

TA. CONSULTING
PRODUCT DEVELOPMENT
MARKETING
CUSTOMER EXPERIENCE

TRANSFORMACIJA TURIZMA KROZ UNAPREĐENJE KORISNIČKOG ISKUSTVA

Unapređenje korisničkog iskustva (CX) je ključno za opstanak i rast u savremenom tržišnom okruženju. Sa povećanom konkurencijom, potreba za prilagođavanjem individualnim željama i potrebama gostiju, kao i kreiranjem nezaboravnih iskustava, postaje imperativ za sve kompanije, a naročito za hotele i ugostiteljski sektor. CX ne samo da pomaže u kreiranju komparativnih jedinstvenih proizvoda i usluga, već i povećava prepoznatljivost brenda, poverenje i lojalnost gostiju, privlači nove klijente putem pozitivnih preporuka i recenzija. Kroz strateški pristup unapređenju korisničkog iskustva, organizacije mogu postići dugoročne komparativne prednosti, mnogo bolje finansijske rezultate i održiv rast



Većina ispitanika, izrazila je želju za povećanjem Net Promoter Score (NPS), što je **primarni cilj** za 86,6% učesnika. Ovo ukazuje na globalni trend gde je NPS jedna od najčešće korišćenih metrika za merenje uspešnosti u pružanju korisničkog iskustva.

Zanimljivo je da iako 84% kompanija širom sveta ima bar jednog zaposlenog u CX timu, u regionu samo 45% kompanija ima zaposlene na ovim pozicijama (od kojih 20% ima jednog zaposlenog, 15% dve zaposlene osobe na toj poziciji, dok je preostalih 20% izjavilo da ima više od dva zaposlena, ali se zaključuje da kod većine CX predstavlja dodatno zaduženje). Ovi podaci ukazuju na potrebu za daljim razvojem i unapređenjem CX timova u regionu.

Metode merenja CX-a variraju, pri čemu 34% ispitanika u regionu preferira online rejtinge (kao što su Booking.com, Google.com, TripAdvisor), dok je globalno 79,2% ispitanika koristilo NPS kao ključnu metriku. Ovo pokazuje da regionalne kompanije možda ne koriste dovoljno sofisticirane interne metode za merenje korisničkog iskustva.

Koliko se u regionu zaista primenjuje ovaj strateški pristup i uvodi kultura koja je usmerena ka gostima? U cilju pronalazjenja odgovora na ovo pitanje agencija TA.Consulting je sprovedla istraživanje "Status korisničkog iskustva na tržištu" tokom februara i marta 2024. godine, sa ciljem da pruži uvid u aktuelno stanje i trendove u oblasti CX-a u regionu, posebno u industriji turizma i ugostiteljstva.

Istraživanje je obuhvatilo učesnike iz različitih delova regiona, uključujući Srbiju (66,3%), Crnu Goru (17,9%), Hrvatsku (8,4%), Sloveniju (3,4%), Bosnu i Hercegovinu (2%) i Severnu Makedoniju (2%). Važno je napomenuti da je 80% kompanija koje su učestvovala u istraživanju bilo iz sektora turizma, dok je preostalih 20% bilo iz drugih industrija. Najveći procenat ispitanika nalazi se na najvišim pozicijama u kompanijama, ali su u istraživanju učestvovali i zaposleni iz marketing sektora, prodaje i korisničkog servisa.

Zanimljiv podatak je da 90% kompanija pridaje veliki značaj CX-u. Međutim, istraživanje takođe otkriva da postoji značajan jaz između svesti o važnosti CX-a i njegove praktične primene. **Glavni izazovi** sa kojima se kompanije suočavaju uključuju nedostatak kvalifikovanog osoblja (47,9% ispitanika), ograničene budžete (31,3%) i prisustvo manuelnih i repetitivnih aktivnosti (21,9%).



Upotreba veštačke inteligencije (AI) u CX-u je takođe niža u regionu u poređenju sa globalnim trendovima. Upotreba veštačke inteligencije u CX-u je znatno niža u regionu u poređenju sa svetskim prosekom. Naime, 80% ispitanika je izjavilo da je ne koristi i ne zna da li se koristi kod njih u kompaniji, dok je u svetu ovaj procenat 48,4%. Samo 9% ispitanika iz regiona koristi AI za analizu povratnih informacija korisnika, dok je globalni prosek 31,2%.

*Podaci su poređeni sa globalnim istraživanjem "State of Customer Experience 2023" kompanije LUMOA iz Finske



Aleksandra Tatarac, osnivač TA.Consulting-a, ističe važnost sveobuhvatnog pristupa CX-u, naglašavajući da korisničko iskustvo može biti ključno za percepciju brenda i lojalnost klijenata. Takođe, poziva kompanije da prepoznaju važnost CX-a, definišu svoje strategije, optimizuju procese i implementiraju nove tehnologije, uz praćenje globalnih trendova. U prošlosti, izuzetno korisničko iskustvo često je bilo rezultat izvrsne usluge i proizvoda.

Danas, iako su ovi elementi važni, nisu jedini faktori koje korisnici uzimaju u obzir prilikom ocenjivanja brenda. Korisničko iskustvo neizbežno postoji, stoga je ključno odlučiti hoćemo li ga aktivno oblikovati ili prepustiti slučaju. Ignorisanje upravljanja CX-om može dovesti do negativne percepcije brenda kod korisnika, koji bi mogao postati lojalan ambasador ili se okrenuti konkurenciji. Postoje očekivanja da tehnologija može zameniti ljudski faktor, ali kako je Stiv Džobs rekao: "Potrebno je početi od korisničkog iskustva ka tehnologiji, a ne obrnuto".

Kompanije moraju shvatiti značaj CX-a za svoj uspeh i preuzeti korake ka definisanju CX strategije, optimizaciji procesa, raspodeli resursa, obuci zaposlenih i uvođenju novih tehnologija. Takođe je bitno pratiti globalne trendove u CX-u i prilagođavati lokalne strategije kako bi se očuvala konkurentnost na tržištu.

O TA.Consulting-u:

TA.Consulting je firma specijalizovana za kreiranje CX i marketing strategija, fokusirana na individualne potrebe i ciljeve svake kompanije, sa ciljem ostvarivanja dugoročnih rezultata na tržištu. Više o ovoj kompaniji na [tadotconsulting.com](https://www.tadotconsulting.com).