Как сообщает ВСС, большинство компаний из различных сегментов бизнеса, опрошенных в ходе глубинного интервью, проведенного «Билайном» в сентябре 2026 года, переходят с иностранных мессенджеров в национальный мессенджер Max. При этом электронная почта по-прежнему используется для подтверждения договоренностей и рассылок, а голосовые роботы и ИИ-агенты все активнее внедряются в малом бизнесе, хотя еще в прошлом году их использование было характерно преимущественно для крупных компаний, рассказал директор департамента корпоративных решений и голосовых сервисов оператора Артем Баранкевич. Он также отметил, что клиенты сами часто звонят в компанию.

Предпочтения клиентов могут различаться в зависимости от отрасли. Управляющий директор департамента клиентского опыта группы «Ренессанс страхование» Андрей Турунов рассказал, что в его компании голосовой канал традиционного контакт-центра, напротив, сокращается. Клиенты все реже выбирают звонок для рутинных операций и предпочитают самостоятельно решать такие задачи в цифровых каналах.

При этом электронная почта остается востребованным каналом двусторонней коммуникации, несмотря на распространение спам-рассылок, продолжил Андрей Турунов. Для страхового бизнеса e-mail особенно актуален при обсуждении условий договоров и урегулировании страховых случаев, когда вопрос не требует немедленного решения.

По словам директора дивизиона развития платформы рекомендательного бизнеса и коммуникаций от потребностей клиента b2c «Сбера» Александра Дзюбы, при отсутствии единой системы взаимодействия у человека может возникать ощущение, что с ним общается не одна компания, а несколько не связанных друг с другом сотрудников.

Википедия страхования, 26.10.2026 г.