

Dal customer service a un'eccezionale esperienza clienti

L'accelerazione verso un mondo basato sugli scambi digitali sta motivando le imprese (private e pubbliche) a ripensare le proprie strategie in termini di esperienza dei clienti e a prendere in considerazione l'opportunità di adottare nuove abitudini comunicative quali i media digitali e i social network.

Questa nuova era delle comunicazioni digitali sfida le aziende a ottimizzare le risorse e i budget, a dare priorità alla rapidità di risposta e alla risoluzione dei problemi alla prima chiamata, nonché a coinvolgere l'intera forza lavoro nella strategia di customer service, con l'obiettivo di offrire un'esperienza superiore.

Ottimizzare le risorse e il budget per fornire un servizio clienti esclusivo

Il 67%

dei clienti preferisce soluzioni self-service piuttosto che parlare con un rappresentante dell'azienda.¹



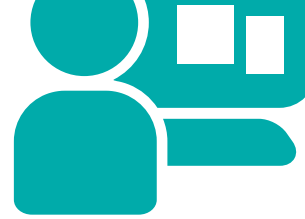
Il 54%

delle imprese utilizza, secondo Gartner², una qualche forma di chatbot, VCA o altra piattaforma di IA conversazionale per le applicazioni rivolte ai clienti.



89%

Circa l'**89%** dei clienti dichiara di aspettarsi l'accesso a un portale self-service per la gestione dei problemi quotidiani.³



Risultati di business

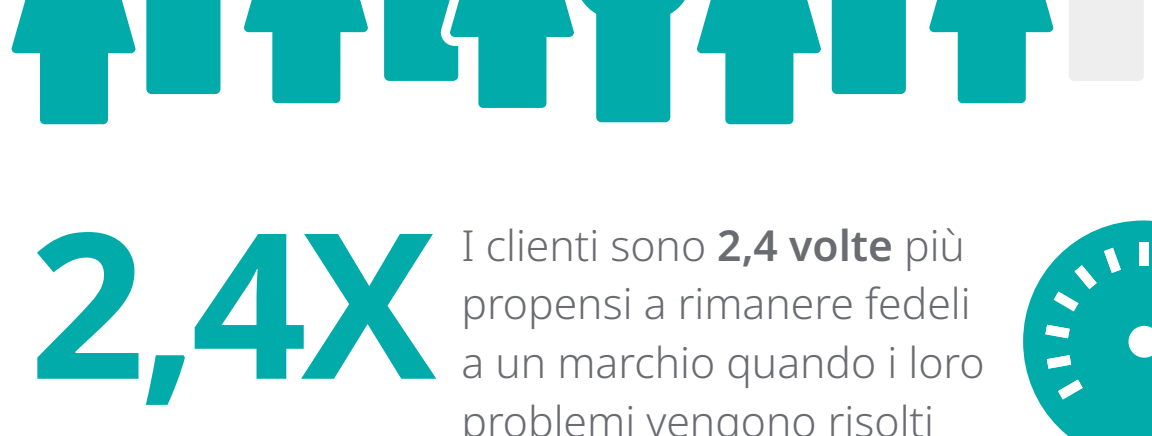
I chatbot e i voicebot consentono di effettuare operazioni self-service anche al di fuori degli orari di apertura. Le attuali capacità di riconoscimento vocale umanizzano le interazioni senza sostituire il dialogo con un operatore. E, per i clienti che richiedono l'interazione umana, l'instradamento intelligente e l'intelligenza artificiale garantiscono un servizio esclusivo.

Per maggiori informazioni, scarica il nostro eBook: "Migliorare l'esperienza dei clienti nell'era delle comunicazioni digitali".

Rendere prioritarie la rapidità di risposta e la risoluzione dei problemi alla prima chiamata

Il 90%

dei clienti afferma che una risposta "immediata" è importante o molto importante in fase di richiesta di assistenza.⁴



2,4X

I clienti sono **2,4 volte** più propensi a rimanere fedeli a un marchio quando i loro problemi vengono risolti rapidamente.⁵



Risultati di business

Per i clienti, la risposta alle loro richieste è uno dei principali criteri di valutazione delle aziende. Rispondere in modo rapido e preciso è una priorità fondamentale per qualsiasi azienda che voglia fidelizzare i clienti esistenti e attrarre di nuovi, differenziarsi, aumentare le opportunità e garantire continuità di business.

Per maggiori informazioni sulla risoluzione dei problemi alla prima chiamata, leggi il nostro eBook: "Migliorare l'esperienza dei clienti nell'era delle comunicazioni digitali".

Coinvolgere l'intera forza lavoro con una strategia di customer service globale

60%

Entro il 2026, il **60%** delle grandi imprese utilizzerà l'esperienza per trasformare i propri modelli di business e raggiungere livelli eccezionali di advocacy dei clienti e dei dipendenti.⁶



L'85%

dei clienti si aspetta interazioni coerenti tra i vari reparti.⁷



Il 71%

dei clienti afferma che i dipendenti dell'azienda hanno un impatto significativo sulla loro esperienza.⁸



Risultati di business

Per gestire i picchi di attività è importante coinvolgere l'intera forza lavoro, con l'obiettivo di garantire sempre la massima soddisfazione dei clienti. I responsabili d'azienda devono assicurarsi che la strategia di soddisfazione dei clienti sia condivisa, compresa e accettata da tutti i dipendenti.

Per maggiori informazioni, leggi il nostro eBook: "Migliorare l'esperienza dei clienti nell'era delle comunicazioni digitali".

Gestire le preferenze per il coinvolgimento multigenerazionale

Il 95%

degli adulti di età compresa tra i 18 e i 34 anni segue molto probabilmente un marchio attraverso i canali social.⁹



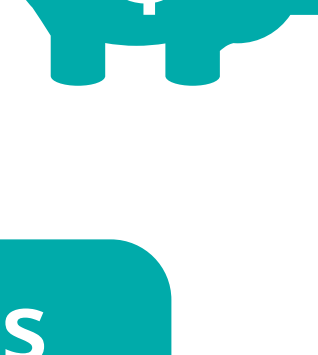
Il 97%

dei consumatori della generazione Z dichiara di utilizzare i social media come principale fonte di ispirazione per gli acquisti.¹⁰



\$1,298 miliardi

Secondo Statista, il fatturato globale delle app social raggiungerà i 1.298 miliardi di dollari entro la fine del 2023.¹¹



Risultati di business

La gestione delle relazioni con i clienti finali richiede una strategia omnicanale in grado di fidelizzare i clienti esistenti e attrarre di nuovi, come i millennial che utilizzano regolarmente i canali digitali.

Per maggiori informazioni sulle strategie omnichannel, leggi il nostro eBook: "Migliorare l'esperienza dei clienti nell'era delle comunicazioni digitali".

Riepilogo

L'accelerazione della trasformazione digitale e la tecnologia innovativa stanno dando nuova vita all'esperienza clienti.

Le organizzazioni che scelgono di cambiare saranno adeguatamente preparate per trasformare i loro centri di customer service in centri di soddisfazione clienti.

[Visita la nostra pagina Web](#) per scoprire come le soluzioni per il customer service di Alcatel-Lucent aiutano le aziende a offrire esperienze di livello superiore.

Fonti

- 1 [Searching for self-service](#), Zendesk, maggio 2023.
- 2 [Gartner Predicts Chatbots Will Become a Primary Customer Service Channel Within Five Years](#), Gartner, luglio 2022.
- 3 [Statista](#), 2023.
- 4 [Live Chat Exposes a Fatal Flaw in Your Go-to-Market](#), Hubspot, gennaio 2021.
- 5 [What's The ROI Of CX Transformation?](#), Forrester, gennaio 2021.
- 6 [Top Strategic Technology Trends for 2022: Total Experience](#), Gartner, ottobre 2021.
- 7 [State of the connected customer](#), Salesforce.
- 8 [Experience is everything. Get it right](#), PWC.
- 9 [Why customers follow brands](#), Marketingsherpa, novembre 2015.
- 10 [Gen Z And The Rise Of Social Commerce](#), Forbes, maggio 2021.
- 11 [Social commerce sales worldwide](#), Statista, 2023.