»

Посещение розничного магазина, оформление заказа через Интернет, переписка по электронной почте — все эти точки взаимодействия можно оптимизировать и персонализировать с помощью Salesforce».



TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

Александр Регард
Менеджер по цифровым технологиям,
TAG Heuer

Взаимодействия с клиентами с помощью ИИ и Salesforce Customer 360

Возможности личного взаимодействия с клиентами в настоящее время серьезно ограничены. Пользуясь цифровыми каналами, клиенты генерируют огромные объемы данных, которые могут принести пользу всему бизнесу — если компании смогут задействовать их. Каждый отдел активно внедряет корпоративный ИИ и инструменты принятия решений на основе данных для развития персонализации и укрепления уверенности в том, что компания способна удовлетворять потребности клиентов.

Компания Salesforce удваивает ставки на решения для организации взаимодействия с клиентами и расширяет их возможности путем поглощения таких компаний, как Datorama, Krux и Tableau.

В результате таких поглощений компания Salesforce получила новые возможности в сфере ИИ и создания отчетов, обеспечив интеграцию внутренних и внешних источников данных, а также наглядное представление сложных данных в режиме реального времени. Такой уровень интеллектуальных возможностей позволяет создать более глубокие, надежные и безопасные профили клиентов, чтобы разработать комплексные механизмы взаимодействия с клиентами и повысить окупаемость инвестиций.

Компании, которые хотят использовать обогащенные данные и получить конкурентные преимущества, оперативно внедряют профили данных Customer 360. Они инвестируют в корпоративные ИИ-решения, такие как Salesforce Einstein и IBM Watson, а также инструменты визуализации, такие как Tableau, чтобы извлекать ценную информацию о клиентах, которая необходима для организации взаимодействия, способного повысить показатели удержания клиентов и роста.

В условиях пандемии COVID-19 существенно вырос спрос на данные, аналитику и ИИ.



Обслуживание

69% отметили повышенный спрос на средства моделирования лучших дальнейших действий и интеллектуальной помощи на базе ИИ



Маркетологи

65% отметили повышенный спрос на ИИ для анализа и создания отчетов о поведении клиентов и целевых рынках



ИТ и DevOps

64% отметили повышенный спрос на инструменты принятия решений на основе данных



Продавцы

52% отметили повышенный спрос на ценную информацию о склонности клиентов к покупкам

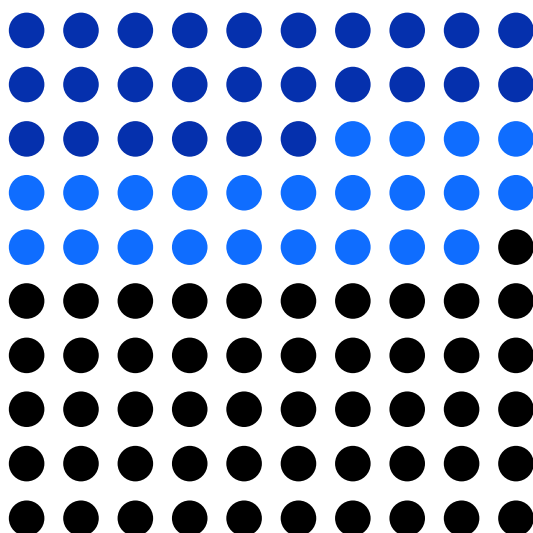
Дизайн играет критически важную роль в достижении успеха вместе с Salesforce

Дизайн выходит за рамки визуального оформления — от него зависят впечатления клиентов. И от того, как компании подходят к дизайну цифровых и личных взаимодействий, зависят такие важные результаты, как прибыль, производительность и лояльность. В условиях пандемии COVID-19 организации вынуждены тратить больше усилий на разработку новых способов взаимодействия (таких как телемедицина, покупки через Интернет, самовывоз из магазина). Клиенты Salesforce активно осваивают дизайн, ориентированный на человека, разрабатывая решения, способные удовлетворить меняющиеся потребности сотрудников и клиентов.

Дизайн, ориентированный на человека, выполняет две важные функции, которые дополняют друг друга: графический дизайн (UI/UX) и бизнес-модели (переосмысление окружающих конечного пользователя процессов с помощью проектного мышления). За счет выявления потребностей и болевых точек пользователей создаются решения, которые отличаются простотой и удобством. В 2015 году компания Salesforce представила систему Lightning Design System для поддержки разработки в любом масштабе, а в прошлом году Salesforce организовала программу Design Relations, в рамках которой организации могут учитывать потребности конечных пользователей в процессе разработки.

Лучшие компании используют дизайн, ориентированный на человека, в решениях Salesforce и бизнес-процессах для удовлетворения потребностей клиентов, быстрого решения проблем, снижения сложности, а также для согласования целей и стратегии между разными рабочими группами.

Среди всех компаний, которые применяют методы проектирования в Salesforce:

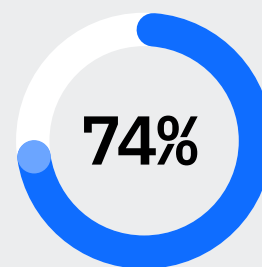


● 26% уделяют основное внимание дизайну способов взаимодействия с клиентами (CX)

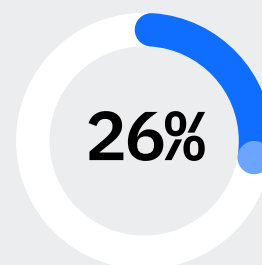
● 23% уделяют основное внимание дизайну способов взаимодействия с сотрудниками (EX)

● 51% уделяют внимание обоим направлениям

Дизайн, ориентированный на человека, требует определенных навыков и опыта оптимизации. Клиенты Salesforce всё чаще привлекают опытных партнеров для помощи своим специалистам.



организаций респондентов привлекают сторонних проектировщиков



организаций респондентов задействуют только своих проектировщиков

Лучшие компании

+34%

чаще используют методы проектирования для согласования EX и CX.

«Одно из ключевых направлений, в котором мы работаем, — это дизайн, ориентированный на человека...»

Мы опрашиваем сотрудников, собираем ценную информацию и делаем выводы, которые затем учитываем в ходе проектирования наших бизнес-процессов в Salesforce».



Шоба Ганесан
Директор по ИТ-трансформации в
области продаж,
FritoLay, Северная Америка

Что дальше?

Пандемия COVID-19 ускорила переход к цифровому миру. Восстановление и успех бизнеса тесно связаны с тем, каким образом компании могут завоевать лояльность и доверие клиентов, удовлетворяя их потребности в отношении персонализированного взаимодействия, безопасности и удобства.

Лучшие компании ускоряют трансформацию путем согласования потребностей ИТ и бизнеса с помощью платформы Salesforce Industries, которая помогает разрабатывать вертикальные решения для организации взаимодействия с клиентами, инвестировать в аналитику данных и решения Customer 360, чтобы оптимизировать варианты взаимодействия и внедрять инновации, ориентированные на удобство сотрудников и клиентов.

«Решения Salesforce стали нашей отправной точкой для формирования персональных отношений с клиентами. Чаты, электронная коммерция, порталы клиентов, телефонные звонки, электронная почта и даже факс — Salesforce охватывает все эти способы связи, позволяя создавать подробные профили клиентов».

Деветта Джеймс



AmerisourceBergen®

Старший вице-президент,
AmerisourceBergen Drug Corporation

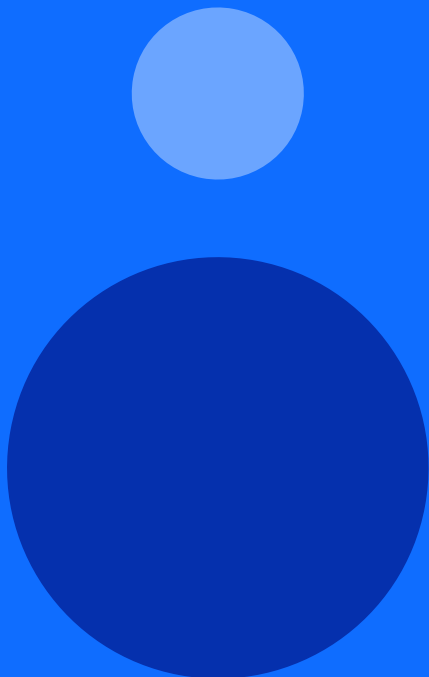
«Компания Salesforce помогает нашему бизнесу создавать больше преимуществ для клиентов, ведь в этом и есть смысл нашей деятельности. Мы уже не стремимся продавать как можно больше — мы стремимся завоевать доверие наших клиентов и удовлетворить все их потребности».

SaskTel 

Джим Дундас
ИТ-директор,
SaskTel

Ориентированный на человека *ИИ открывает* **НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ** для бизнеса

Искусственный интеллект обрел новую значимость в условиях пандемии COVID-19, когда мы, находясь в изоляции, пытаемся найти новые способы оставаться на связи. Клиентам Salesforce больше не нужно экспериментировать с ИИ. Для того чтобы успешно пережить пандемию, они реализуют полный спектр решений на основе ИИ — от ИИ-ассистентов и Salesforce Einstein до диалоговых платформ на базе ИИ.



Раньше

В прошлом году мы рассматривали дальнейшее раскрытие потенциала ИИ и способы перехода организаций от пилотных проектов к полностью масштабируемым решениям.

Сегодня

ИИ открывает новые возможности для бизнеса, помогая компаниям развиваться и получать конкурентные преимущества во время пандемии COVID-19. Лучшие организации инвестируют в корпоративные платформы на основе ИИ, помогающие сотрудникам и клиентам, которые работают из дома, всегда оставаться в курсе событий и быть на связи.

Ожидания в отношении ИИ становятся реальностью

19%

48%

150%

В прошлом году 19% участников опроса использовали корпоративный ИИ

В этом году их число выросло до 48%

За последний год число организаций, использующих корпоративный ИИ в Salesforce, увеличилось более чем на **150%**.

Лучшие сценарии использования ИИ в Salesforce:

Service Cloud:

ИИ-ассистенты, моделирование лучших дальнейших действий и контроль социальных сетей

Sales Cloud:

Анализ рынка, моделирование лучших дальнейших действий и выдача предупреждений о ключевых возможностях

Marketing Cloud:

Аналитика и создание отчетов, мониторинг социальных сетей и персонализация сообщений электронной почты

Commerce Cloud:

Рекомендации по продуктам, персонализация ассортимента продуктов и прогнозирование спроса

Разумная работа с использованием ИИ

Компании всё шире задействуют ИИ в решениях Salesforce, чтобы преодолеть вызванные пандемией трудности и открыть новые возможности.

Группы продаж

используют интеллектуальную оценку потенциальных клиентов и моделирование наилучших дальнейших действий для создания списков целевых клиентов.

Отделы кадров

используют ИИ-решения, такие как Tableau COVID-19 Data Hub и [IBM Disruption Recovery Insights](#), для прогнозирования рисков и управления безопасностью сотрудников и клиентов.

Специалисты по обслуживанию клиентов

в каждой отрасли (особенно в сфере здравоохранения, розничных продаж и финансов) внедряют ИИ-ассистентов за 1 или 2 дня, а затем масштабируют их на всю организацию, чтобы повысить скорость реагирования на запросы клиентов и освободить сотрудников для выполнения более сложных задач.

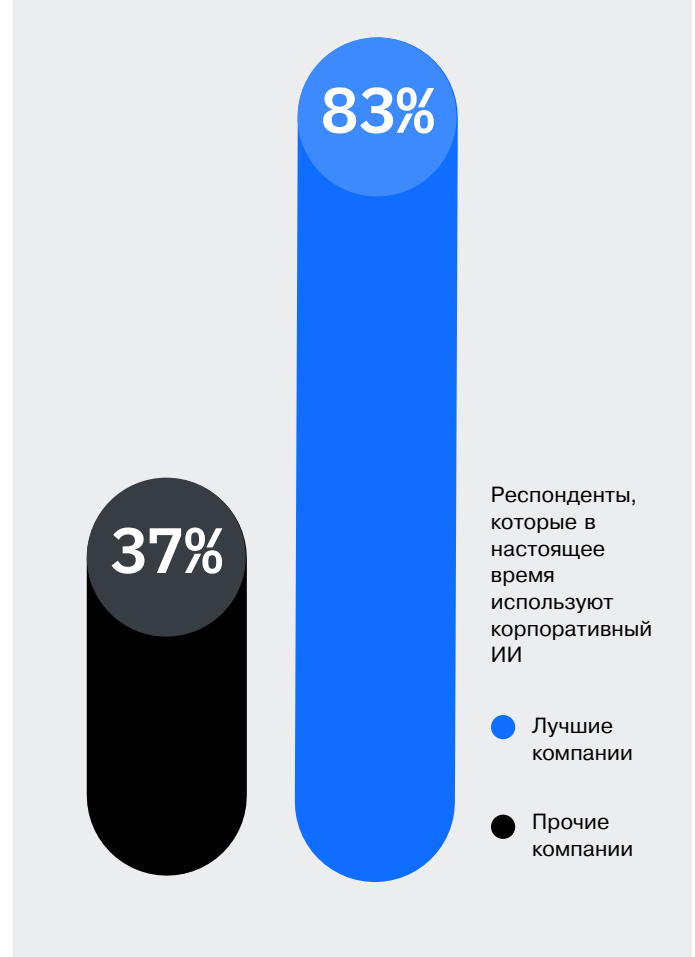
Маркетологи

используют знания, полученные с помощью ИИ, для формирования и своевременной выдачи рекомендаций относительно продуктов и услуг, чтобы повысить вовлеченность и удовлетворенность клиентов.

«Мы хотим использовать Salesforce и ИИ, чтобы предоставлять пожилым людям подходящие продукты Medicare. Изучив поведение клиентов, историю обращений, записи врачей и рецепты, мы можем с уверенностью сказать: "С учетом того, что мы знаем о вас, мы рекомендуем вам это и вот почему"».

Старший директор, национальная страховая компания из США

Лучшие компании в два раза чаще используют корпоративный ИИ.



COVID-19 обусловил существенное повышение спроса на функции ИИ.

75% специалистов по обслуживанию клиентов отметили повышение спроса на ИИ-ассистентов

69% специалистов по обслуживанию клиентов отметили повышение спроса на средства моделирования дальнейших действий и интеллектуальной помощи

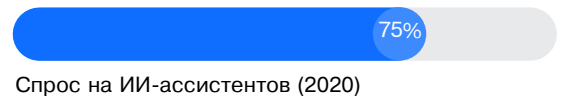
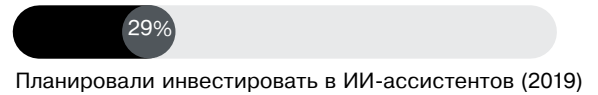
65% специалистов в сфере коммерции отметили повышение спроса на персонализацию рекомендаций по продуктам

Не все ИИ-ассистенты равны между собой

Когда после введения карантина резко увеличилось количество запросов клиентов, спрос на ИИ-ассистентов (чат-боты) взлетел до небывалых высот. Государственные учреждения внедряют ИИ-ассистентов, таких как [IBM Watson Assistant for Citizens](#), за считанные часы для оперативного реагирования на любые вопросы и потребности граждан — от здоровья и безопасности до действующих нормативных требований на местном, республиканском и федеральном уровнях.

Контактные центры во всех отраслях используют решения, такие как Salesforce Einstein и IBM Watson, для создания ИИ-ассистентов, которые помогают сотрудникам и клиентам. ИИ-ассистенты берут на себя обработку стандартных, повторяющихся запросов (сброс пароля, изменение уровня обслуживания), а также предоставляют нужную информацию агентам и другим сотрудникам. Большинство "зрелых" ИИ-ассистентов используют обработку естественного языка для определения намерений клиентов, поддерживают несколько языков и обеспечивают незаметное привлечение специалистов в Service Cloud. Такое сотрудничество между людьми и ИИ-ассистентами позволяет сделать обслуживание клиентов более быстрым, качественным и индивидуальным, сократив при этом расходы и повысив уверенность клиентов.

В ответ на вспышку COVID-19 спрос на ИИ-ассистентов превысил запланированные организациями инвестиции.



Специалисты по обслуживанию используют ИИ на 28% активнее, чем в других функциональных областях.



Обслуживание

61% используют ИИ



ИТ + DevOps

49% используют ИИ



Маркетологи

48% используют ИИ



Продавцы

46% используют ИИ

Три базовых принципа успешной реализации ИИ-ассистентов



Начинайте с малого

Начните с общих сфер применения, чтобы определить кластеры, которые вы хотели бы охватить в первую очередь.

В самом начале можно обойтись без точной картины и плана действий.



Начинайте как можно раньше

Выберите одну область или сферу применения, в которой вы рассчитываете получить максимальную отдачу, и начните еще до того, как всё будет готово.

Клиенты взаимодействуют с ИИ-ассистентами не так, как с живыми специалистами и с интерфейсом самообслуживания, и единственный способ собрать информацию о таком взаимодействии — осуществить запуск и сделать выводы.



Непрерывное исправление

Собрав необходимые данные, вы можете скорректировать работу ИИ-ассистента.

Узнайте, с какими намерениями обращаются клиенты, какие они задают вопросы и в каком ключе строится общение.

По мере расширения возможностей ИИ-ассистента его характер будет лучше соответствовать философии вашего бренда.

Интеллектуальные рабочие процессы помогают получать аналитическую информацию и повышают производительность бизнеса

Работа с разрозненными системами ограничивает производительность и вовлеченность сотрудников. Теперь миллионы сотрудников вынуждены работать из дома, используя системы, разработанные для корпоративных офисов.

Компании начинают осознавать ценность перестройки своих систем и создания [разумных рабочих процессов](#), в которых данные сочетаются с передовыми технологиями, такими как искусственный интеллект, для ускорения и автоматизации бизнес-процессов.

Лучшие компании интегрируют решения Salesforce с другими системами и разрабатывают интеллектуальные рабочие процессы, ориентированные на человека. Когда базовые процессы жизненного цикла клиентов выходят за пределы Salesforce, интеллектуальные рабочие процессы позволяют сотрудникам быстрее и с большей эффективностью выполнять свою работу — такие преимущества помогают улучшить итоговые показатели компании и оптимизировать взаимодействие с сотрудниками и клиентами.

Каким образом клиенты Salesforce используют интеллектуальные рабочие процессы:

Sales Cloud

Рабочие процессы для поиска и управления потенциальными клиентами помогают ускорить привлечение клиентов и сократить расходы.

Marketing & Commerce Cloud

Рабочие процессы для управления заказами, отслеживания запасов, выдачи рекомендаций по продуктам и моделирования лучших дальнейших действий помогают добиться более высоких показателей конверсии и операционной эффективности.

Service Cloud

Рабочие процессы для перенаправления инцидентов, маршрутизации заявок и самообслуживания помогают повысить качество обслуживания и сократить расходы.

IT Cross-cloud

Рабочие процессы для управления рисками и оптимизации производительности систем помогают повысить эффективность работы, обеспечить безопасность и согласовать работу с бизнес-приоритетами.

Лучшие бизнес-результаты среди компаний, использующих интеллектуальные рабочие процессы в Salesforce:

86% повысили удовлетворенность клиентов

83% повысили удовлетворенность сотрудников

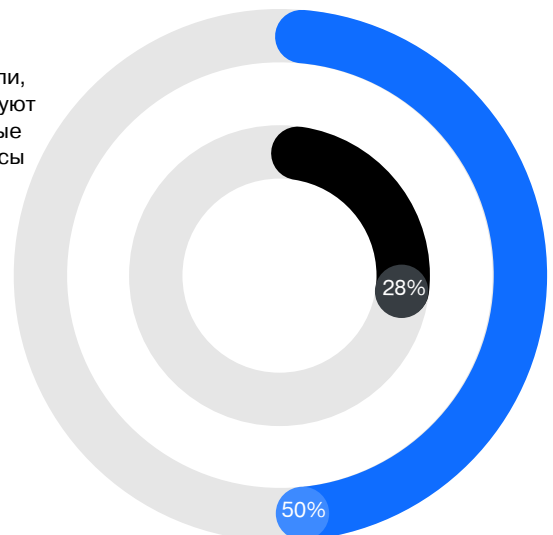
76% повысили эффективность бизнеса

Лучшие компании на 76% чаще внедряют интеллектуальные рабочие процессы в Salesforce.

Респонденты, которые отметили, что они используют интеллектуальные рабочие процессы

● Лучшие компании

● Прочие компании



«Интеллектуальная автоматизация рабочих процессов имеет огромное значение...»

Salesforce предлагает новые сводные панели, помогающие специалистам по обслуживанию клиентов мгновенно вникать в причины обращения клиентов. Релевантная информация распределяется по категориям и помогает быстро и эффективно обслуживать клиентов».



AmerisourceBergen®

Деветта Джеймс
Старший вице-президент по операциям
с клиентами
AmerisourceBergen Drug Corporation

Бизнес-модели — ключ к успешному внедрению ИИ

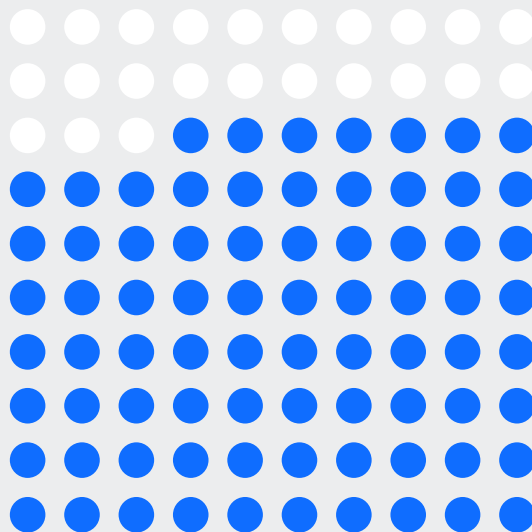
Моделирование бизнес-процессов имеет решающее значение для разработки успешных корпоративных ИИ-решений. Ценная аналитическая информация предоставляется пользователям именно тогда, когда она необходима — не нужно тратить усилия на ее поиск. Хорошо спроектированный ИИ помогает оптимизировать процесс принятия решений и создает более глубокие отношения между сотрудниками и клиентами.

Для создания не требующих усилий механизмов взаимодействия организациям необходимо спланировать правильные сферы применения и автоматизированные точки взаимодействия, чтобы обеспечить извлечение ценной информации из действий сотрудников и клиентов.

Бизнес-модели помещают человека (сотрудника или клиента) в контекст и определяет сферы, в которых ИИ сможет принести наибольшую пользу, например расширение обслуживания, выявление клиентов с высокой степенью риска, выдача рекомендаций по продуктам и корректировка цен.

Лучшие организации применяют проектирование бизнеса в решениях Salesforce — они предоставляют сотрудникам и клиентам широкие возможности аналитики на основе ИИ, автоматизации и персонализации. Компании, использующие бизнес-модели для внедрения ИИ-решений, создают уникальный, оптимизированный путь развития.

Эффективные
ИИ-решения
невозможны
без бизнес-
моделирования.



77%

из числа использующих
ИИ также применяют
методы проектирования
в Salesforce.

Лучшие компании на 29%
чаще применяют методы
проектирования в Salesforce.



Респонденты, которые отметили, что их организации применяют любые методы проектирования в реализациях Salesforce

● Лучшие компании

● Прочие компании

Что дальше?

Широкое распространение цифровых технологий способствовало быстрому и более глубокому распространению ИИ. Для обеспечения слаженного взаимодействия сотрудников и клиентов требуются все более сложные системы, рабочие процессы и способы обработки данных. Компании обращаются к корпоративным ИИ-решениям, чтобы укрепить связи между ними, найти новые источники роста и научиться работать разумней и эффективней.

Лучшие организации отличаются высокими темпами масштабирования аналитики на основе ИИ, автоматизации и персонализации для улучшения способов взаимодействия с клиентами и сотрудниками в масштабах предприятия. Они используют подход, объединяющий Salesforce Einstein и другие решения, такие как Work.com и IBM Watson, чтобы понять далеко идущие последствия пандемии COVID-19 и задействовать аналитические данные о клиентах в каждом решении. И наконец, они используют методики бизнес-проектирования для создания интеллектуальных рабочих процессов, открытия новых возможностей для бизнеса, сотрудников и клиентов.

«Инструменты на основе ИИ — это будущее, однако без эффективного участия конечных пользователей они останутся просто научным проектом. Вам потребуется выделить время и ресурсы на тестирование, сбор отзывов и построение подходящих процессов вокруг инструментов, поскольку аналитическая информация должна помогать на практике добиваться успешных результатов».

 **Citizens**™

Стив Козек
Старший вице-президент, банковское обслуживание
коммерческих компаний, Citizens Bank

«Мы рассматриваем возможность использования Einstein, поскольку нам нужна помощь в обработке данных IoT, поступающих из наших систем. Ценную информацию, полученную из этих данных, можно задействовать в решениях Salesforce для уведомления клиентов о проблемах еще до того, как они произойдут, — и это очень мощная возможность».

Брэндон Акоста
Вице-президент по операционной деятельности,
HoltCat

От безопасности и благополучия сотрудников зависит устойчивость бизнеса

Еще до наступления пандемии дальновидные компании изучали вопросы благополучия сотрудников и эффективного взаимодействия с ними. В 2020 году это стало основным приоритетом каждой компании. Сегодня компании интегрируют Salesforce в свои бизнес-процессы в рамках инициатив по созданию устойчивых рабочих мест. Они адаптируются к последствиям COVID-19, готовятся сделать возврат сотрудников в офисы как можно более безопасным и думают о защите здоровья сотрудников и клиентов.

Раньше

В прошлом году мы отмечали растущую потребность в мобильных приложениях, позволяющих сотрудникам продуктивно работать за пределами офиса с удаленным доступом к Salesforce.

Сейчас

Одних только мобильных функций уже недостаточно — в условиях COVID-19 большинство работников по всему миру вынуждены оставаться дома. Такой переход усилил давление на все бизнес-функции, но в особенности это актуально для цифрового маркетинга, коммерции и обслуживания клиентов. Работникам сферы жизнеобеспечения и специалистам по выездному обслуживанию также требуются уникальные средства поддержки, защиты и доступа к данным для безопасного выполнения своих должностных обязанностей. Лучшие компании используют Salesforce для защиты и поддержки сотрудников и бизнеса, уверенно продвигаясь в направлении стабилизации, роста и устойчивости.

5 этапов преодоления последствий COVID-19



Ориентированные на будущее компании интегрируют Salesforce с комплектом решений для восстановления рабочей силы.

Salesforce: Work.com

Центр управления персоналом

IBM Disruption Recovery Insights

Прогнозная аналитика

Watson Health

Внешние медицинские данные

IBM TRIRIGA

Планирование и управление помещениями

IBM Digital Health Pass

Отслеживание контактов и состояния здоровья

IBM Covid-19 Vaccine Supply Chain

Распространение вакцин

5. Персонал может быстро адаптироваться к другому кризису

Защита здоровья сотрудников и клиентов

Компаниям нужна подробная картина рисков, связанных с COVID-19, а также полный перечень действий по открытию и закрытию офисов и других бизнес-объектов. Компании должны сводить воедино потоки аналитических данных из внутренних и внешних источников, чтобы обезопасить здоровье своих сотрудников и клиентов и найти оптимальную стратегию продолжения и развития операционной деятельности.

Организации сталкиваются со множеством препятствий, начиная с собственной готовности к чрезвычайным ситуациям и систем управления рисками. В условиях COVID-19 компании должны уметь заглядывать в будущее на месяцы вперед и создавать системы управления, способные оперативно реагировать на перебои в рабочих процессах и минимизировать их последствия.

Думая о безопасности и здоровье сотрудников, многие компании обращаются к решениям для оперативных центров управления, таким как Work.com от Salesforce и Disruption Recovery Insights от IBM. Центр управления позволяет контролировать меры по поддержанию здоровья сотрудников, такие как отслеживание контактов, и предлагает аналитическую информацию о рисках, нормативных требованиях и поведенческих шаблонах, оказывающих влияние на бизнес. Такие решения позволяют компаниям оперативно реагировать на внутренние и внешние трудности и предсказывать ситуации, которые выходят за рамки их непосредственного контроля. Высокий уровень подготовленности и упреждающее управление рисками положительно сказываются на готовности и желании сотрудников вернуться на работу.

«Мы используем Work.com для разработки нашей инициативы "Return to Office". Мы организуем программу тестирования на COVID-19 всех сотрудников перед возвратом в офис. Salesforce предлагает средства управления конкретными ситуациями, с помощью которых мы планируем отслеживать состояние здоровья наших сотрудников».

Старший директор, ИТ,
Национальная страховая компания из США

Главные препятствия для создания устойчивого и защищенного рабочего места:



Отметили внешние факторы (нормы в области здравоохранения, потребительские расходы)



Отметили готовность сотрудников вернуться на работу



Отметили подготовленность компании/перебои в работе

Благополучие сотрудников влияет на показатели стабильности и роста бизнеса

В условиях стресса и потрясений, которые сопровождают пандемию COVID-19, компании реализуют и расширяют инициативы, направленные на обеспечение благополучия сотрудников. Для того чтобы удержать сотрудников и вдохновить их на продуктивную работу, сотрудничество и развитие, компаниям нужен комплексный подход к здравоохранению, включая ментальное и эмоциональное благополучие сотрудников.

Компания Salesforce запустила решение Work.com, которое предлагает тот же уровень прозрачности и анализируемости данных о сотрудниках компаний, какой обеспечивают облачные платформы в отношении данных о клиентах. Организации получают эффективные механизмы анализа потребностей сотрудников с учетом жизненных событий и оперативного реагирования на них. Такой подход поддерживает душевное здоровье сотрудников, от которого зависит настроение и продуктивность отдельных людей и целых коллективов.

Когда организация в первую очередь заботится о благополучии своих сотрудников, эффект домино не заставляет себя ждать: **более высокая вовлеченность сотрудников повышает вовлеченность клиентов, что в свою очередь приводит к стабилизации и росту бизнеса.**

Лучшие компании делают всё возможное, чтобы поддержать сотрудников на пути к безопасным и устойчивым рабочим местам. Примеры таких инициатив от Salesforce и IBM:

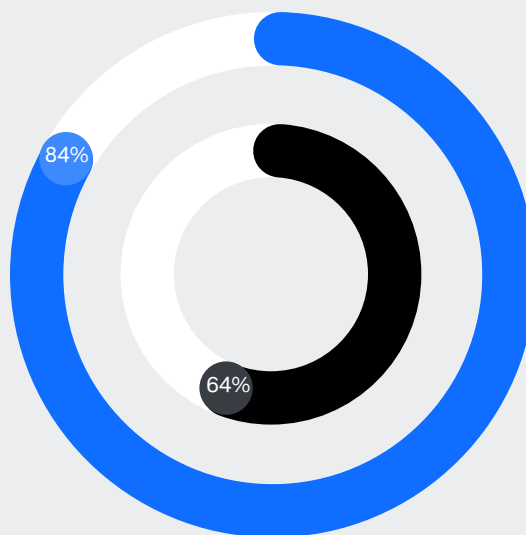
- Оплачиваемый отпуск по уходу за членами семьи
- Развитие навыков
- Более прозрачное и открытое общение с руководством
- Дополнительные пособия по уходу за детьми

В ответ на пандемию COVID-19 организации уделяют первоочередное внимание благополучию сотрудников и клиентов, чтобы за счет укрепления доверия добиться стабильности и роста.

Лучшие компании на 33% чаще заботятся о благополучии сотрудников и клиентов.

Респонденты, которые отметили, что их организации заботятся о благополучии сотрудников и клиентов

● Лучшие компании ● Прочие компании



В США только один из четырех работников верит, что работодатели принимают информированные и этичные решения о возврате на работу, заботясь о здоровье и благополучии своих сотрудников. Лучшие компании стремятся повысить этот статистический показатель.

Результаты опроса, проведенного IBM Institute for Business Value среди 6121 взрослых людей в США. Данные собирались с 1 по 22 апреля 2020 года.

Взаимоотношения переходят в цифровой формат

Каждодневные бизнес-контакты, такие как совещания, поход на обед или посещение отраслевой конференции, прямо сейчас запрещены в большинстве стран. Однако налаживание отношений и человеческие связи продолжают оставаться важнейшими составляющими любого бизнеса.

Salesforce помогает углубить взаимодействие сотрудников с клиентами и коллегами в цифровом формате. Все больше сотрудников отслеживают операции своих клиентов в Salesforce, а это означает более высокий уровень внутреннего сотрудничества и продуктивности благодаря обмену ценной информацией и высокой прозрачности в масштабах организации.

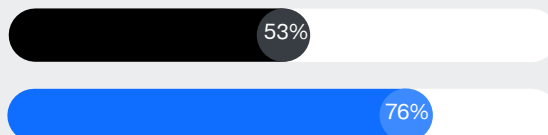
Лучшим компаниям такая модель поведения приносит выгоду — они увеличивают инвестиции и ускоряют внедрение инноваций Salesforce, оставаясь на шаг впереди конкурентов, которые отстают в реализации стратегии цифровой трансформации.

«COVID-19 вынудил наших коммерческих специалистов сократить зависимость от личных взаимодействий с клиентами в пользу более широкого цифрового подхода. Мы использовали возможности мониторинга и расширенную аналитику Salesforce, чтобы прислушиваться к потребностям наших клиентов, отслеживать взаимодействия с нашими клиентами год за годом и искать новые способы расширения присутствия наших специалистов в этой среде».

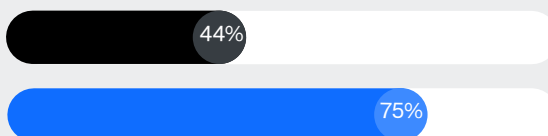
Управляющий директор,
Международная финансовая организация

Лучшие компании активно вкладывают средства в следующие компоненты инфраструктуры:

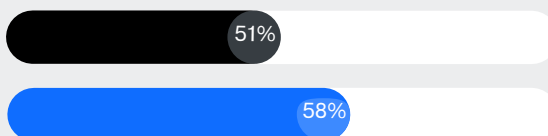
Продукты для принятия решений с опорой на данные, такие как Einstein и Tableau



Развертывание средств для совместной работы, таких как Quip и Community Cloud



Решения для обеспечения конфиденциальности и безопасности данных клиентов, такие как Salesforce Shield и Salesforce Blockchain



Лучшие компании



Прочие компании

Устойчивость рабочей среды имеет важное значение для роста

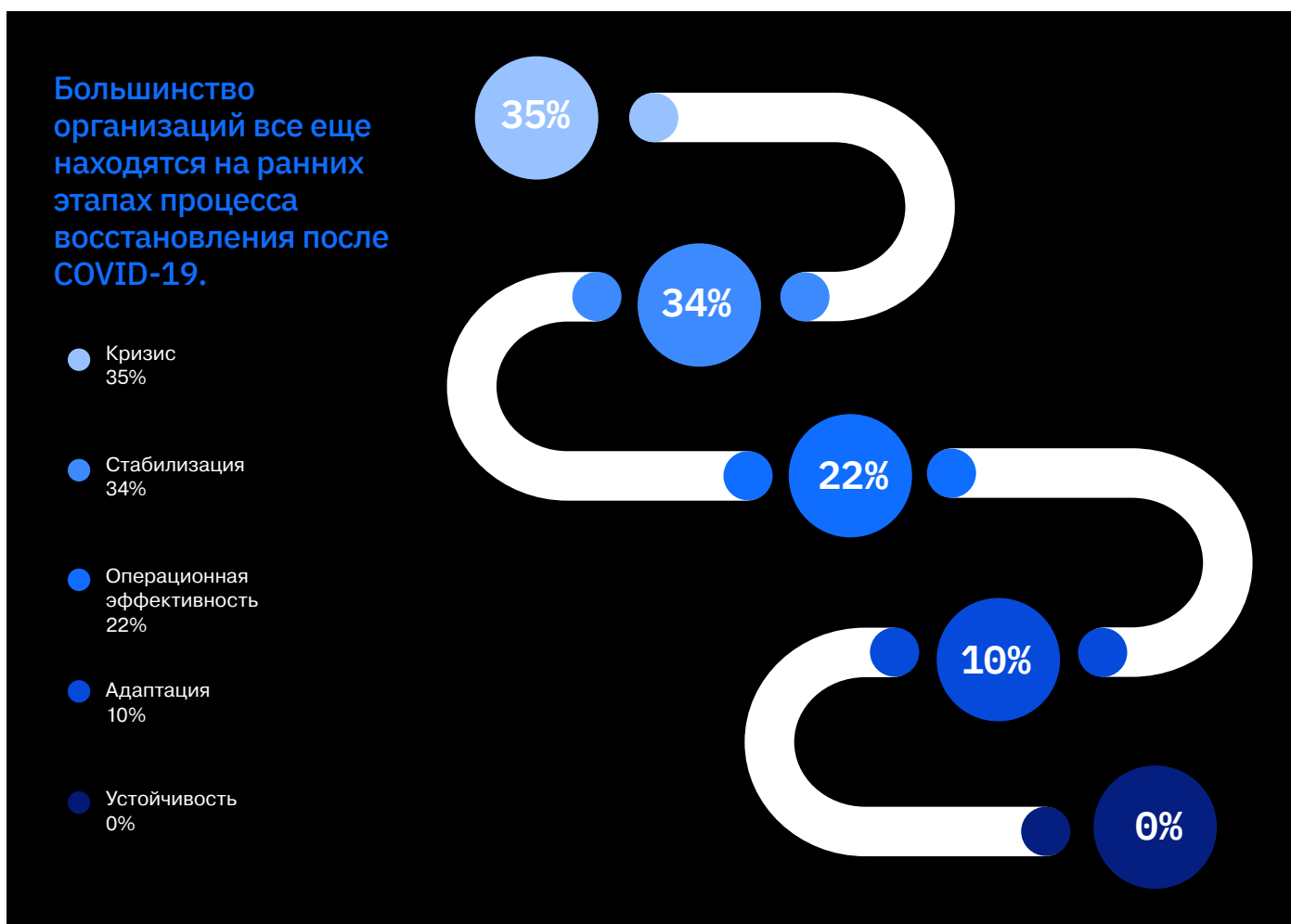
Устойчивость рабочей среды определяет способность компании быстро восстанавливаться несмотря на неблагоприятные обстоятельства. И эта способность влияет на все остальные аспекты, включая рост бизнеса, продуктивность, сокращение расходов и удержание клиентов. Однако достижение истинной устойчивости зависит от того, сможет ли компания вооружить своих сотрудников правильными системами и инструментами, помогающими не терять голову в условиях кризиса.

Пандемия значительно осложнила условия труда сотрудников в связи с введением таких профилактических мер, как удаленная работа, социальное дистанцирование, закрытие школ и медицинские предписания. Для успешной работы сотрудники крайне нуждаются в мощных цифровых инструментах, хорошо спроектированной

облачной инфраструктуре и рабочих процессах, помогающих поддерживать физическое, ментальное и эмоциональное благополучие.

Настоящая устойчивость практически недостижима — большинство организаций все еще находятся на начальных этапах восстановления. Путь к устойчивости начинается с выживания, однако параллельно важно всерьез заниматься комплексной трансформацией, чтобы подготовить персонал к будущим кризисам.

Организации, которые находятся на поздних этапах цифровой трансформации Salesforce, уже близки к достижению этой цели. Они обладают широкими возможностями для оценки, реагирования и адаптации к внешним обстоятельствам, влияющим на потребности, возможности и опыт сотрудников.



Что дальше?

Компании, которые заботятся о своих сотрудниках в сегодняшней быстро меняющейся бизнес-среде, могут ускорить свою стабилизацию и быстрее встать на путь развития и повышения устойчивости.

Лучшие организации считают, что благополучие сотрудников заслуживает первоочередного внимания, и инвестируют в решения Salesforce, предлагающие широкие функции поддержки на уровне всего бизнеса. От здоровья и безопасности до ИИ, интеллектуальных рабочих процессов и продуманных бизнес-операций — комплексный подход помогает ускорить реализацию инициатив по цифровой трансформации.

«COVID-19 открыл нам новые возможности, позволяющие, честно говоря, делать то, что правильно. Нам удалось выделить пособия клиентам, которые потеряли работу и не могли оплачивать счета, а также предоставить нашим удаленным и выездным сотрудникам дополнительные многофункциональные решения, помогающие пережить эти непростые времена».

LUMEN®

Шон Дрейпер
Вице-президент по глобальным корпоративным платформам,
Lumen

«В результате пандемии возникла острая необходимость в цифровых каналах коммуникации с клиентами и коллегами. Salesforce — это ключевая платформа, предлагающая широкие возможности персонализации взаимодействия с нашими сотрудниками. В результате мы отмечаем, что масштаб внедрения Salesforce неуклонно растет».

ABB

Марко Корнелли
Руководитель подразделения
информационных систем,
Электрификация глобальных рынков, ABB
Руководитель глобальной программы
внедрения Salesforce, ABB

В условиях COVID-19 цифровые компании получают значительное преимущество and *“have-nots”*

COVID-19 вынудил все компании пересмотреть свои планы и задуматься об ускорении темпов цифровой трансформации. Один из способов ускорить продвижение по этому пути и опередить конкурентов — использовать преимущества существующих облачных решений. Для того чтобы не оказаться в числе отстающих, требуется комплексная интеграция между Salesforce и остальными бизнес-процессами, которая поможет быстро адаптироваться к новым возможностям и использовать их с максимальной выгодой.

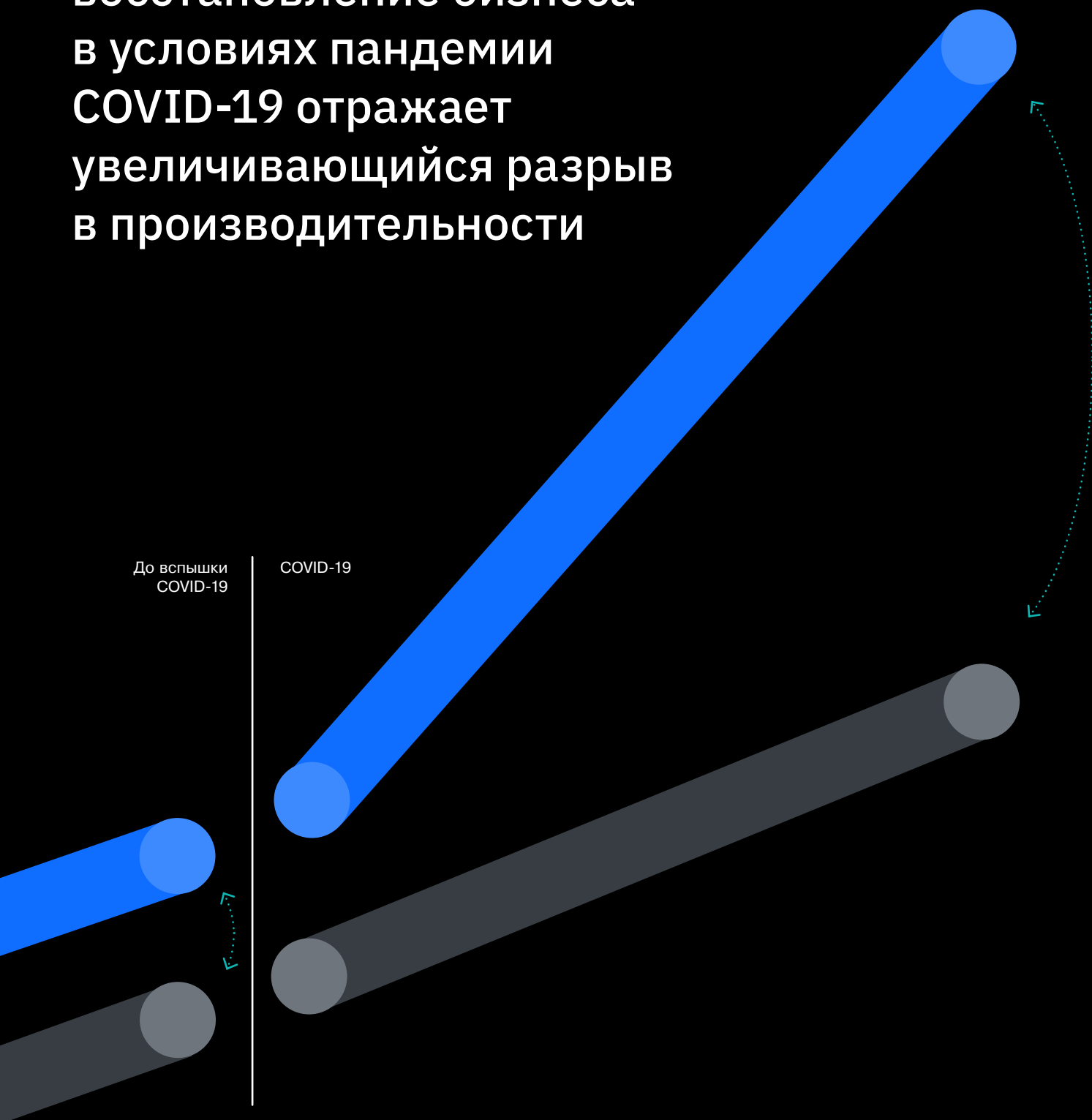
Раньше

В прошлом году мы рассказали о возрастающей роли Salesforce — это критически важное бизнес-приложение требует серьезных усилий по управлению, чтобы реагировать на постоянные изменения и соответствовать требованиям бизнеса.

Сейчас

Решения Salesforce никогда еще не были столь важны для успеха компаний в новом цифровом мире. Наше исследование показало, что компании наращивают объемы инвестиций в Salesforce, чтобы соответствовать текущим потребностям, получить конкурентные преимущества и преодолеть последствия кризиса. Пандемия COVID-19 показала важность интеграции Salesforce с системами фронт- и бэк-офиса. Аналитическая информация о клиентах позволяет принимать более обоснованные решения, внедрять связанные механизмы взаимодействия и опережать конкурентов на рынке.

Неравномерное восстановление бизнеса в условиях пандемии COVID-19 отражает увеличивающийся разрыв в производительности

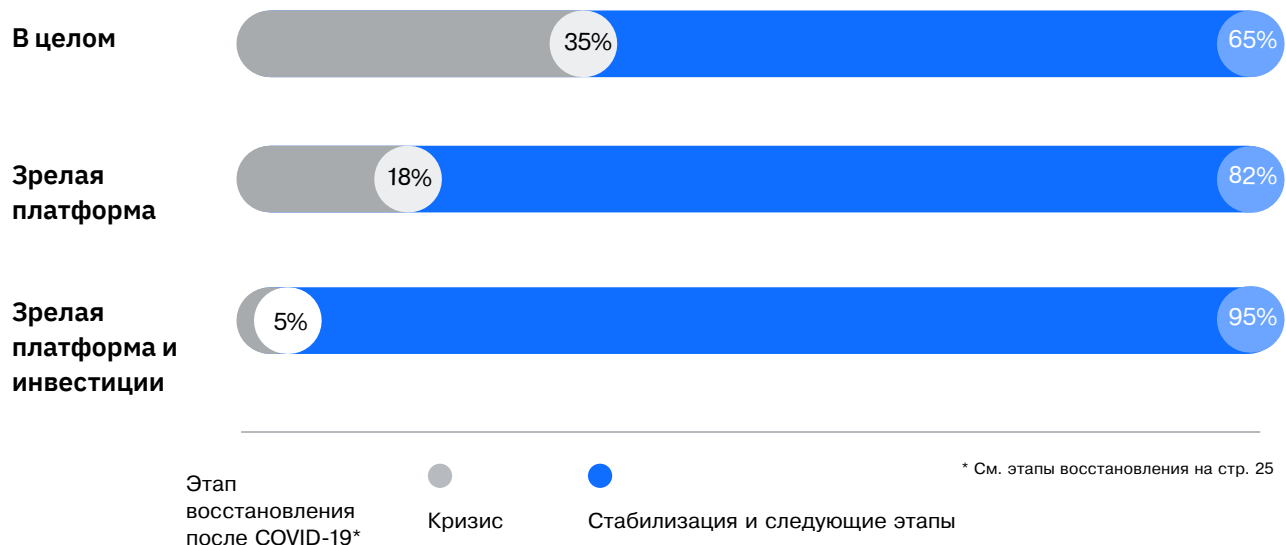


Консолидация в Salesforce стимулирует восстановление и развитие бизнеса

Компании, которые ушли вперед в цифровой трансформации до вспышки COVID-19, смогли лучше стабилизировать свою работу, адаптироваться и начать восстановление. Теперь же по мере роста стратегической важности Salesforce организации в срочном порядке изменяют архитектуру решений Salesforce и приводят их в соответствие с растущими межведомственными требованиями и выводами из ситуации с пандемией COVID-19. Компании, в которых решения Salesforce были реализованы на уровне отдельных бизнес-подразделений, теперь ставят перед ИТ-специалистами цель консолидировать и реорганизовать организационную структуру Salesforce таким образом, чтобы найти оптимальный баланс между прозрачностью данных, сотрудничеством, безопасностью на основе разрешений и соблюдением нормативных требований.

При наличии правильной организационной структуры Salesforce компании могут упростить интеграции и получить более точное представление о состоянии бизнеса. Консолидация такого типа помогает упростить общение и совместную работу, ускоряет восстановление и улучшает результаты.

Компании, которые имели зрелые платформы Salesforce до вспышки COVID-19, показывают самые высокие темпы восстановления.



25% респондентов имели зрелые платформы Salesforce до вспышки COVID-19

29% респондентов увеличили инвестиции в Salesforce на фоне пандемии COVID-19
респондентов имели зрелые

12% платформы Salesforce до вспышки COVID-19 *и увеличили инвестиции на фоне пандемии COVID-19*

Компании, которые увеличили инвестиции в Salesforce и располагали зрелыми платформами Salesforce,

+47%

быстрее придут к восстановлению бизнеса.

* См. этапы восстановления на стр. 25

Подходы, ориентированные на данные, требуют интеграции процессов фронт- и бэк-офиса

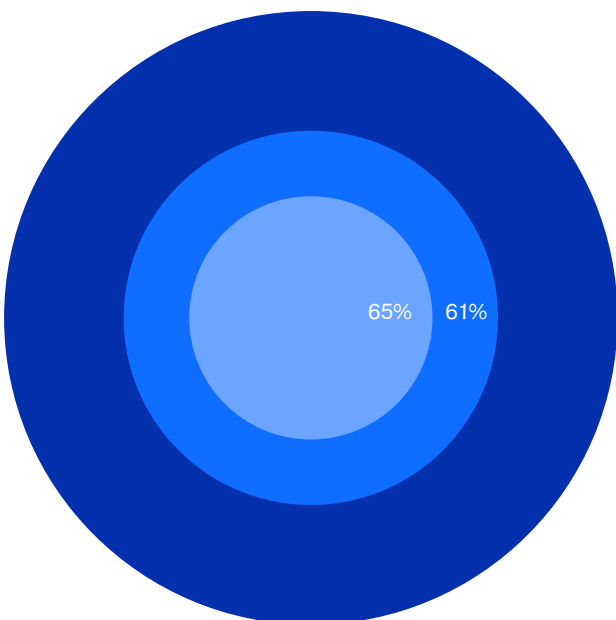
Неважно где — дома или на работе — людям нужен простой и эффективный доступ к информации. В условиях взрывного роста популярности цифровых каналов и мобильных устройств с выходом в Интернет, обусловленного пандемией COVID-19, люди привыкли к немедленному обслуживанию и получению ценной информации от всех компаний — не только от технических гигантов. Для присоединения к этой глобальной ориентированной на данные культуре организациям необходимо преобразовать работу вспомогательных отделов (бэк-офиса) и перейти к следующему этапу интеллектуального управления взаимосвязями с заказчиками (CRM) на основе ИИ.

Лучшие компании расширяют возможности взаимодействия с клиентами за счет интеграции разрозненных внутренних систем и данных с

помощью Salesforce. Например, компании в сфере розничной торговли и производители интегрируют данные об управлении из [IBM Sterling Supply Chain](#) с решениями Salesforce Commerce и Marketing Clouds с целью повышения эффективности продаж, поставок и маркетинга. Финансовые учреждения используют MuleSoft Accelerator for Banking (набор проектов и реализаций API для идентификации, объединения учетных записей и осуществления оплаты) для безопасной модернизации устаревших систем и ускорения цифровых инициатив за счет раскрытия потенциала корпоративных данных.

С помощью решений для интеграции, таких как MuleSoft, компании могут разрабатывать гибкие комплексные системы и процессы для динамического получения ценной информации в масштабах всего предприятия.

Глубокая интеграция является важной составляющей комплексной цифровой трансформации.



● Клиенты MuleSoft

● 61% клиентов MuleSoft планируют расширить его использование в Salesforce

● из 61% клиентов, планирующих расширение MuleSoft, 65% также хотят интегрировать дополнительные источники данных (в связи с COVID-19)

Передовые методики интеграции MuleSoft

Разработайте процесс управления для проверки системных изменений, влияния на операционную деятельность и технической реализуемости.

Используйте короткие циклы с акцентом на требования конечных пользователей — более частые выпуски кода помогут снизить риски и сократить расходы.

Обеспечьте стандартизацию и повторное использование кода и механизмов интеграции для поддержки и ускорения будущих проектов.

Комплексная автоматизация бизнеса повышает гибкость и укрепляет возможности противодействия кризису

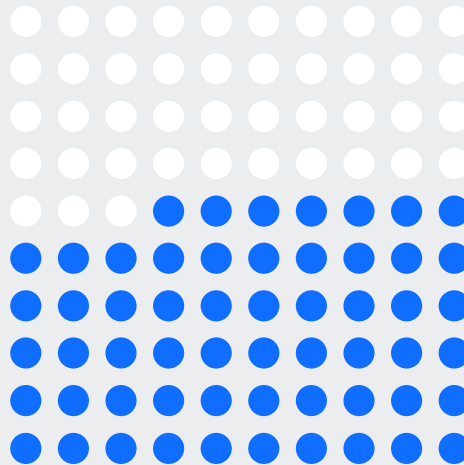
Пандемия продемонстрировала уязвимость традиционных подходов к ведению бизнеса. Организации, которые уже успели автоматизировать бизнес-процессы в Salesforce, смогли лучше справиться с кризисом, стабилизировать работу, адаптироваться к новым способам работы и вернуться на путь роста.

Автоматизация упрощает обслуживание клиентов практически в любой отрасли — будь то предоставление специалистам по обслуживанию доступа к информации о запасах в процессе мониторинга заказов или предоставление медицинским работникам сведений о страховках пациентов для создания планов лечения. Клиенты Salesforce используют такие продукты, как

Lightning Flow, чтобы сделать создание рабочих потоков более простым, быстрым и гибким. Такие потоки могут выполнять логические операции, направлять пользователей в сложных процессах и рекомендовать дальнейшие действия.

Прогнозы в сфере управления рисками и кризисными ситуациями — особенно связанные со стихийными бедствиями и изменениями климата — показывают, что в этом десятилетии мир ждет множество потрясений помимо пандемии COVID-19. Дальновидные организации ищут способы комплексной трансформации и автоматизации бизнеса с помощью Salesforce, чтобы преодолеть последствия текущего кризиса и повысить устойчивость с прицелом на будущее.

Клиенты Salesforce, которые уже автоматизировали рабочие процессы в Salesforce, с большей эффективностью адаптируются к изменениям.



57%

обладают более широкими возможностями адаптации благодаря инвестициям в Salesforce

Лучшие компании соединяют рабочие процессы в Salesforce с другими системами, чтобы стимулировать комплексную трансформацию бизнес-процессов.

88%

Планирование использования персонала (отдел кадров, отдел закупок)

78%

Рост клиентской базы (маркетинг, коммерция)

Процент лучших компаний, которые автоматизировали следующие рабочие процессы с помощью Salesforce:

75%

Обслуживание заказчиков (поддержка, выездное обслуживание)

60%

Привлечение клиентов (ценообразование, подготовка предложений, финансы)

«Решение Field Service Lightning помогло нам оптимизировать график работы персонала, работающего с клиентами...»

В результате мы отправляем нужного сотрудника в нужный магазин с нужным продуктом самым быстрым способом».



Шоба Ганесан
Директор по ИТ-трансформации в
области продаж,
FritoLay, Северная Америка

Постоянно работающие цифровые каналы взаимодействия требуют постоянного управления

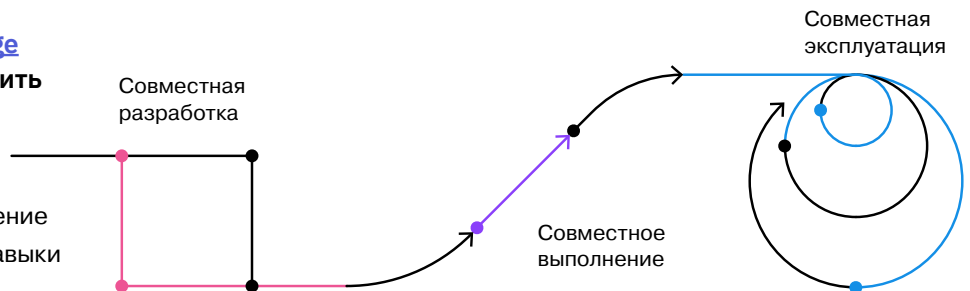
Ставки в области цифровой трансформации еще никогда не были так высоки. Системы, процессы, данные и инфраструктуры компаний становятся все мощнее и сложнее. Более того, в связи с пандемией COVID-19 появился еще один уровень ответственности и управления. Клиенты Salesforce вышли за рамки модели с одним облаком. В мультиоблачной среде для обслуживания Salesforce и внедрения инноваций в соответствии с потребностями бизнеса требуется постоянное ручное управление выпусками, продуктами и интеграциями.

Как уже обсуждалось ранее, оптимизация Salesforce требует специальных навыков, включая проектирование, ориентированное на человека, управление данными, интеграцию систем и автоматизацию бизнес-процессов. Когда вы рассматриваете возможности применения этих навыков в контексте бизнес-стратегии, отраслевого кризиса, управления персоналом, культуры сотрудников, складывается более полная картина опыта, необходимого для серьезной оптимизации Salesforce.

Компании, располагающие достаточными ресурсами для самостоятельного управления таким процессом, можно пересчитать по пальцам. С целью создания адаптивных и устойчивых систем лучшие организации привлекают партнеров Salesforce, чтобы не отвлекаться от основной бизнес-деятельности, — это быстро набирающая популярность тенденция, которая отличает лидеров в области цифровых технологий.

В рамках методологии [IBM Garage](#) лучшие компании могут обеспечить непрерывное внедрение инноваций Salesforce.

- Корпоративное проектное мышление
- Гибкие группы специалистов и навыки
- Совместное создание решений, ориентированных на человека
- Быстрое масштабирование для повышения глобального эффекта

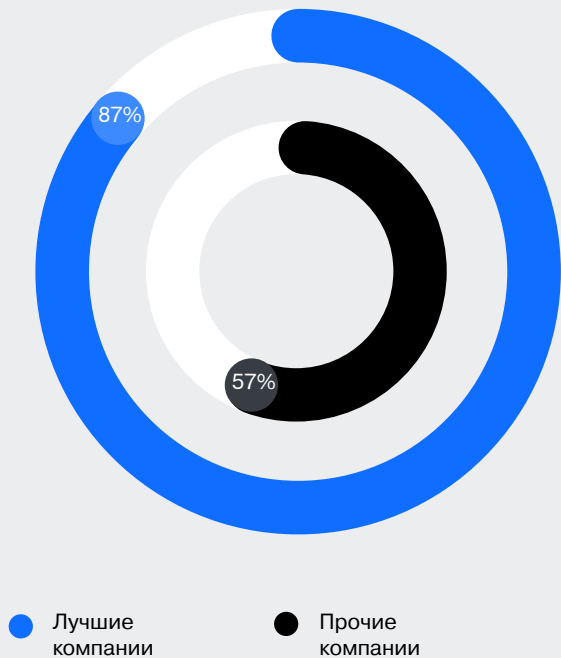


Сложная технологическая инфраструктура, включающая решения Salesforce, требует постоянного экспертного управления.

63%

компаний развертывают в своих реализациях Salesforce сторонние средства постоянного управления и внедрения инноваций

Лучшие компании на 52% чаще используют сторонние услуги по управлению Salesforce.



Что дальше?

Цифровая трансформация достигла нового этапа эволюции. Она переходит от каналов обслуживания клиентов на уровень бэк-офиса, чтобы в полной мере задействовать данные для реализации следующего этапа интеллектуального управления взаимосвязями с заказчиками (CRM). В сегодняшнем мире интеллектуальные решения нужны не только клиентам — сотрудники в своей работе полагаются на сложные системы и процессы. Организации, которые могут предоставить своим сотрудникам удобные рабочие инструменты, интегрированные со всеми системами и платформами, получают значительное конкурентное преимущество.

Лучшие компании расширяют инвестиции в Salesforce Platform. Они отдают предпочтение интегрированным решениям, таким как MuleSoft, обеспечивающим взаимодействие Salesforce со всем бизнесом; они перестраивают процессы и ставят во главу угла принятие решений с опорой на данные. Компании, выбирающие гибридные облачные системы, открывают путь к настоящей устойчивости — это цикл совершенствования, который имеет большие перспективы и помогает закрепить лидирующие позиции в сфере цифровых технологий.

«Мы используем Salesforce, чтобы предоставлять нашим клиентам из банковской сферы ценную аналитическую информацию, которая помогает им работать с большей эффективностью и в конечном итоге приносит выгоду их клиентам. Мы продолжаем разрабатывать более сложные функции, такие как поддержка push-уведомлений и выдача рекомендаций по дальнейшим действиям, для наших банкиров и клиентов».

 **Citizens**™

Стив Козек
Старший вице-президент, коммерческий банкинг,
Citizens Bank

Привлечение участников опроса и методология

В этом году специальный выпуск отчета *The State of Salesforce* основан на двух элементах: онлайн-опрос клиентов Salesforce для количественной оценки тенденций и интервью с руководителями организаций, использующих Salesforce, для получения более детальной информации.

В опросе, который проводился с июля по август 2020 года, приняло участие 1332 квалифицированных специалиста из 23 стран. Пятнадцать интервью продолжительностью около 60 минут с руководителями из Северной Америки, Европы, Латинской Америки и Австралии были проведены с августа по сентябрь 2020 года.

За привлечение участников количественного опроса и проведение интервью с руководителями отвечали IBM и [Oxford Economics](#).

IBM и Oxford Economics разделили между собой усилия по привлечению участников опроса.

Интервью с руководителями проводили специалисты Oxford Economics; респонденты были отобраны IBM.

Определение лучших компаний

В этом году лучшими можно назвать 23% компаний из нашей выборки. Следующая статистика охватывает всех участников опроса. К лучшим компаниям относятся те из них, которые согласились со всеми следующими характеристиками.

Они ориентированы на своих клиентов и способны удовлетворять их потребности.

82%

согласились с тем, что они могут прогнозировать потребности клиентов.

83%

согласились с тем, что они могут оправдывать ожидания клиентов.

Они озабочены безопасностью и благополучием сотрудников, а также стремятся предоставить им эффективные инструменты.

63%

согласились с тем, что они предоставляют эффективные инструменты совместной работы в среде с распределенными рабочими местами.

48%

согласились с тем, что обеспечивают автономный и удаленный доступ к базе знаний.

Они инвестируют в перспективные технологии, чтобы предвидеть изменения и повышать устойчивость.

44%

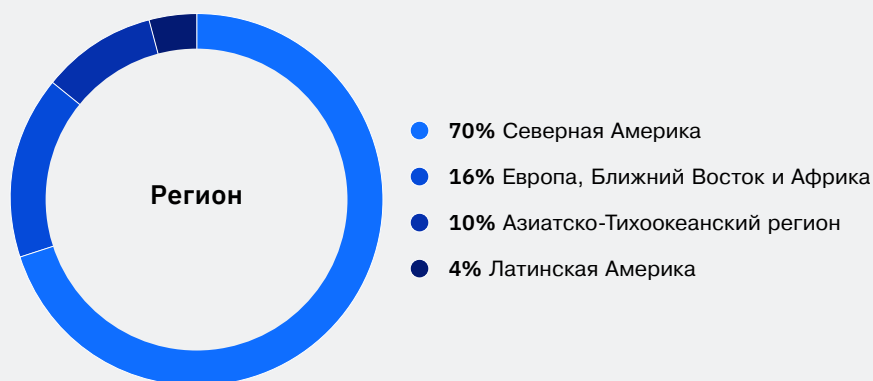
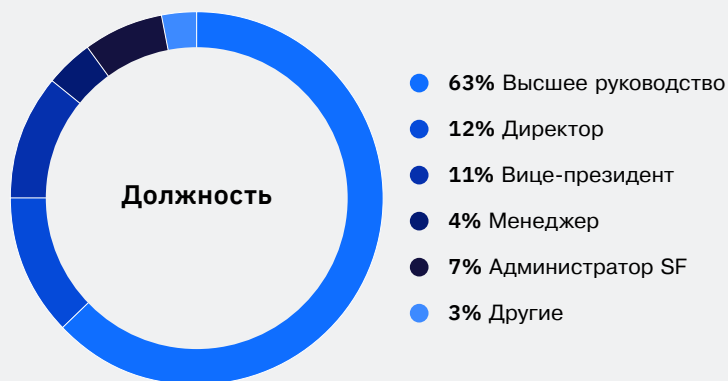
согласились с тем, что они стремятся повысить производительность за счет применения ИИ и других когнитивных технологий.

59%

согласились с тем, что они инвестируют в IoT, RPA и другие перспективные технологии.

Все сравнения между «лучшими компаниями» и «прочими компаниями» в этом отчете имеют статистическую значимость (достоверность на уровне 95%).

«The State of Salesforce 2020-2021» в цифрах



Благодарим за внимание!

Эл Дженкинс

Управляющий партнер и глобальный лидер, IBM Services, Salesforce

Сол Берман

Старший партнер и лидер по глобальным альянсам, IBM Services, Salesforce

Келли Джессоп

Старший партнер и лидер в Северной Америке, IBM Services, Salesforce

Мэтт Фрэнсис

Партнер, директор по технологиям, IBM Services, Salesforce

Дэвид Тринх

Ассоциированный партнер и лидер по отраслевым решениям, IBM Services, Salesforce

Стив Фэрис

Директор по платформе, IBM Services, Salesforce

Джоана Куипер

Лидер по подготовке и предложениям, IBM Services, Salesforce

Джон Хоуп

Лидер по аналитике, IBM Services, Salesforce

Саймон Шоу

Директор по обслуживанию клиентов, IBM Services, Salesforce

Коринн Склар

Директор по маркетингу, IBM iX

Кристал Робартс

Лидер по маркетинговой стратегии, IBM Services, Salesforce

Другие участники

Джон Уолхейм, Силке Мейкснер, Рената Кучембак, Бетина Вундерлих, Луис Чианг-Карбонелл, Кэролин Бэрд, Джеффри Риоцци, Жосслен Прост, Джейми Контонио, Гленн Хакемер, Маниш Ядав, Энди Тхо, Кэти Колвик, Мэтт Браун, Дон Хаммер



OXFORD
ECONOMICS

IBM Восточная Европа/Азия

123112 Москва
Пресненская наб., 10

Веб-сайт IBM:
ibm.com

IBM, логотип IBM, ibm.com, IBM Cloud, IBM Garage, IBM iX и IBM Services – товарные знаки International Business Machines Corp., зарегистрированные во многих странах. Названия других продуктов и услуг могут быть товарными знаками IBM или других компаний. Действительный в настоящее время список товарных знаков IBM можно найти на веб-странице "Copyright and trademark information" (Информация об авторских правах и товарных знаках)" по адресу: www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Настоящий документ актуален по состоянию на момент публикации и может быть изменен IBM в любое время. Не все предложения могут быть доступны во всех странах, в которых IBM ведет свою деятельность.

ИНФОРМАЦИЯ В НАСТОЯЩЕМ ДОКУМЕНТЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ «КАК ЕСТЬ», БЕЗ КАКИХ-ЛИБО ГАРАНТИЙ, ЯВНЫХ ИЛИ ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ, ВКЛЮЧАЯ ЛЮБЫЕ ГАРАНТИИ ТОВАРОПРИГОДНОСТИ, СООТВЕТСТВИЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ЦЕЛИ И ЛЮБЫЕ ГАРАНТИИ ИЛИ УСЛОВИЯ НЕНАРУШЕНИЯ ПРАВ. ПРОДУКТЫ ИБМ ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ С ГАРАНТИЕЙ В СООТВЕТСТВИИ С ПОЛОЖЕНИЯМИ И УСЛОВИЯМИ СООТВЕТСТВУЮЩИХ СОГЛАШЕНИЙ.

Salesforce, Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud, Commerce Cloud, Community Cloud, Analytics Cloud, Salesforce Platform, Salesforce Mobile App, Heroku, IoT Cloud, Pardot, Salesforce CPQ, Lightning Experience, MuleSoft, Tableau, Field Service Lightning, Salesforce Einstein, Einstein Analytics, Vlocity, Quip, Salesforce Industries, AppExchange, Datorama, Krux, Work.com, Salesforce Shield, Salesforce Flow – зарегистрированные товарные знаки Salesforce.com. Опрос проведен при участии SurveyGizmo. Watson – зарегистрированный товарный знак IBM. Все товарные знаки принадлежат их соответствующим владельцам.