

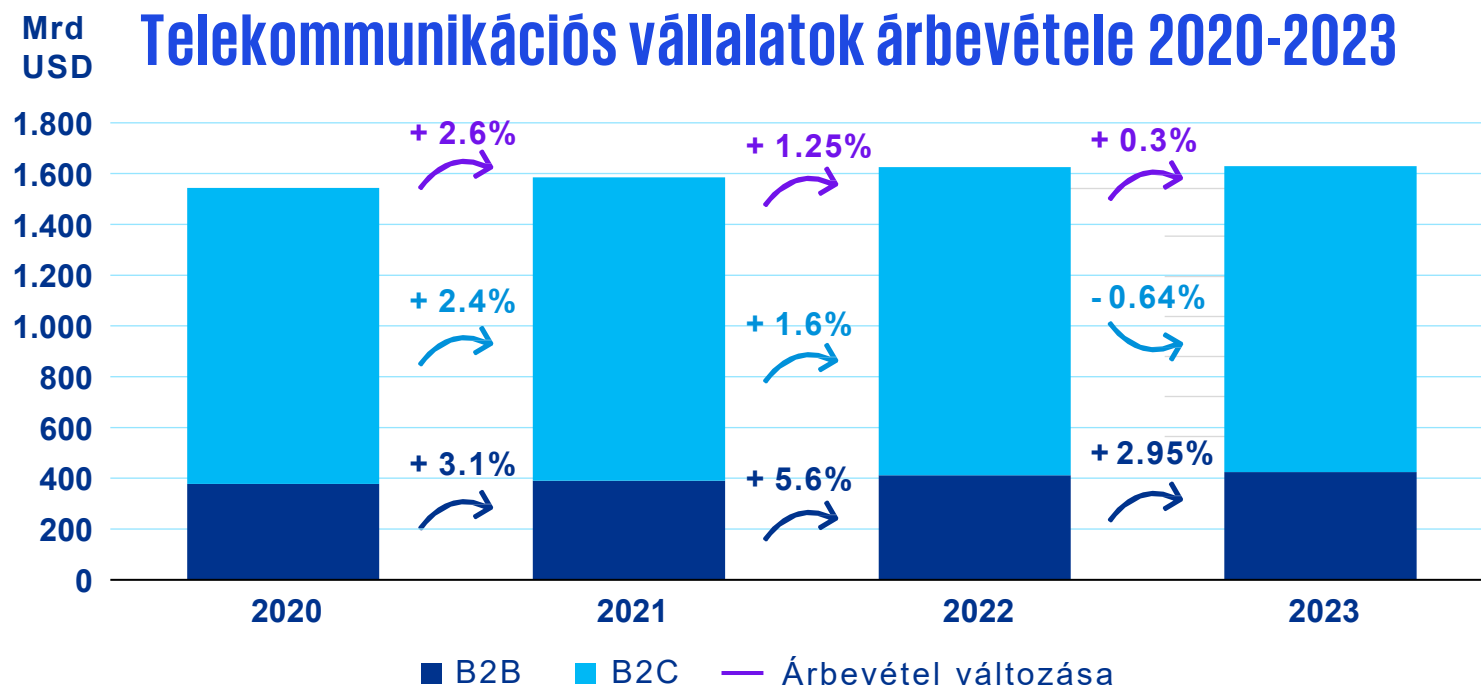
Változó B2B ügyfelek

Hogyan válaszoljanak a
szolgáltatók?

Kórász Tamás, 2025.11.04.



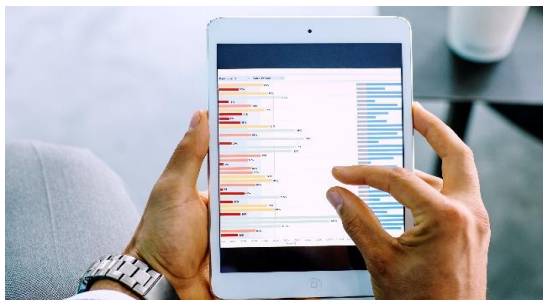
Az elmúlt évek iparági teljesítménye a B2B szegmensre irányítja a telekommunikációs vállalatok figyelmét



Forrás: TM Forum: Telco Revenue Growth, 2024. október

A B2B ügyfélélmény folyamatos változásban van

Jelen



Digitális portálok, változó elvárások

- Digitális és önkiszolgáló megoldások
- Ügyfélmenedzsment széttagolt rendszerek használatával
- Kihasztnátlan adatbőség
- A conversational AI használata korlátozott és kezdetleges
- Az ügyfelek gyorsaságot, személyre szabottságot és emocionális kapcsolódást várnak
- Kevesebb a személyes interakció, de azoknak nagyobb a súlyuk

Jövő



Proaktív, hibrid, megoldásra fókuszáló

- Automatizáció és az emberi szakértelem ötvözése
- AI vezérelt, agentic, proaktív és személyre szabott ügyfélélmény
- Okosabb és gyorsabb döntéshozatal integrált adatökoszisztémáknak köszönhetően
- Egyensúly a hatékonyság és az empátia között
- Tovább csökkenő emberi találkozások, de azok a nagy jelentőségű, bizalmon alapuló pillanatokra koncentrálnak majd
- A sikert az elégedettség túl a konkrét eredmények (növekedés, megtartás, hatékonyság) határozzák meg

Forrás: Előzetes eredmények a KPMG készülő B2B ügyfélélmény tanulmányából 2025-26

Öt stratégiai trend, amelyek utat mutatnak a szolgáltatók számára



**A
conversational,
emocionális és
agentic AI
áttörése**



**Összekapcsolt,
valós idejű
ügyféladatokkal
dolgozó
ökoszisztémák**



**Az értékáram
(value stream)
és ügyfélutak
lebontják a silós
működést**



**AI és emberi
közreműködés
által támogatott,
hibrid
ügyfélutak**



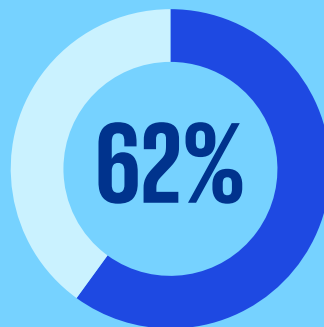
**Intelligens
önkiszolgáló
portálok és
digitális ikrek**

Forrás: Előzetes eredmények a KPMG készülő B2B ügyfélművelődés tanulmányából 2025-26

A vállalati szegmens partnereket keres kimagasló ügyfélélménnyel a céljaik eléréséhez

25%

szerint kivételes a
szolgáltatója által nyújtott
ügyfélélmény



várja el a szolgáltatójától, hogy
innovatív, a saját
ökoszisztémájával integrálható
megoldásokat biztosítson

50%

A vállalatok **50%-a**
hajlandó lenne prémiumot
fizetni magasabb
szolgáltatási színvonalért
cserébe

Forrás(ok): KPMG CEO Outlook 2025; Capgemini – The B2B Pulse 2025

A jelenlegi ügyfélúton vannak tipikus fájdalompontok

	Ügyféligeny megértése 	Vásárlás 	Használat és ügyintézés 	Fizetés 	Megújítás 
Fájdalom-pontok 	• Termék és nem megoldás-alapú ajánlatok • Lassú visszacsatolás • Piacismeret, ügyféligenyek ismeretének hiánya • Hosszú várakozási idő új megoldásokra	• Repetitív információ átadás • Lassú ajánlatadás • Akadozó onboarding • Gyenge kommunikáció	• Nem betartott SLA-k • Korlátozott átláthatóság • Hosszú ügyintézési idő • Egykapus ügyintézés hiánya	• Számlázási hibák • Bonyolult panaszkezelési folyamat • Nem átlátható díjterhelések	• 360 fokos ügyfélkép és integrált adatok hiánya • Reaktív kapcsolatfelvétel
Meglévő rendszerek limitációi 	• Silós adatforrások • Elavult analitikai platformok • Rugalmatlan termékfejlesztési keretrendszerek • Hosszú piacra viteli idő	• Nem kapcsolódó CRM és ajánlatkészítő rendszerek • Manuális tervezés • Egyedileg előállított szerződések • Széttörédezett onboarding folyamatok	• Elavult OSS/BSS rendszerek • Korlátozott integráció a frontline csatornákkal • Különálló támogatórendszerek • Elavult platformok	• Valós idejű riporting hiánya • Batch-alapú számlázási rendszerek	• Statikus megújítási folyamatok • Felhasználási szokások, ügyféligenyek limitált figyelembe vétele

Forrás: Előzetes eredmények a KPMG készülő B2B ügyfélélmény tanulmányából 2025-26

Az AI nyújtotta lehetőségek támogatják az ügyfélélmény fejlesztését, a hatékonyabb működést

KPMG 2025 Global CEO outlook felmérése alapján:

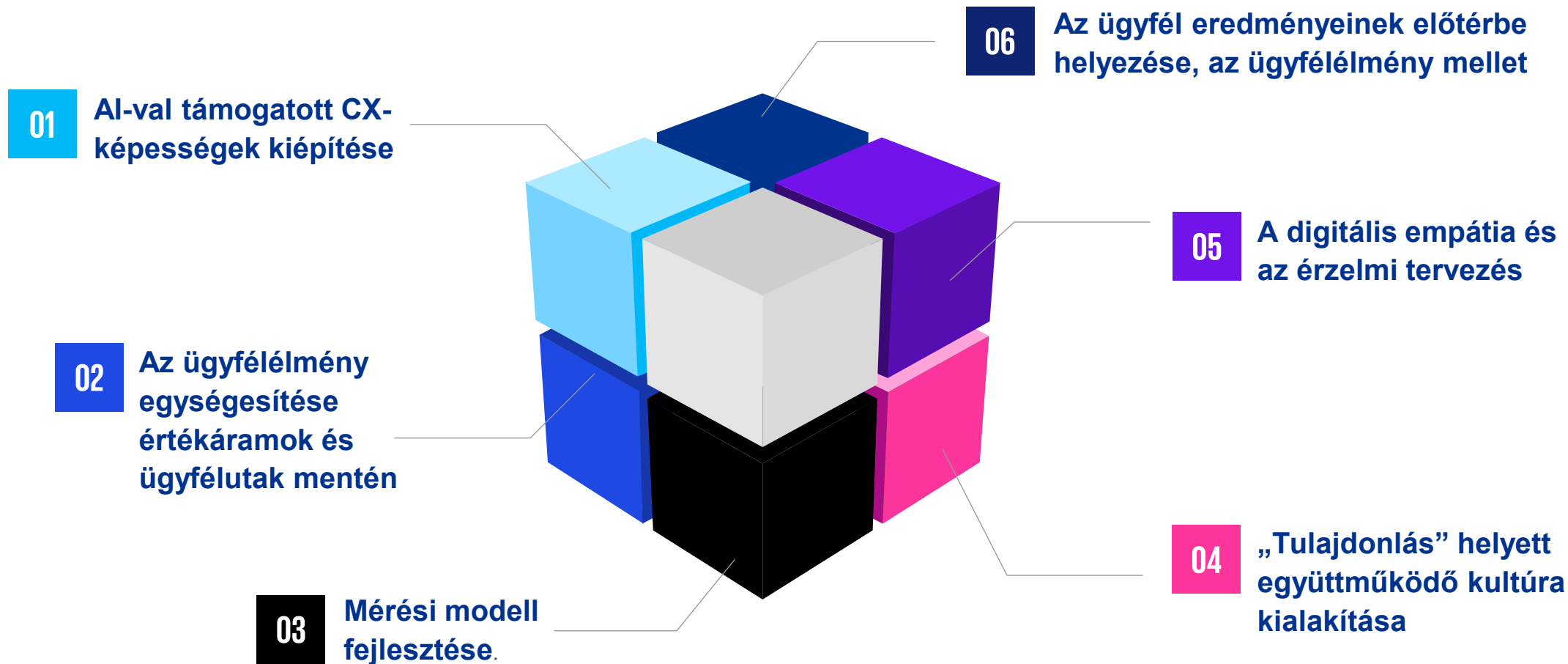
A vállalatvezetők 71% tekinti az AI-t elsődleges beruházási prioritásnak.

A CEO-k 69%-a tervezi a fejlesztési budgetjük 10-20%-át AI-ra költeni a következő 12 hónapban.

Ügyfél igény megértése	Vásárlás	Használat és ügyintézés	Fizetés	Megújítás
				
• Prediktív piacelemzés • AI vezérelt ajánlati motorok • Automatizált termék tesztelés	• Chatbotok • Ajánlatkészítés • Szerződések értékelése • Kockázatelemzés	• Készlettervezés • AI vezérelt önkiszolgáló portál és munkafolyamatok • Automatizált és proaktív panaszkezelés • Hangulatelemzés, érzelmek felismerése és empatikus viselkedés	• Számlázási hibák előzetes kiszűrése • AI ügynökök által nyújtott számla magyarázat	• Használati szokások és viselkedési adatok elemzésén alapuló ajánlatok

Forrás: Előzetes eredmények a KPMG készülő B2B ügyfélélmény tanulmányából 2025-26/

A kimagasló ügyfélélmény megalapozott stratégiára épül



Forrás: Előzetes eredmények a KPMG készülő B2B ügyfélélmény tanulmányából 2025-26

A KPMG az ügyfélélmény kiválóságot 6 pillér mentén vizsgálja

Azok a szervezetek, amelyek megértik és megvalósítják a 6 Pillér elveit, jobb eredményeket, gyorsabb növekedést és nagyobb részvényesi értéket teremtenek.



Bizalom

Szolgáltatónk megbízható partnerünk, mivel minden ígéretét a vártnak megfelelő minőségben és a megállapodott határidőn belül teljesíti.



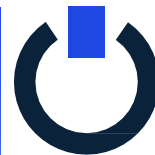
Megoldás

Olyan partner támogat bennünket, aki proaktívan felelősséget vállal a problémáink megoldásáért.



Elvárások

Megérti, teljesíti, és ha lehetséges, felül is múlja az elvárásainkat.



Idő és erőfeszítés

Oly módon és akkor tudok kapcsolatba kerülni a szolgáltatómmal, ahogyan és amikor szeretnék a hatékony ügyintézéshez.



Perszonalizáció

Az igényeinket megértik, és személyre szabott (az iparágunkhoz és üzleti szükségleteinkhez igazított), innovatív megoldásokat kapunk.

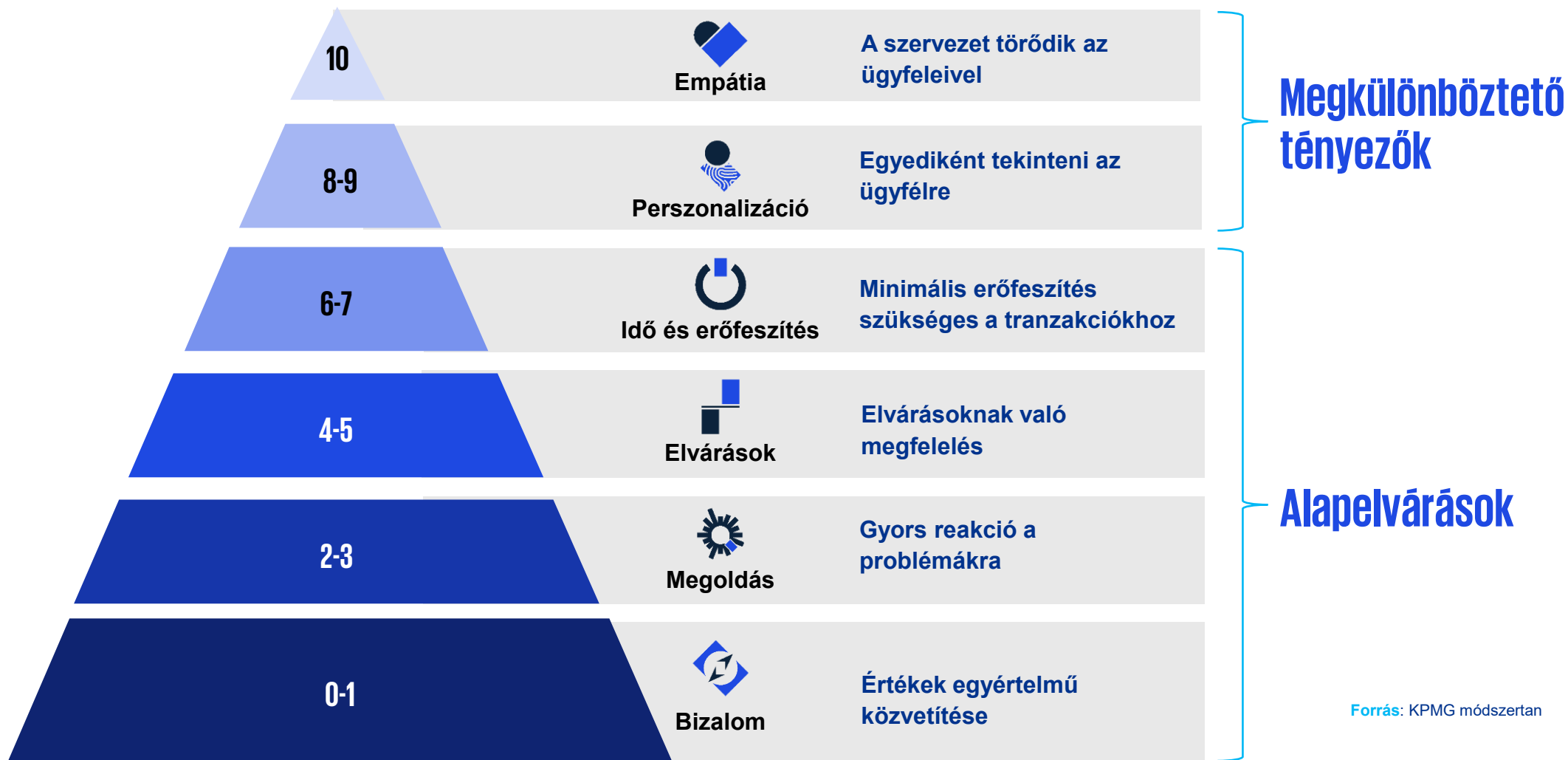


Empátia

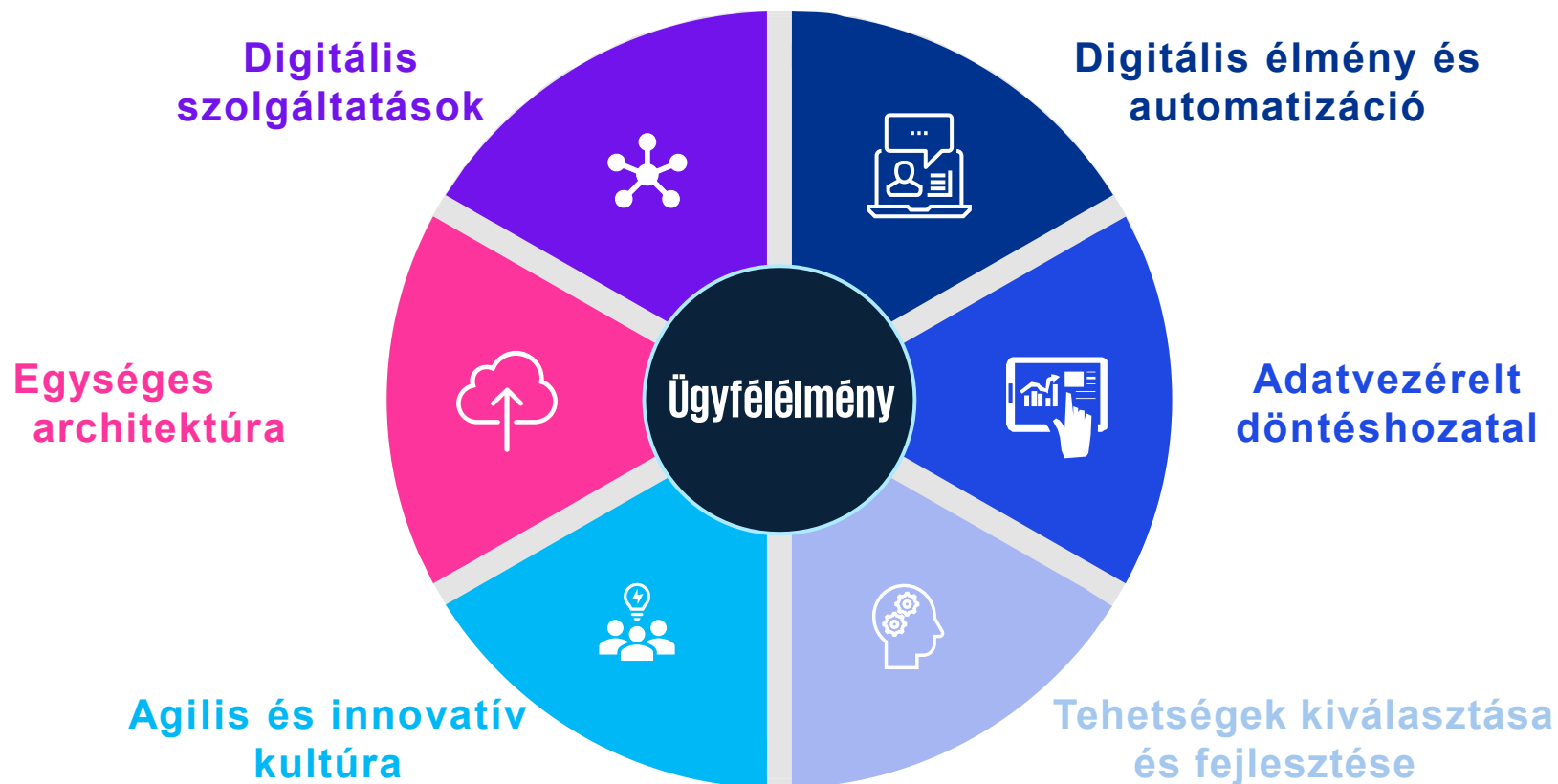
Megérti, milyen ügyfélnek lenni, és átlátja a piacunk fő trendjeit.

Forrás: KPMG módszertan

A pillérek hierarchikusan építik fel az ügyfélélményt



A kiváló ügyfélélmény elérését a teljes működési modellnek támogatnia kell



Forrás: KPMG – From Telco to TechCo - 2024

Köszönöm a figyelmet!



Kórász Tamás
Partner

KPMG Advisory Ltd.
H-1134 Budapest, Váci út 31.

M: +36 70 333 1507
E: tamas.korasz@kpmg.hu

