

## IDC MarketScape

# IDC MarketScape: «Оценка глобальных поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта в 2020 году»

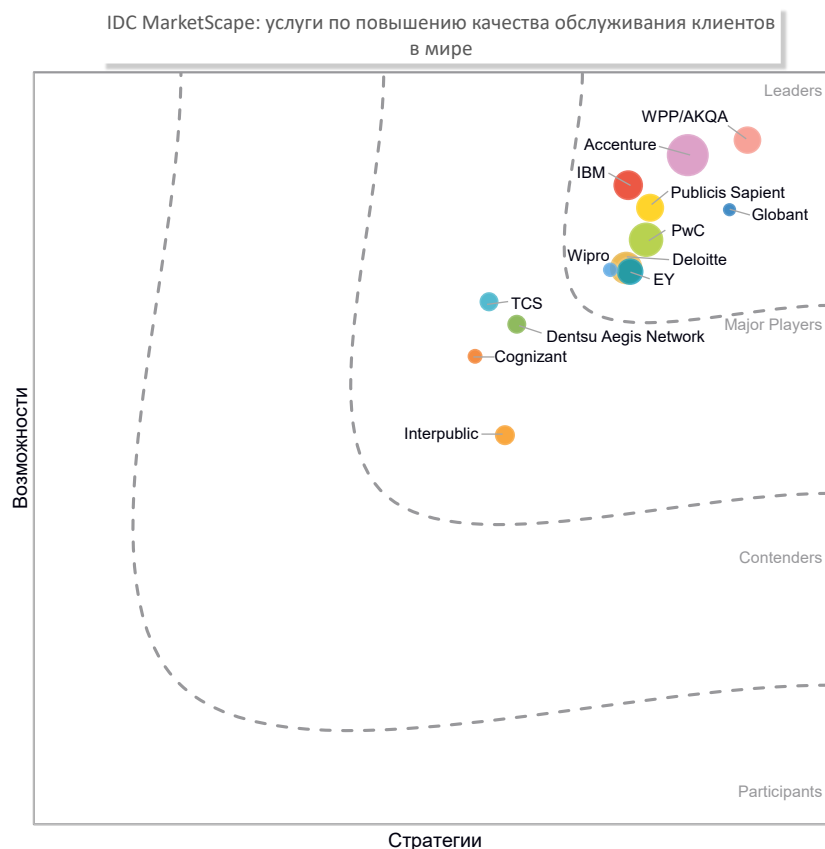
Дуглас Хейворд

ЭТА ВЫДЕРЖКА ИЗ IDC MARKETSCAPE ПОСВЯЩЕНА КОМПАНИИ IBM

## РИСУНОК IDC MARKETSCAPE

### РИСУНОК 1

#### IDC MarketScape: Оценка глобальных поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта



Источник: IDC, 2020 г.

Подробная методология, определение рынка и критерии оценки приведены в Приложении.

## СОДЕРЖАНИЕ ВЫДЕРЖКИ

---

Содержание этой выдержки взято непосредственно из документа IDC MarketScape: «Оценка глобальных поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта в 2020 году» (док. № US45658220). Настоящая выдержка содержит следующие разделы полностью или частично: «Точка зрения IDC», «Критерии включения поставщиков в IDC MarketScape», «Основные рекомендации», «Сводный профиль поставщика», «Приложение» и «Дополнительная информация». Также в нее включен рисунок 1.

## ТОЧКА ЗРЕНИЯ IDC

---

Настоящее исследование представляет модель оценки поставщиков IDC MarketScape. Это количественное и качественное исследование характеристик, объясняющих текущие и будущие успехи поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта. Данное исследование содержит оценку возможностей и бизнес-стратегий 13 крупных поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта. Настоящая оценка основана на комплексной системе и наборе параметров, в наибольшей степени способствующих успеху в предоставлении услуг по улучшению клиентского опыта в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Существенным компонентом настоящей оценки является включение данных о восприятии покупателями услуг по улучшению клиентского опыта основных характеристик и возможностей поставщиков, собранных в результате как прямых интервью с клиентами поставщиков, так и опроса. Основные результаты исследования:

- В целом, клиенты, с которыми компания IDC проводила интервью, отмечали самое благоприятное впечатление от уровня эмпатии и целенаправленных усилий их партнеров по улучшению клиентского опыта, уровнем понимания и знаний поставщиков об их организации и ее потребностях, а также уровнем качества сотрудников поставщика. Это отличный результат, который показывает, что ведущие поставщики на этом рынке целенаправленно работают над пониманием нужд клиентов и оказанием им необходимой поддержки.
- Слабые места поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта с точки зрения заказчиков – организационная трансформация, дифференциация от других поставщиков и, в наибольшей степени, постановка сложных задач перед клиентами. Даже клиенты, сказавшие, что их поставщик регулярно ставил перед ними задачи внедрения новых идей или технологий, часто также говорили, что они хотели, чтобы поставщик делал это более настоятельно. Это может показаться странным, но, вероятно, отражает ощущение клиентов в период масштабных изменений деловой и социальной среды, когда организациям и государственным учреждениям необходимо полностью переосмыслить подход к обслуживанию клиентов и населения.
- Организациям требуется от поставщиков сочетание дальновидности и действий. Стабильно высокое качество обслуживания клиентов и населения в 2020 году стало еще более важным для коммерческих организаций и государственных учреждений. Перед ними встают новые, практически экзистенциальные вызовы в мире после COVID-19, в котором поведение (и структура расходов) потребителей и бизнеса радикально изменится. Опрошенные IDC заказчики называют в числе наиболее ценных характеристик поставщиков способность оценивать потребности заказчика на основе фактов и будущих перспектив и преобразовывать эту оценку в готовую концепцию

комплексных услуг трансформации клиентского опыта, с помощью которых заказчики могут получить измеримые результаты.

## КРИТЕРИИ ВКЛЮЧЕНИЯ ПОСТАВЩИКОВ В IDC MARKETSCAPE

---

Это исследование включает анализ предложений поставщиков, предлагающих услуги по улучшению клиентского опыта на мировом рынке, в том числе имеющих широкий ассортимент предложений и оказывающих специализированные услуги, входящие в сферу исследования IDC.

Данная оценка предназначена для определения характеристик каждого поставщика и восприятия его заказчиками по сравнению с размером поставщика или ассортиментом его услуг:

- Первый критерий отбора для данной оценки – присутствие поставщика в одной из четырех категорий, определенных в документе *IDC Market Glance: Digital Agency Services, 3 кв. 2019 г.* (IDC #US44954519, июль 2019 г.). Эти категории: поставщики информационно-коммуникационных услуг, консультационные компании, холдинговые компании и сетевые агентства.
- В состав оценки входят глобальные и комплексные услуги. Две категории поставщиков – проектные агентства и независимые цифровые агентства – присутствующие в IDC Market Glance, не были включены, поскольку данное исследование выходит за рамки услуг поставщиков этих категорий.
- Из вышеуказанных четырех категорий в это исследование были включены поставщики, которые, как полагает IDC, предоставляют наиболее широкий и глубокий спектр услуг по улучшению клиентского опыта в глобальном масштабе. По мнению IDC, у отобранных в итоге поставщиков имеются обширные комплексные возможности в глобальном масштабе в таких ключевых областях, как технологические изменения, разработка продуктов, объектов и услуг, создание контента и управление им, взаимодействие с конечными потребителями, а также трансформация организационной структуры и бизнеса.

Другие поставщики на рынке имеют менее полный ассортимент услуг или географический охват, но могут обеспечить требуемые заказчиками масштаб и качество услуг по улучшению клиентского опыта в зависимости от условий договора. Кроме того, важную роль в выборе потенциальных кандидатов для оказания услуг будут играть конкретные цели и требования организации. Таким образом, данную оценку не следует рассматривать как «окончательное суждение» о потенциальных поставщиках.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ЗАКАЗЧИКАМ ТЕХНОЛОГИЙ

---

2020 год войдет в историю как год пандемии COVID-19, который принес серьезные и, возможно, долгосрочные изменения в поведении потребителей и бизнеса и создал новые вызовы и возможности для заказчиков услуг по улучшению клиентского опыта.

IDC предлагает следующие рекомендации заказчикам услуг по улучшению клиентского опыта в конце 2020 года:

- **Старайтесь сделать улучшение клиентского опыта отличительной особенностью вашей организации.** После первоначального экономического и культурного шока, вызванного пандемией, за которым последовали карантин и ускоренный переход на работу из дома и интернет-торговлю, нужно создавать дифференцированные и привлекательные онлайн-ресурсы, включающие виртуальные продукты, услуги и мероприятия, чтобы сохранить бизнес и стимулировать рост в ближайшем будущем. Простое воспроизведение традиционных предложений онлайн практически без изменений приведет к ухудшению восприятия клиентами и нанесет ущерб вашему бренду. Ищите поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта, которые помогут вам переосмыслить работу с существующими и новыми клиентами, а также смогут придумать и разработать новые продукты и услуги.
- **Продолжайте требовать быструю окупаемость и измеряемую высокую окупаемость вложений.** У многих организаций, вероятно, сохранятся сложности с потоком денежных средств, а еще больше организаций, очевидно, не будут хотеть вкладывать существенные средства в области не первостепенной необходимости, в числе которых они рассматривают проекты, связанные с маркетингом и развитием бренда. Убедитесь, что ваши услуги по улучшению клиентского опыта ориентированы на повышение операционной гибкости и устойчивости, измеряемую быструю окупаемость, высокий показатель окупаемости вложений и низкие риски исполнения. Финансовый прагматизм стал существенным фактором для многих организаций с начала пандемии в 2020 году, и этот факт останется важным в течение обозримого будущего.
- **Сохраняйте оптимизм и целеустремленность и требуйте от поставщиков показать их видение будущего.** Хотя стоимость и эффективность очень важны, их не следует считать единственными значимыми факторами. Вам следует разработать основанные на фактических данных планы инвестиций в рост. Спросите у вашего поставщика услуг по улучшению клиентского опыта, какие у него есть практические идеи помимо экстренного реагирования на ситуацию: Как он поможет вам увеличить долю рынка, делая при этом то, что нужно? Как сместится спрос в будущем? Как изменится поведение потребителей в условиях «новой реальности»?
- **Помните, что для трансформации бизнеса прежде всего важны люди, и только потом идут технологии, дизайн и взаимодействие с клиентами.** Ваши сотрудники – это ваш самый ценный актив. Чтобы ваша организация стала более клиентоориентированной, вашим сотрудникам может потребоваться изменить привычные модели работы и, возможно, даже поведение, например, действовать упреждающе и более гибко и (или) начать мыслить с точки зрения клиентов. Успешная трансформация почти всегда требует уделять особое внимание формированию и направлению поведения и идей сотрудников. Однако для того, чтобы это все сработало на самом нижнем уровне, нужно помнить, что необходимо действовать благожелательно и уважительно, оказывать помощь сотрудникам, согласовывать задачи с целями вашей организации и привлекать на свою сторону всех сотрудников.

IDC предлагает следующие советы организациям и государственным учреждениям, выбирающим поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта:

- **Ищите свидетельства эмпатии по отношению к клиентам.** Личная и организационная приверженность интересам клиента – одна из отличительных характеристик поставщиков, которых клиенты считают высокоэффективными. Под «личной» приверженностью мы подразумеваем образ мышления, ориентированный на клиента, когда сотрудники поставщика стремятся помочь вам всеми возможными способами, часто предоставляя дополнительную помощь, а иногда даже оказывая поддержку

после формального окончания работ. Под «организационной» приверженностью мы подразумеваем случаи, когда поставщики согласуют свои коммерческие интересы с вашими (например, разделяя риски и соглашаясь на частичную оплату или плату за результат).

- **Ищите поставщиков, которые поставят перед вами вызовы и расскажут вам правду, даже если она будет неприятной.** Организации и государственные учреждения не хотят, чтобы к ним относились покровительственно, но они хотят, чтобы им открыли глаза на новые идеи и передовую практику и чтобы им сказали, что они делают не так, даже если эти новости будет трудно принять. Опрошенные заказчики очень высоко ценят готовность поставщика дипломатично, но твердо ставить перед заказчиком вызовы. Именно готовность постоянно подталкивать заказчика стала тем качеством, которым опрошенные IDC заказчики были менее всего удовлетворены в поставщиках, что показывает готовность заказчиков к более решительным вызовам. Даже в случаях, когда перед заказчиками вызовы ставились результативно, многие из них указали на свою готовность и стремление решать еще более сложные задачи.
- **Ищите поставщиков, которые помогут вам трансформировать не только технологии и бизнес-процессы, но и культуру организации.** Как мы уже говорили выше, изменение мышления людей не менее важно, чем изменение технологий и бизнес-процессов, а возможно – и более важно. В ближайшее время экономическая ситуация останется сложной, поведение и потребности потребителей и граждан продолжат изменяться, и если вы хотите сохранить бизнес и добиться успеха, вам нужно стать еще более гибкими и клиентоориентированными. Поставщики услуг по улучшению клиентского опыта могут помочь вам развить подходы и образ мышления сотрудников, в частности, внедрить гибкие модели совместной работы и клиентоориентированный подход посредством таких методик как дизайн-мышление.
- **Если вам нужны более масштабные решения и более долгосрочные отношения, ищите поставщиков с обширными знаниями и опытом, которые могут быстро мобилизовать их для помощи вам.** Размер не всегда имеет значение, и специализированные бутик-компании также важны для организаций и государственных учреждений, которые хотят повысить качество обслуживания клиентов и населения. Однако в число характеристик, которые опрошенные заказчики ценят больше всего, входит способность поставщика быстро связать клиента со специализированным экспертом или интеллектуальным лидером, который сможет дать полезные советы, особенно в отношении нишевых и самых новых технологий. Заказчикам особенно нравятся поставщики, которые обеспечивают доступ к консультациям специалистов быстро и по разумной цене (или бесплатно), а не подбирают их в ходе работы. Разумеется, заказчики также предпочитают поставщиков, которые могут быстро воплотить советы специалистов в жизнь. В разговоре с рекомендателями потенциального поставщика следует спросить их, насколько быстро, легко и дешево можно получить консультации и последующую поддержку в самых разных областях.

## СВОДНЫЕ ПРОФИЛИ ПОСТАВЩИКОВ

---

В этом разделе кратко описываются основные наблюдения IDC, на базе которых определяется положение поставщика в IDC MarketScape. Хотя каждый поставщик оценивается по каждому из критериев, перечисленных в Приложении, здесь приведен краткий обзор сильных сторон поставщиков и вызовов, стоящих перед каждым из них.

## IBM

Согласно анализу IDC и восприятию заказчиков, компания IBM входит в категорию лидеров IDC MarketScape 2020 в сфере услуг по улучшению клиентского опыта.

IBM работает в четырех основных регионах: Северная и Южная Америка; Европа, Ближний Восток и Африка; Азиатско-Тихоокеанский регион; Япония. В целом IBM работает более чем в 100 странах.

IBM обслуживает 13 отраслей в 5 ключевых секторах: коммуникации (телекоммуникации, СМИ и развлечения, энергетика и коммунальные службы), дистрибуция (потребительский рынок/розничная торговля, туризм и транспорт), финансовые услуги (банковские/финансовые рынки и страхование), промышленность (электроника, промышленные изделия, нефтехимия, автомобильная промышленность, авиакосмический сектор и оборонная промышленность), а также государственный сектор (государственные учреждения и здравоохранение / биотехнологии).

Основные возможности IBM в области улучшения клиентского опыта:

- **Разработка услуг.** IBM iX имеет возможности разработки услуг в масштабе организации, в частности через подразделение Customer Engagement and Design, где работает более 3000 сотрудников в разных странах мира. Специалисты работают с клиентами, исследуют потенциальные возможности, а также проектируют новые услуги и продукты, используя методы дизайн-мышления. Эта работа часто проводится посредством многодневных семинаров или в центрах IBM Garage, где сочетаются практики дизайн-мышления, Agile и DevOps для быстрого проектирования и масштабирования MVP в рамках более масштабных проектов цифровой трансформации.
- **Проектирование продуктов и объектов.** У IBM iX имеется глобальное предложение под названием Placemaking, ориентированное на проектирование опыта потребителей и сотрудников в физическом мире, включая такие объекты как стадионы, аэропорты, банки, торговые центры, офисы, кампусы, кварталы, здания, парки развлечений, транспортные узлы, музеи и корпоративные центры. Компания использует свою модель IBM Garage для проектирования продуктов, применяя передовые отраслевые практики и такие методологии, как IBM Enterprise Design Thinking, Agile и DevOps, и используя собственные ресурсы, ускорители и когнитивные инструменты.
- **Персонализация.** Процесс персонализации в IBM состоит из трех интерактивных этапов: «Слушать» (сбор и хранение данных), включая сбор данных напрямую у заказчиков и сторонних источников с их разрешения; «Понимать» (анализ и интерпретация), включая анализ данных для более глубокого понимания потребностей и целей заказчика; и «Приумножать» (проектирование и эксперименты), включая сочетание стратегического проектирования и технологических услуг для разработки индивидуальных решений для конкретных заказчиков.
- **Данные/аналитика.** В IBM имеется отдельное подразделение Cognitive Business Decision Support (CBDS), ориентированное на данные и искусственный интеллект. Его конкурентные предложения сосредоточены на четырех основных областях: стратегия и монетизация данных, расширенная аналитика и машинное обучение, ИИ для организаций и услуги платформ данных. IBM предлагает управляемые услуги в области данных и аналитики через пакет услуг IBM Services for Data Platforms. Вместо создания типовых межотраслевых решений IBM ориентируется на решение критически важных задач в сферах обслуживания клиентов, операционной деятельности, финансов, кадров, закупок и цепочки поставок как на основу внедрения инноваций в

организациях. В разных странах мира у IBM более 22000 сотрудников, занимающихся работой с данными и аналитикой.

- **Взаимодействие с конечным заказчиком.** IBM предлагает заказчикам услуги по аутсорсингу бизнес-процессов, консультационные услуги и услуги по реализации проектов в сфере улучшения клиентского опыта. IBM ориентирована на проектирование и администрирование интеллектуальных рабочих процессов, в которых ИИ используется для помощи человеку, и на создание упреждающих стратегий контакта на основе предиктивной аналитики. Также компания ориентирована на интеграцию отдельных процессов заказчиков, таких как управление кампаниями, продажи и торговля и программы обратной связи с клиентами, на разных уровнях организации от фронт-офисных до бэк-офисных подразделений.

У IBM имеется сеть из 57 студий IBM iX в разных странах мира. Эти студии представляет собой центры совместной работы, генерирования идей и разработки, а проектировщики, исследователи и разработчики в этих центрах работают в тесной связке с командой Digital Strategy для решения стратегических задач заказчиков.

Основные заказчики IBM в области клиентского опыта: AmerisourceBergen, Frito-Lay, Volkswagen, Vodafone, Atlanta Falcons, Hertz, Lufthansa, Heineken, Doka Group, Henkel и USAA.

У IBM имеется много глобальных партнеров первого уровня среди ключевых поставщиков технологий улучшения клиентского опыта, включая Adobe, Salesforce и SAP. Также она имеет глобальных партнеров первого уровня среди поставщиков специализированных технологических платформ для улучшения клиентского опыта, в том числе Sitecore и новых платформ, таких как Acquia и Optimizely.

У IBM имеется ряд важных ускорителей в сфере совершенствования клиентского опыта. Официальная система проектирования IBM Carbon используется проектировщиками и разработчиками IBM и других компаний отрасли для улучшения согласованности и качества UI/UX и повышения эффективности и продуктивности проектирования и разработки. Система проектирования в сочетании с IBM iX Experience Orchestrator дает разработчикам библиотеку интеллектуальных компонентов, подключаемых к разнообразным технологическим ресурсам.

IBM формулирует свою миссию в сфере совершенствования клиентского опыта так: «В условиях цифровой революции заказчики часто начинают свой путь к трансформации с улучшения клиентского опыта. IBM iX сотрудничает с клиентами в целях проектирования бизнеса. Наш комплексный подход, от стратегии и разработки идей до проектирования, создания прототипов, внедрения, управления изменениями и управления решениями, дает отличные результаты и помогает привлекать клиентов, обеспечивать их удовлетворенность и завоевывать их лояльность».

### ***Сильные стороны***

В среднем заказчики IBM рекомендуют компанию за понимание и анализ нужд ее клиентов, эмпатию и помощь во внедрении инноваций. Заказчики IBM оставили следующие комментарии:

- «Компания IBM продемонстрировала устойчивый интерес к сотрудничеству с нами, и они хорошо нас понимают. Они предлагают нам свои идеи и правильно оценивают вызовы, которые стоят перед нами».

- «Хотя проект уже закончен, мы сохраняем профессиональные и социальные контакты с ними, и они всегда предлагают нам новые идеи, даже если они не основаны на технологиях IBM. Мы им доверяем».
- «Они проделали отличную работу, в полной мере поняли потребности наших клиентов и предложили нам соответствующие решения. Они действительно понимают, какие клиенты нам нужны».

## Задачи

У компании IBM имеется возможность улучшить свое восприятие клиентами, укрепить свои отличительные особенности и развиваться в сфере трансформации организаций.

## Когда обращаться к IBM

IBM отлично подходит для организаций, которым нужен партнер для трансформации технологий и бизнеса, особенно если эта трансформация подразумевает проектирование продуктов или услуг корпоративного класса и разработку программного обеспечения. Как сказал один клиент IBM: «Они действительно помогли нам с разработкой стратегии и продуктов и внедрением полного цикла DevOps. Лучшее в IBM – это их позитивное отношение: они общаются неформально, они прекращают работать как консультанты и становятся частью моей команды».

## ПРИЛОЖЕНИЕ

---

### Интерпретация диаграммы IDC MarketScape

В целях данного анализа IDC разделила потенциальные ключевые показатели успеха на две основные категории: возможности и стратегии.

Позиционирование по оси Y отражает текущие возможности поставщика и меню услуг, а также соответствие поставщика потребностям заказчика. Категория возможностей ориентирована на возможности, которые компания и продукт могут дать здесь и сейчас. В этой категории аналитики IDC определяют, насколько хорошо поставщик создает/реализует возможности, позволяющие ему осуществлять выбранную стратегию на рынке.

Позиционирование по оси X или оси стратегий показывает, насколько хорошо будущая стратегия поставщика соответствует потребностям, которые возникнут у заказчика в течение 3-5 лет. Категория стратегий ориентирована на решения высокого уровня и лежащие в их основе предположения о конкурентных предложениях, сегментах клиентов и планах развития бизнеса и выхода на рынок на ближайшие 3-5 лет.

Величина маркеров отдельных поставщиков в IDC MarketScape отражает долю каждого отдельного поставщика в оцениваемом сегменте рынка.

### Методология IDC MarketScape

Подбор критериев, их удельный вес и показатели поставщиков в IDC MarketScape отражают основанные на тщательных исследованиях суждения IDC о рынке и конкретных поставщиках. Аналитики IDC конкретизируют набор стандартных характеристик, по которым оцениваются поставщики посредством проведения структурированных обсуждений, опросов и интервью с лидерами рынка, участниками рынка и конечными пользователями. Удельный вес рыночных



показателей определен на основе интервью с пользователями, опросов покупателей и мнении экспертов IDC по каждому рынку. Аналитики IDC основывают оценки отдельных поставщиков и итоговые позиции поставщиков в IDC MarketScape на результатах детальных опросов и интервью с поставщиками, общедоступной информации и опыте конечных пользователей, стремясь обеспечить точную и согласованную оценку характеристик, поведения и возможностей каждого поставщика.

## Определение рынка

Рынок услуг по улучшению клиентского опыта является частью рынка цифровых услуг, использующих новые технологии, услуги проектирования и контент-услуги для улучшения маркетинга, рекламы, продаж, поддержки пользователей, обеспечения лояльности клиентов и проектирования в организации заказчика. Услуги по улучшению клиентского опыта основываются на семи сегментах услуг цифровых агентств согласно определению IDC:

- **Услуги по проектам цифрового вовлечения.** Эти услуги призваны преобразовать опыт клиентов / заказчиков организации от первоначального контакта с брендом до покупки и послепродажного обслуживания. Они основаны на комплексном подходе к клиентскому опыту и включают как консультационные услуги, так и услуги по внедрению.
- **Услуги дизайна UX.** Это услуги по консультированию и реализации, помогающие заказчику разработать и создать услуги и продукты, уделяя особое внимание улучшению опыта пользователей продуктов и услуг. Это могут быть как внешние пользователи (клиенты, партнеры, поставщики), так и внутренние пользователи (сотрудники).
- **Услуги по разработке стратегии бренда.** Это консультационные услуги и услуги по реализации, которые помогают заказчикам позиционировать и развивать свой бренд.
- **Консультационные услуги по маркетингу.** Это консультационные услуги и услуги по реализации, предназначенные для трансформации маркетинговых функций заказчика и (или) его маркетинговых и рекламных стратегий. Также они включают проведение краткосрочных маркетинговых и рекламных кампаний от лица клиента.
- **Управление торговыми платформами.** Это услуги по управлению торговой платформой заказчика и ее постоянной оптимизации. Они могут включать хостинг сайтов, обновление цен, управление и оптимизацию (и / или распределение ресурсов) платформенных технологий.
- **Услуги по управлению маркетингом.** Эти услуги помогают заказчику приобрести новых клиентов для своего бренда и завоевать их лояльность к этому бренду. Они могут включать управление маркетинговыми кампаниями.
- **Услуги по управлению рекламой.** Эти услуги расширяют возможности заказчика в области рекламной деятельности, могут включать частичное или полное управление рекламой заказчика. Они включают планирование размещения, закупку рекламных мест, размещение рекламы и проведение исследований для принятия обоснованных решений по закупке и размещению рекламы.

Дополнительную информацию об услугах цифровых агентств, тенденциях спроса и размере рынка можно найти в документе *Worldwide and U.S. Digital Agency Services Forecast, 2020-2024 (IDC #US45198220, июль 2020 г.)*.

## Типы поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта

На рынке услуг по улучшению клиентского опыта присутствует пять основных типов поставщиков. Эти типы не являются взаимоисключающими, и некоторые более крупные и диверсифицированные поставщики услуг, в том числе большинство поставщиков, включенных в данный документ IDC MarketScape, входят сразу в несколько категорий:

- **Поставщики информационных и коммуникационных услуг.** Они поставляют услуги по консультированию, внедрению, интеграции, управлению и поддержке в сфере телекоммуникаций и технологий. Обычно они имеют опыт в области разработки приложений, управления приложениями и системной интеграции.
- **Бизнес-консультанты.** Эти поставщики имеют качественные ресурсы в области бизнес-консультаций и обычно специализируются на этом. Также они обычно предоставляют некоторые ИТ-услуги, такие как консультации по новым информационным технологиям.
- **Проектные агентства.** Это консалтинговые компании, в основном занимающиеся проектированием услуг, продуктов или физических объектов для конкретных проектов. Обычно они предлагают услуги по проектированию и созданию услуг, продуктов, пользовательского опыта и интерфейса (UX/UI) и консультации по дизайн-мышлению.
- **Холдинговые компании и их сетевые агентства.** Холдинговые компании – это крупные глобальные компании, владеющие обширными диверсифицированными сетями агентств, в том числе агентствами по рекламе, маркетингу, проектированию и трансформации бизнеса. В число наиболее значимых холдинговых компаний входят Dentsu, Interpublic, Omnicom, Publicis и WPP. Сетевое агентство – это агентство, принадлежащее одной из холдинговых компаний. Например, AKQA принадлежит WPP, а Publicis Sapient принадлежит Publicis.
- **Независимые цифровые агентства.** Это цифровые агентства, которые не принадлежат поставщикам ИТ-услуг, консалтинговым фирмам или холдинговым компаниям. Они часто работают в разных сегментах и могут предоставлять услуги широкого спектра.

Более подробную информацию об этих категориях поставщиков можно найти в документе *IDC Market Glance: Digital Agency Services, 2 квартал 2020 г.* (IDC #US46363620, июнь 2020 г.).

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

---

### Другие исследования по теме

- *Worldwide and U.S. Digital Agency Services Forecast, 2020-2024* (IDC #US45198220, июль 2020 г.)
- *IDC Market Glance: Digital Agency Services, 2Q20* (IDC #US46363620, июнь 2020 г.)
- *The Reality of Digital Transformation* (IDC #US44445419, март 2020 г.)
- *Creating Empathy at Scale: Driving CX Culture Across the Organization* (IDC #DR2020\_T3\_DH, март 2020 г.)

## Заключение

Это исследование IDC представляет собой оценку поставщиков услуг по улучшению клиентского опыта на основе модели IDC MarketScape. В данном исследовании учитываются количественные и качественные характеристики, объясняющие успех на этом рынке. Оценка основана на комплексной детальной системе оценки поставщиков по определенным критериям

и по сравнению друг с другом и учитывает факторы, которые должны иметь наибольшее значение для успеха на рынке в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

«Привлечение клиентов – одна из наиболее важных стратегических задач организаций во всем мире, и она стала еще важнее в эпоху, когда организациям и государственным учреждениям нужно адаптироваться к вызовам COVID-19 и будущей эпохе «новой реальности», – говорит Дуглас Хейворд (Douglas Hayward), директор по исследованиям цифровых стратегий и услуг цифровых агентств в IDC. – Чтобы обеспечить высокое качество обслуживания клиентов и постоянно повышать его, организациям нужны надежные консультанты и практики, которые помогут преобразовать не только технологии и бизнес-процессы, но и саму культуру работы».

Он добавляет: «Современным заказчикам нужны стратегические партнеры, работающие с ними на одной волне, бросающие им вызовы и подталкивающие их вперед, помогающие реализовать гибкость и клиентоориентированность в организационной структуре и дающие быстрый доступ к широкому спектру экспертных ресурсов. Самые сильные поставщики – это те, кто может все это обеспечить и привести заказчика в будущее с прочной и уникальной концепцией улучшения клиентского опыта».

## About IDC

International Data Corporation (IDC) is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications and consumer technology markets. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. More than 1,100 IDC analysts provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends in over 110 countries worldwide. For 50 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company.

## Global Headquarters

5 Speen Street  
Framingham, MA 01701  
USA  
508.872.8200  
Twitter: @IDC  
idc-community.com  
www.idc.com

---

### Copyright and Trademark Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit [www.idc.com](http://www.idc.com) to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit [www.idc.com/offices](http://www.idc.com/offices). Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or [sales@idc.com](mailto:sales@idc.com) for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or web rights. IDC and IDC MarketScape are trademarks of International Data Group, Inc.

Copyright 2020 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.

