Published on *Melano.hu* (https://www.melano.hu)

Újra a személyes ügyfélkiszolgálás került az élre a hazai vállalatoknál

Létrehozás: 03/19/2026 - 22:16
Szerző: Melano
[1]
Az idei évben is sor került a hazai vállalatok ügyfélkiszolgálási gyakorlatának értékelésére az immár 17. alkalommal megrendezett Kiváló Kiszolgálás Program keretében.

A 2025-ben legkiemelkedőbb teljesítményt nyújtó cégeket négy kategóriában ismerték el. Az elmúlt három év gyakorlatához hasonlóan a vizsgálat nemcsak a klasszikus ügyfélkapcsolati csatornákat vette górcső alá, hanem a közösségi médiában zajló interakciókat is értékelte.

„Ma már nem az a kérdés, hogy egy vállalat képes-e ügyfeleket szerezni, hanem az, hogy tud-e tartós kapcsolatot építeni velük. Az egyre gyorsuló és egyre bizonytalanabb környezetben az ügyfélélmény vált az egyik legfontosabb megkülönböztető tényezővé: az, ahogyan egy cég reagál, jelen van és figyel az ügyfeleire, közvetlenül hat a bizalomra és végső soron az üzleti eredményekre is. Azt látjuk, hogy egyre több vállalat gondolkodik ebben tudatosan, és nemcsak beszél róla, hanem fejlesztési területként is kezeli az ügyfélkiszolgálást. Különösen értékes számunkra azoknak a cégeknek a jelenléte, akik visszatérően részt vesznek a programban, ugyanis ez azt mutatja, hogy az elismerést nem lezárásként, hanem egy folyamat részeként értelmezik, és nyitottak arra, hogy a visszajelzések mentén folyamatosan finomítsák működésüket” – fogalmazott Mózes István, a ClientFirst Consulting ügyvezetője.

A Kiváló Kiszolgálás Program keretében idén is négy területen vizsgálták a vállalatok ügyfélkiszolgálását a ClientFirst próbavásárlói. A személyes, elektronikus és telefonos ügyfélkapcsolatok mellett a cégek közösségi média platformjain és chat csatornáin folytatott ügyfélkommunikáció is értékelésre került. Azok a vállalatok, amelyek az adott kategóriában legalább 80%-os eredményt értek el, „Minősített Kiszolgálás” oklevelet kaptak elismerésül.

Idén a személyes ügyintézés kategóriában születtek a legjobb eredmények

A 2025-ös eredmények a tavalyi tendenciákat erősítik: a próbavásárlások alapján az előző évvel szemben ezúttal a személyes ügyfélkiszolgálás bizonyult a legerősebbnek, 92%-os átlaggal, ami 3 százalékponttal haladja meg a telefonos csatorna teljesítményét.

A vállalatok saját ügyfélkörükben ugyanakkor alacsonyabb elégedettségi szinteket mértek: személyes kiszolgálás esetén átlagosan 82%-ot, telefonon pedig 67%-ot.

Jelentős változás látható az ügyféllojalitást mérő NPS (Net Promoter Score) alakulásában is. A

telefonos ügyfélszolgálat esetében a mutató a tavalyi 80%-ról 41%-ra csökkent, míg a személyes vásárlásokat illetően 71%-os átlagértéket mértek.

„Az idei eredmények egyértelműen rámutatnak arra, hogy a személyes ügyfélkiszolgálás szerepe ismét felértékelődött. A próbavásárlások és a lojalitási mutatók alapján is jól látszik, hogy az ügyfelek egyre inkább értékelik a közvetlen, emberi jelenlétet, különösen azokban a helyzetekben, ahol valódi figyelemre és megértésre van szükség. Ez nem jelenti azt, hogy a telefonos csatorna elveszítené a jelentőségét, sokkal inkább azt, hogy az ügyfelek differenciáltabban használják az egyes kapcsolattartási pontokat. A gyors ügyintézés továbbra is fontos, de önmagában már nem elegendő, ugyanis a személyesség és a minőségi interakció egyre nagyobb súlyt kap az ügyfélélményben. A jövőben azok a vállalatok kerülhetnek előnybe, amelyek nem kizárólag hatékonysági szempontok mentén fejlesztik ügyfélszolgálati működésüket, hanem tudatosan építenek az emberi kapcsolódás erejére is” – fogalmazott Mózes István.

Javuló teljesítmény az elektronikus ügyintézésben a hazai vállalatoknál

Az online ügyintézés terén idén 80%-os átlagos eredmény született a próbavásárlások során, míg az ügyfélelégedettség átlagosan 71%-os. Az ügyféllojalitást mérő NPS ebben a kategóriában 55%-os volt volt. „Az online ügyintézés teljesítménye idén is azt mutatja, hogy bár ezek a csatornák egyre nagyobb szerepet kapnak, az ügyfélélmény szempontjából még nem érik el a személyes jelenlét szintjét. A digitális megoldások gyorsak és kényelmesek, ugyanakkor az ügyfelek továbbra is nagyobb biztonságot és kontrollt éreznek, ha valódi emberrel tudnak kapcsolatba lépni. Az is látszik, hogy az online térben a válaszidő és a kommunikáció minősége különösen érzékeny pont: ha ezek nem működnek megfelelően, az gyorsan rontja az elégedettséget és a lojalitást is. Ezért a vállalatok számára ma már nem az a kérdés, hogy jelen vannak-e digitálisan, hanem az, hogy milyen minőségben. Azok tudnak előnyt szerezni, akik az online csatornákat nem az emberi kapcsolatok kiváltására, hanem azok kiegészítésére használják” – fogalmazott Mózes István, a ClientFirst Consulting ügyvezetője.

Az új generációs digitális csatornák egyre nagyobb szerepet kapnak az ügyfélkiszolgálásban

Miközben a személyes ügyfélkiszolgálás továbbra is kiemelkedő szerepet tölt be, az idei eredmények jól mutatják, hogy az új generációs digitális csatornák – különösen a közösségi média és a chat alapú megoldások – látványosan erősödnek. A próbavásárlások során mért 92,7%-os átlagteljesítmény, valamint a magas ügyfél-elégedettségi és lojalitási mutatók azt jelzik, hogy ezek a csatornák egyre kiforrottabb élményt nyújtanak. „*Jól látszik, hogy a digitális ügyfélkiszolgálási csatornák – különösen a chat és a közösségi média – az elmúlt években jelentős fejlődésen mentek keresztül, és ma már sok esetben a gyors és hatékony ügyintézés elsődleges terepei. A mesterséges intelligencia ebben kulcsszerepet játszik, ugyanakkor az eredmények azt is megmutatják, hogy önmagában nem elegendő: a valódi értéket az adja, ha ezek a rendszerek jól illeszkednek az ügyféligényekhez, és szükség esetén biztosítják az emberi kapcsolódás lehetőségét is. Azok a vállalatok tudnak kiemelkedni, amelyek nemcsak bevezetik ezeket a megoldásokat, hanem folyamatosan mérik és fejlesztik is a működésüket*” – emelte ki Mózes István, a ClientFirst Consulting ügyvezetője.

A nemzetközi trendekkel összhangban a mesterséges intelligencia szerepe is tovább nő ezen a területen. A vállalatok egyre tudatosabban építik be az automatizált és MI-alapú megoldásokat a digitális ügyfélkiszolgálásba, hogy gyorsabb és hatékonyabb válaszokat adhassanak. Ugyanakkor a technológia önmagában nem jelent megoldást: az ügyfélélmény minőségét továbbra is az határozza meg, hogy mennyire képesek ezek a rendszerek valódi segítséget nyújtani és gördülékeny interakciót biztosítani. A vállalatok számára így ma már nemcsak az a kihívás, hogy jelen legyenek ezeken a csatornákon, hanem az is, hogy folyamatosan fejlesszék és finomhangolják működésüket, miközben megőrzik az emberi kapcsolat lehetőségét is.

Tags:
ClientFirst [2]

ügyfélkiszolgálás [3]
Visegrádiak:
Magyarország [4]

Forrás webcím: https://www.melano.hu/ujra_a_szemelyes_ugyfelkiszolgalas_kerult_az_elre_a_hazai_vallalatoknal

Hivatkozások
[1] https://www.melano.hu/sites/default/files/articles/kivalo_kiszolgalas_program_2026_dijazottak.jpg
[2] https://www.melano.hu/tags/clientfirst
[3] https://www.melano.hu/tags/ugyfelkiszolgalas
[4] https://www.melano.hu/visegradiak/magyarorszag