ENTERPRISE AI • ניתוח שיחות מוקד

דוח בנצ'מרק 2026: מוקדי מכירות ושירות

7 המדדים שמפרידים בין מוקד מוביל למוקד ממוצע — ואיפה אתם עומדים מולם

מבוסס על מחקרי תעשייה גלובליים מובילים, בעיבוד וניתוח של Jaro לשוק הישראלי. הנתונים משקפים סטנדרטים בינלאומיים; אין מדובר בנתונים פרטניים של לקוחות Jaro.

Jaro • jaro.co.il • info@jaro.co.il • 054-2265214

80% מהמכירות דורשות 5 מעקבים או יותר — אבל רק 8% מאנשי המכירות מגיעים לניסיון החמישי. זאת לא בעיה של תקציב. זאת בעיה של מה שקורה *בתוך* השיחה.

רוב הארגונים מודדים *כמה* שיחות נכנסו ויצאו — אבל לא *מה קרה בתוך השיחה*. שם מסתתר ההבדל הגדול ביותר בין מוקד ממוצע למוקד מוביל: לא עוד תקציב, אלא טיפול טוב יותר בשיחות שכבר קורות. הדוח מרכז שבעה מדדים שמפרידים בין מובילים לממוצע — ומה אפשר לעשות עם כל אחד מהם כבר ב-2026.

חלק א' — שירות לקוחות: הרף ב-2026

פתרון בשיחה הראשונה (FCR): הממוצע בכלל התעשיות **~70%**; מובילים מכוונים ל-**80%**, ורמה עולמית **~90%**. (SQM Group, 2025)

זמן טיפול ממוצע (AHT): סביב **6 דקות ו-10 שניות**. (Plivo Contact Center Benchmarks, 2025)

שביעות רצון (CSAT): טווח "טוב" **75%–85%**; לכוון ל-**+85%**. (Sprinklr / Nextiva, 2025)

נטישת שיחות: סטנדרט **~6%**; טוב מתחת ל-5%; מובילים **3% ומטה**. (Plivo, 2025)

מה זה אומר עבורכם: אם ה-FCR שלכם מתחת ל-70%, כל נקודת אחוז שאתם משפרים חוסכת שיחות חוזרות — ההוצאה היקרה ביותר במוקד שירות. כל שיחה חוזרת היא לקוח שכבר הייתם צריכים לפתור לו את הבעיה.

חלק ב' – מכירות: שיחה אחת רחוקה מעסקה

שיעור המרה בשיחה קרה: ממוצע **~2.3%**; **~5%** B2B; מובילים **+5%–8%**. (Leads at Scale / Cleverly – Cold Calling Benchmarks, 2025)

כמות חיוגים לפגישה: בממוצע **~40 חיוגים** לכל פגישה. (Leads at Scale / Cleverly, 2025)

מה זה אומר עבורכם: ההבדל בין 2.3% ל-5% אינו "כישרון" – הוא עקביות. מוקדים מובילים יודעים *אילו* שיחות עובדות ולמה, כי הם מנתחים אותן. בלי ניתוח, אתם משפרים באפלה.

חלק ג' – המעקב: כאן נשפך רוב הכסף

80% מהמכירות דורשות 5 מעקבים או יותר – אבל **44%** מוותרים כבר אחרי מעקב אחד, ורק **8%** מגיעים לניסיון החמישי. (Brevet Group / Marketing Donut)

80% מהלקוחות אומרים "לא" ארבע פעמים לפני "כן". (Marketing Donut)

מה זה אומר עבורכם: רוב הלידים שכבר שילמתם עליהם לא מתים מ"חוסר עניין" – הם מתים מ**חוסר מעקב**. זה הפער הזול ביותר לסגירה: שיטה, לא תקציב.

חלק ד' – מהירות תגובה: 5 הדקות ששוות עסקה

מענה לליד תוך **5 דקות** מגדיל פי **~21** את הסיכוי להפוך אותו לליד מוסמך (qualified), לעומת המתנה של 30 דקות. (James Oldroyd, MIT Sloan – ד"ר Lead Response Management Study, עם InsideSales.com, 2007)

רק **7% מהחברות** מגיבות לליד תוך 5 דקות – ויותר ממחצית לא מגיבות כלל תוך 5 ימי עסקים. (Drift, 2017 – מבחן סמוי של 433 חברות B2B)

זמן התגובה הממוצע בתעשייה: **~42 שעות**. (Harvard Business Review, 2011 – סקר של 2,241 חברות)

> **מה זה אומר עבורכם:** המרוץ לרוב מוכרע בדקות הראשונות. אם אתם לא ראשונים – אתם כבר מאחור.

חלק ה' – להקשיב יותר, למכור יותר

יחס הדיבור-להקשבה הממוצע בשיחות מכירה: **60% דיבור מול 40% הקשבה**; ה"יחס המנצח" קרוב ל-**43% דיבור מול 57% הקשבה**. נציגים שסוגרים מדברים *מעט פחות* מהממוצע. (Gong)

> **מה זה אומר עבורכם:** הנציגים הכי טובים שלכם לא בהכרח "מדברים יפה" – הם מקשיבים נכון. אי אפשר לשפר את מה שלא מודדים, ואי אפשר לאמן נציג על תחושות במקום על מה שבאמת נאמר בשיחה.

חלק ו' — הפער שה-AI סוגר

רק **24% מהארגונים** משתמשים בניתוח סנטימנט בזמן אמת. (Nextiva CX Trends, 2025)

83% מהלקוחות נאמנים יותר למותגים שמקשיבים ופותרים את הפנייה. (Nextiva, 2025)

מה זה אומר עבורכם: 24% בזמן אמת זה נתון תעשייה — לא צריך "לייב" כדי להרוויח. רוב המוקדים עדיין "עיוורים" לתוכן השיחות שלהם. מי שמתחיל לנתח שיחות — גם בדיעבד, אחרי השיחה (post-call) — מגלה בדיוק היכן נופלות מכירות, היכן נמתח זמן הטיפול, היכן הנציגים סוטים מהתסריט, והיכן מסתתר לקוח לא מרוצה לפני שהוא הופך לנטישה.

3 הפערים שעולים הכי הרבה כסף

1. **לידים בלי מעקב** — 80% צריכים 5 מעקבים, רובם לא מקבלים אפילו 3.
2. **תגובה איטית** — מי שלא מגיב תוך דקות, מאבד ל"ראשון שהגיב".
3. **שיחות שלא מנותחות** — בלי ניתוח, אי אפשר לדעת *למה* שיחות נכשלות, ולכן אי אפשר לתקן.

מה המובילים עושים אחרת: מודדים את *תוכן* השיחה (לא רק כמות) • מגיבים מהר • עוקבים בעקביות • מאמנים נציגים על בסיס שיחות אמת — לא תחושות.

איך Jaro נכנסת לתמונה

שבעת המדדים בדוח הזה הם תמונת מצב. **Jaro הופכת אותם מ"דוח" ל"תוכנית פעולה".** Jaro מנתחת בבינה מלאכותית את *כל* שיחות המוקד שלכם – מהחשיפה הראשונית ועד הסגירה – במקום מדגם ידני של אחוזים בודדים. במקום למדוד כמה שיחות נכנסו ויצאו, Jaro מראה *מה קרה בתוך השיחה*. כך כל פער בדוח הופך למשימה קונקרטית:

פער המעקב ← זיהוי לידים שלא קיבלו המשך טיפול + הפקת **Action Items** קונקרטיים. (Jaro מאבחנת ומפיקה משימות – לא מחייגת במקומכם.)

מהירות תגובה ← מדידה ואבחון של פער הזמן והמענה לאורך כל המשפך – התובנה והעדיפות לפעולה.

הקשבה ומיומנויות ← ניתוח תוכן השיחה לכל נציג + עמידה בתסריט – בסיס ל**הכשרת נציגים יעילה** על שיחות אמת.

שירות (FCR/CSAT) ← זיהוי בעיות שירות וחוסר שביעות רצון בשיחה – צמצום שיחות חוזרות ונטישה.

סנטימנט ← ניתוח רגש בכל שיחה (post-call), זיהוי לקוחות לא מרוצים לפני נטישה. (24% בזמן אמת = פער שוק; Jaro מנתחת אחרי השיחה.)

סיכוני רגולציה ← עמידה בתסריט וזיהוי סיכונים – **לפני שהמותג נפגע**.

איכות נתוני CRM ← סיווג לקוחות והעשרת ה-CRM בנתונים אמיתיים מהשיחה. (Jaro מעשירה את ה-CRM, לא מחליפה אותו.)

זאת מכונת המכירות של Jaro: לא לספור שיחות – לנתח אותן, ולהפוך כל מדד לכסף ולפעולה.

בואו נראה לכם את זה על המוקד שלכם

בדמו קצר נציג ניתוח לדוגמה של מספר שיחות אמיתיות, ותראו בדיוק היכן נסגרות ונפתחות מכירות: מעקב, מהירות תגובה, הקשבה, סנטימנט ועמידה בתסריט. בלי התחייבות.

כל חודש בלי ניתוח שיחות הוא לידים ששילמתם עליהם – ונסגרים אצל מי שהגיב ראשון.

קבעו דמו ←

Jaro • jaro.co.il • info@jaro.co.il • 054-2265214

מקורות

SQM Group – First Call Resolution Benchmarks, 2025

Sprinklr / Nextiva – Call Center & CX Statistics, 2025

Plivo – Contact Center Benchmarks, 2025

Leads at Scale / Cleverly – Cold Calling Benchmarks, 2025

Brevet Group / Marketing Donut – Sales Follow-Up Statistics

Lead Response Management Study – Dr. James Oldroyd (MIT Sloan) with InsideSales.com, 2007

Drift – Lead Response Survey, 2017 (secret-shopper test of 433 B2B SaaS companies)

Harvard Business Review – "The Short Life of Online Sales Leads," 2011 (audit of 2,241 U.S. companies)

Gong – Talk-to-Listen Ratio Analysis

Nextiva – CX Trends Report, 2025

הנתונים מרוכזים ממחקרי תעשייה בינלאומיים ומובאים בעיבוד וניתוח של Jaro – אין מדובר בנתונים פרטניים של לקוחות Jaro.