



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%; B2B ~5%; מובילים +8%-5% (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 מחוסר 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 ד"ר — Lead Response Management Study, MIT / InsideSales)

78% מהלקוחות קונים מהחברה הראשונה שמגיבה. (InsideSales / Lead Connect)

זמן התגובה הממוצע בתעשייה: ~**42 שעות**. (InsideSales / Lead Connect)

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 – בעוד היום מנותחות בתעשייה רק כ-2% מהשיחות. 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 להכשרת 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 נראה לכם בדיוק היכן נסגרות ונפתחות מכירות במוקד שלכם – 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 / InsideSales — "The Short Life of Online Sales Leads"

InsideSales / Lead Connect — Speed-to-Lead Research

Gong — Talk-to-Listen Ratio Analysis

Nextiva — CX Trends Report, 2025

לכל מקור יצורף קישור מלא בגרסת ההפצה. הנתונים מרוכזים ממחקרי תעשייה בינלאומיים ומובאים בעיבוד וניתוח של Jaro — אין מדובר בנתונים פרטניים של לקוחות Jaro.