



Mettendo l'intelligenza artificiale,

# Automazione e Dati per lavorare

Informazioni utili per un migliore  
servizio clienti

### Einstein Alerts

Customer's subscription  
is up for renewal soon!



### Call Controls

Connected

+1 (521) 392-9821 00:00:23

Transcription available

End Call



I clienti sono la parte più importante di qualsiasi attività. E i clienti oggi non cercano solo prodotti e offerte eccellenti, ma desiderano anche un'esperienza di servizio straordinaria.

La posta in gioco è alta: **il 48%** dei clienti che hanno cambiato marchio di recente afferma di averlo fatto per migliorare il servizio clienti e **il 94%** afferma che un buon servizio clienti li rende più propensi a effettuare un altro acquisto\*. Gli acquirenti oggi desiderano un'attenzione personalizzata e vogliono che i loro problemi vengano risolti rapidamente: l' **83%** degli acquirenti si aspetta di risolvere problemi complessi parlando con una sola persona.\*

Quindi cosa c'è di intralcio? I reparti di assistenza si trovano ad affrontare priorità concorrenti: aspettative in rapido aumento dei clienti riguardo a un servizio personalizzato, mancanza di informazioni approfondite e budget sempre più ristretti.

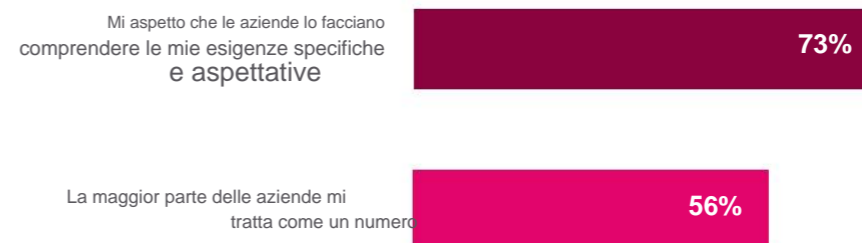
Come ci si arriva? Mettendo il cliente al centro di ogni decisione. Si tratta di incontrare i clienti ovunque si trovino: alle loro condizioni, con le loro preferenze e la loro tecnologia. Si tratta di rendere i processi e i modelli di business incentrati sul cliente la norma per migliorare l'esperienza del cliente.

Con le giuste intuizioni e tecnologie, qualsiasi azienda può diventare un'azienda cliente.

\*Stato Salesforce del cliente connesso maggio 2022



Clienti che sono d'accordo con quanto segue:



Fonte: Stato Salesforce del cliente connesso, maggio 2022



Per i leader del servizio clienti, l'intelligenza artificiale e l'automazione non sono più "interessanti da avere". Per consentire alle organizzazioni di servizi di bilanciare le priorità tra le aspettative dei clienti e la riduzione dei costi, l'intelligenza artificiale e l'automazione sono diventate un nuovo imperativo. La tecnologia moderna, come l'intelligenza artificiale generativa, ha il potenziale per far crescere e scalare rapidamente il servizio, migliorando al tempo stesso l'esperienza del cliente.

Utilizzando i dati del nostro più ampio sondaggio sui servizi (8.050 professionisti dell'assistenza in 36 paesi), condotto per il [5° rapporto sullo stato del servizio](#), [questa guida esplora](#) l'impatto reale che l'automazione e l'intelligenza artificiale stanno avendo sul servizio clienti e perché entrambi hanno gli ingredienti per ottenere il servizio org fuori dall'enigma "connettersi-meglio-spendere-meno".





Vedremo:

### 1. Come l'automazione favorisce l'efficienza assistenza clienti

Scopri come l'automazione riduce i costi e aumenta l'efficienza eliminando attività ripetitive e dispendiose in termini di tempo e semplificando i processi aziendali.

### 2. I vantaggi in termini di produttività dell'intelligenza artificiale per i team di assistenza

Scopri come l'intelligenza artificiale potenzia la produttività dei team di assistenza offrendo consigli intelligenti e basati sui dati che aiutano gli agenti a rimanere concentrati sul cliente.

### 3. Come l'automazione e l'intelligenza artificiale consentono servizio personalizzato attraverso una visione unificata del cliente

Scopri cos'è una visualizzazione unificata, come aiuta i dipartimenti di assistenza a crescere e perché le organizzazioni di servizi ad alte prestazioni la utilizzano.

## Livelli di prestazione del servizio inclusi in Salesforce Rapporto sullo stato del servizio:

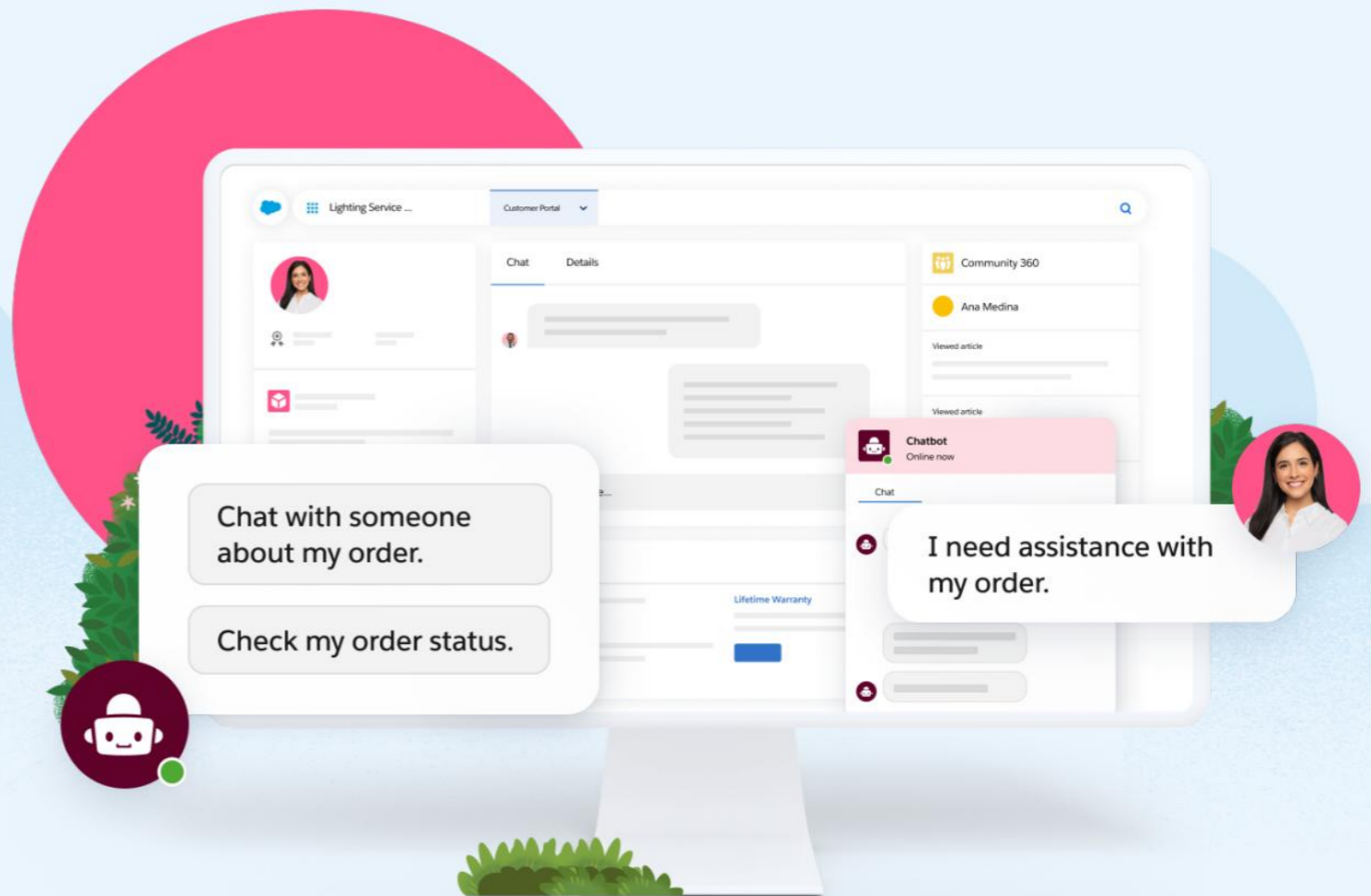


## Contenuti

- 01** Nazione dell'automazione? I nostri risultati danno due pollici in su.....06
- 02** Come l'intelligenza artificiale migliora la produttività in tutto il mondo  
Reparto Assistenza ..... 10
- 03** Gettare le basi per un servizio personalizzato  
con una visione unificata..... 14

CAPITOLO 01

# Nazione dell'automazione? I nostri risultati danno due pollici in su



# Il vantaggio dell'automazione

Cominciamo con una domanda fondamentale su qualcosa che molti credono sia vero: l'automazione sta davvero prendendo il sopravvento? Forse non ancora, ma dati i suoi numerosi vantaggi, sta chiaramente diventando una parte sempre più importante del playbook del servizio clienti, soprattutto per le organizzazioni di servizi ad alte prestazioni.

Il 58% dei decisori dei servizi dichiara di utilizzare l'automazione. E le aziende ad alte performance sono ancora più propense a utilizzare l'automazione (65%), soprattutto se paragonate alla concorrenza con prestazioni inferiori (41%).

Tra i professionisti dei servizi presso le organizzazioni che utilizzano l'automazione, la metà ritiene che il risparmio di tempo sia uno dei principali vantaggi dell'automazione. Quasi la metà degli intervistati ritiene che i vantaggi principali siano il miglioramento dei collegamenti con gli altri reparti, la riduzione degli errori, l'attenzione ai clienti e il tempo dedicato a nuovi progetti.

Nota cosa hanno in comune tutti questi vantaggi: l'efficienza.

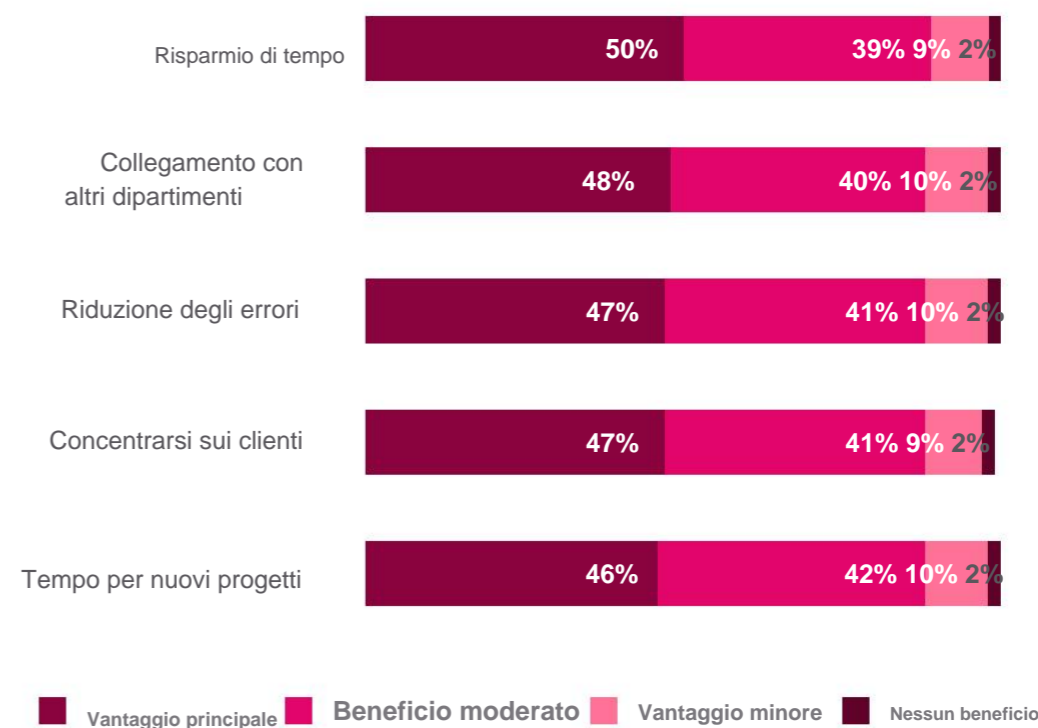
Più efficienti sono le tue operazioni, meglio servirai i tuoi clienti e più facile sarà ampliare questo ottimo servizio.

Questo è ciò che chiamiamo "Shift to Scale": spostare le interazioni high-touch e ad alto costo verso canali low-to-touch che riducono

ridurre i costi, ridurre i tempi di risposta e consentire ai team di assistenza di concentrarsi su ciò che conta di più: fornire il servizio amato dai clienti. Anche un miglioramento apparentemente minimo dell'efficienza, come lo spostamento delle interazioni su un canale di servizio leggermente meno touch, può significare enormi risparmi per i contact center ad alto volume.

L'automazione e l'intelligenza artificiale sono alla base del passaggio alla scalabilità.

## Vantaggi segnalati dell'automazione:



Base: professionisti dei servizi presso organizzazioni che utilizzano l'automazione



## 01 Un viaggio nel servizio clienti con l'automazione

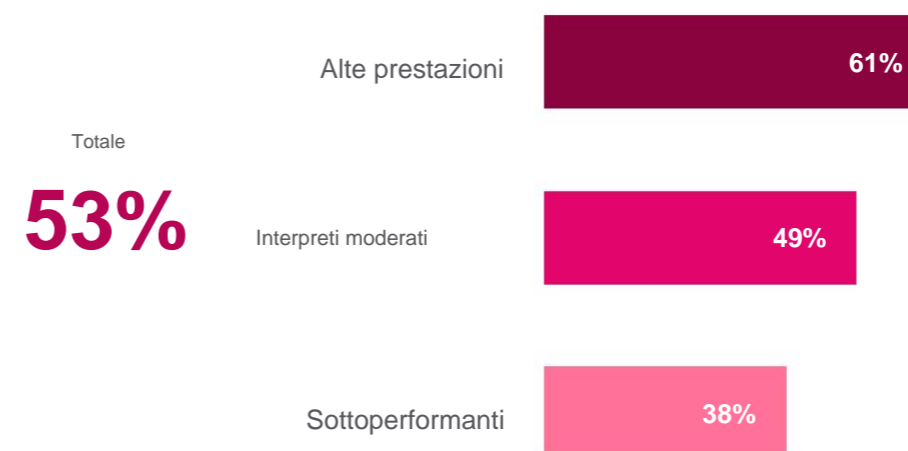
Passare alla scalabilità significa creare efficienza automatizzando attività e processi manuali. Anche quando le preoccupazioni dei clienti sono più complesse e non possono essere facilmente spostate su canali meno impegnativi, l'automazione può semplificare il flusso di lavoro degli agenti.

Prendiamo ad esempio la trascrizione digitale. **L'81%** dei professionisti dei servizi afferma che il telefono è il canale preferito per questioni complesse e il **53%** delle organizzazioni di servizi dispone di una trascrizione digitale automatizzata delle conversazioni telefoniche.

Automatizzare la trascrizione digitale significa meno prendere appunti e passare da uno schermo all'altro per i tuoi agenti, che possono rimanere nella loro console digitale per visualizzare tutto ciò di cui hanno bisogno per aiutare i tuoi clienti.

### Il telefono si evolve, ma rimane un canale di servizio fondamentale:

Organizzazioni di servizi con trascrizione digitale automatizzata delle conversazioni telefoniche:





Per dipingere un quadro di come l'automazione aiuta ad ampliare il servizio clienti, racconteremo la storia di una cliente, Ana.

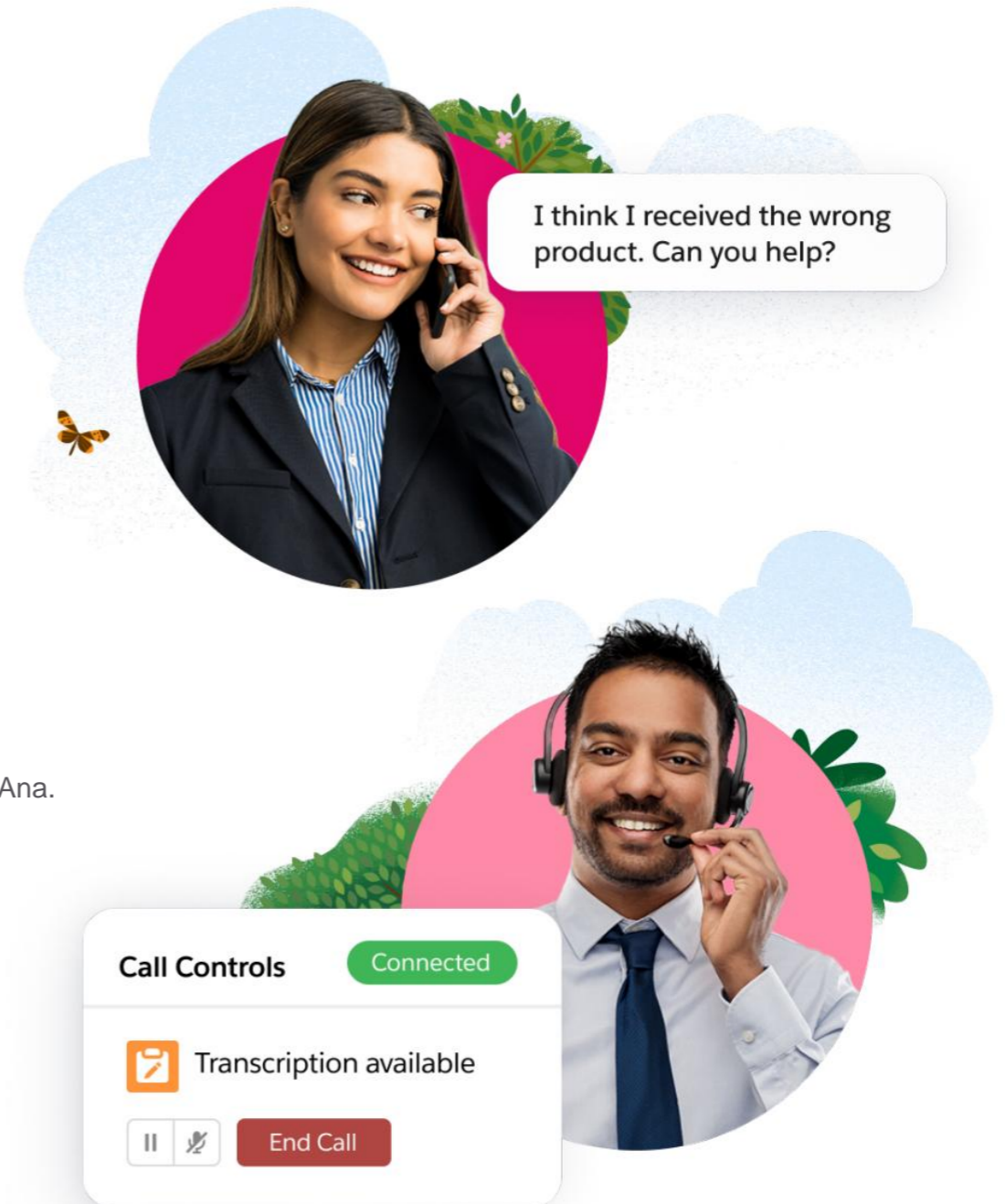
Ana è una cliente abituale di Big Commercial Fixtures, un'azienda di illuminazione nella sua città. Recentemente ha ordinato una nuova illuminazione a binario per uno degli uffici che gestisce. È arrivato in tempo: fantastico! Ma quando la squadra di manutenzione ha iniziato l'installazione, ha scoperto che i binari non erano cablati secondo le specifiche dell'ordine di Ana. Oh no!

Ana chiama il servizio clienti di Big Commercial Fixtures. Ashwin, un agente del servizio clienti e specialista dell'illuminazione, risponde alla chiamata, che gli è stata automaticamente indirizzata a causa della sua esperienza rilevante nel caso di Ana. Mentre Ana spiega il suo problema, Ashwin utilizza la trascrizione digitale automatizzata per registrare la loro conversazione, così da poterle dedicare tutta la sua attenzione invece di prendere appunti.

Una volta che Ana ha confermato il suo numero di telefono associato all'account, tutto il suo account pertinente e la cronologia degli ordini sono stati visualizzati nella console dell'agente di Ashwin. Ashwin riordina l'illuminazione di Ana seguendo un flusso di lavoro passo passo che è apparso quando ha selezionato "prodotto inviato sbagliato" come motivo della chiamata di Ana.

Ana riattacca, soddisfatta della chiamata veloce... ma si è dimenticata di annotare la data di consegna. Ana si dirige al sito web mobile di Big Commercial Fixtures, dove un chatbot chiede se può essere d'aiuto. Ana digita: "Quando arriverà il mio ordine?" Il bot riconosce Ana poiché ha effettuato l'accesso e mostra la data di consegna stimata della sua illuminazione sostitutiva.

La storia di Ana – e quella di Ashwin – non sono uniche. I leader dei servizi stanno scoprendo che l'automazione aumenta la soddisfazione del cliente e l'efficienza del servizio e la stanno implementando su larga scala. Tutto ciò si traduce in meno tempo dedicato al lavoro meccanico e più tempo per aiutare il cliente con problemi critici che richiedono un tocco più personale.



CAPITOLO 02

# Come l'intelligenza artificiale migliora la produttività In tutto il dipartimento di assistenza

I received my smart home device but need help connecting my lighting.

Start Chat

Write Email

Einstein Recommendation



Smart Home Setup



## 02 Un nuovo mondo per il servizio

L'intelligenza artificiale generativa potrebbe sembrare fantascienza, ma ha il potenziale per cambiare in meglio il modo in cui lavoriamo, e questo include i servizi.

Oggi, l'intelligenza artificiale fa sempre più parte dei toolkit del servizio clienti. La percentuale di decisori di servizi che riferiscono di utilizzare l'intelligenza artificiale è aumentata dell'88% dal 2020, dal 24% degli intervistati al 45%.

Si tratta di un aumento enorme ed è chiaro il motivo per cui ciò accade: l'intelligenza artificiale aumenta la produttività, consentendo quindi esperienze cliente più personalizzate. Ecco come funziona:

L'intelligenza artificiale riduce il carico cognitivo dei tuoi agenti. Scorrere avanti e indietro tra i sistemi e le schermate per visualizzare la cronologia dei clienti, trovare l'articolo informativo giusto e digitare le risposte è un compito impegnativo e può essere facilmente soggetto a errori. L'intelligenza artificiale può fornire agli agenti consigli intelligenti, attraverso basi di conoscenza, approfondimenti conversazionali e dati dei clienti.

Ciò mantiene gli agenti concentrati sul cliente invece di cercare di mettere insieme dati su con chi stanno parlando e su come aiutarli.

E questa è solo una versione della produttività che l'intelligenza artificiale può supportare. I siti Web self-service e i chatbot, se alimentati dall'intelligenza artificiale, forniscono consigli migliori ai tuoi clienti, riducendo gli sforzi e deviando i casi semplici prima che raggiungano inutilmente un agente.

Anche questo conta come produttività, ma è scalato a vantaggio dell'intero centro servizi.





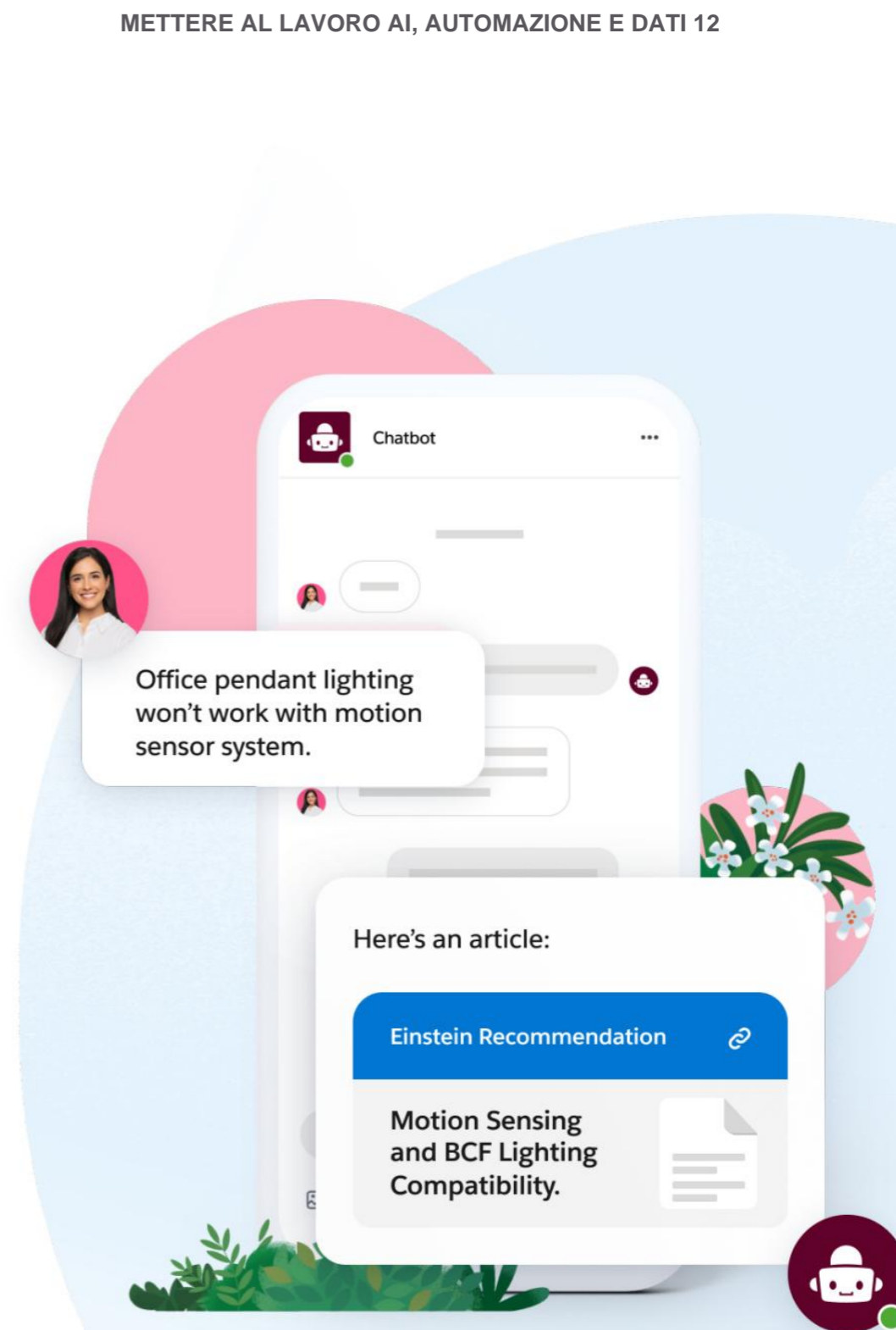
Ad esempio, controlliamo Ana mentre ritorna sul sito web di Big Commercial Fixtures con un nuovo problema.

Il mese scorso, Ana ha ordinato un'illuminazione a sospensione per uno degli edifici adibiti ad uffici che gestisce. Le lampade stanno benissimo nelle cucine! L'unico problema è che non funzionano con il sistema di sensori di movimento utilizzato dall'ufficio per risparmiare energia.

Ana accede al sito web di Big Commercial Fixtures e viene automaticamente contattata da un chatbot che dice che è lì per aiutarti. Ana scrive: "L'illuminazione a sospensione per ufficio non funziona con il sistema di sensori di movimento". Poiché questo chatbot è alimentato dall'intelligenza artificiale, utilizza l'elaborazione del linguaggio naturale per cercare articoli di conoscenza pertinenti all'interno della knowledge base di BCF. Il bot trova quello perfetto: è un articolo in cui Ana può cercare il numero di modello del suo prodotto e ottenere istruzioni specifiche su come collegare le sue luci ai sensori di movimento. Perfetto! Ana invia l'articolo via email al suo team di manutenzione.

Hai notato chi manca qui? Ashwin! Invece di passare il tempo a chiacchierare con Ana, ha semplicemente aiutato un prezioso cliente a valutare un problema complesso, assicurandosi che uno dei loro clienti chiave rimanesse con Big Commercial Fixtures. Immagina centinaia o migliaia di agenti, ciascuno concentrato su attività a maggiore impatto invece di gestire casi facili ma dispendiosi in termini di tempo, grazie all'intelligenza artificiale. Questa è produttività su larga scala.

Ancora una volta, la storia di Ana e il tempo risparmiato da Ashwin non devono essere unici. Ecco come l'intelligenza artificiale consente alle organizzazioni produttive del servizio clienti di fornire un servizio attento e proattivo con meno sforzi per fidelizzare e mantenere felici i clienti.



### **L'intelligenza artificiale migliora le conversazioni in tempo reale**

I flussi di lavoro basati sull'intelligenza artificiale integrati direttamente negli spazi di lavoro degli agenti possono fornire consigli automatici per aiutarli a risolvere i problemi per i clienti, ad esempio controllando automaticamente la garanzia di un cliente o fornendo un articolo informativo pertinente. L'intelligenza artificiale generativa, in particolare, può scrivere risposte che gli agenti possono rivedere, personalizzare e inviare ai clienti, sulla base dei dati provenienti dai sistemi CRM e dalle basi di conoscenza.

### **I chatbot utilizzano l'intelligenza artificiale per aggiungere un tocco umano**

Anche nei canali no-touch come i chatbot e il self-service, l'intelligenza artificiale aggiunge una dimensione personalizzata e attenta al servizio clienti, come nell'esempio di Ana. Quando un cliente avvia una conversazione con il tuo chatbot, il bot utilizza l'intelligenza artificiale per inserire informazioni importanti, come il nome del cliente, la posizione, il tipo di account e la lingua preferita. L'elaborazione del linguaggio naturale può aiutare il cliente ad agire su ordini, reclami e altro in tempo reale.

I flussi di lavoro automatizzati utilizzano persino l'intelligenza artificiale per indirizzare la chat a un

## **METTERE AL LAVORO AI, AUTOMAZIONE E DATI 13**

agente con la giusta competenza, una volta che il problema del cliente è stato risolto e il cliente richiede l'escalation. E ora, con l'innovazione dell'intelligenza artificiale generativa, le organizzazioni possono creare e distribuire bot intelligenti (con inclusa la personalità del tuo marchio) in pochi minuti.

### **L'intelligenza artificiale genera valore anche dopo la “chiusura del caso”**

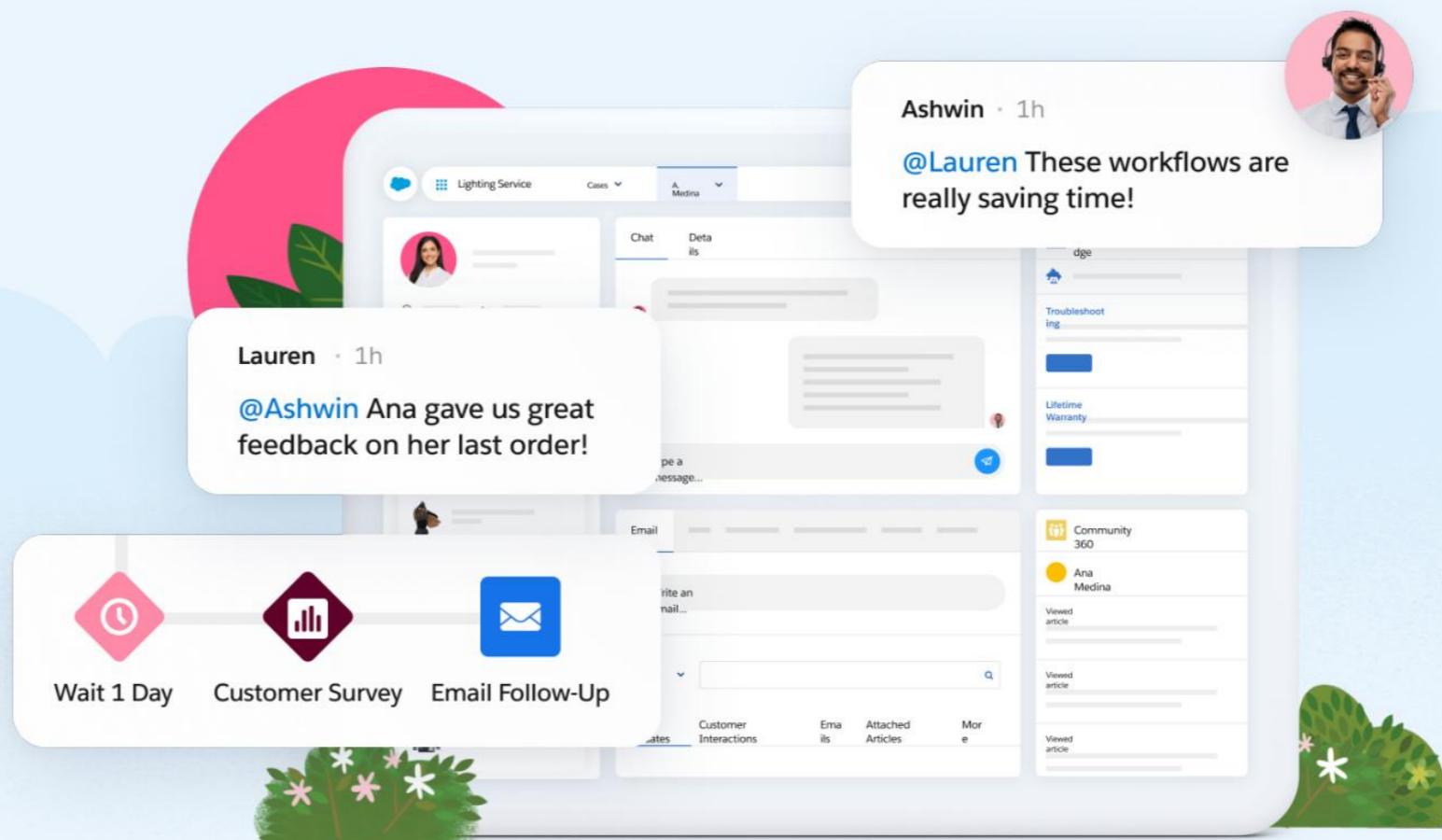
I contratti, le garanzie, la cronologia degli acquisti e i dati di marketing dei tuoi clienti sono tutti dati che l'intelligenza artificiale può utilizzare per individuare le migliori azioni successive che gli agenti possono intraprendere con i tuoi clienti per generare valore, anche dopo la conclusione del servizio. Ad esempio, l'intelligenza artificiale può spingere gli agenti a far sapere ai clienti che è quasi ora di rinnovare l'abbonamento o che è disponibile un aggiornamento o uno sconto del prodotto se agiscono rapidamente. L'intelligenza artificiale generativa può persino riassumere le conversazioni dei clienti e produrre articoli di conoscenza per riferimento futuro.

Ma sia l'intelligenza artificiale che l'automazione funzionano meglio quando puoi accedere a tutti i tuoi dati in un unico posto.



CAPITOLO 03

# Gettare le basi per Servizio personalizzato con a Vista unificata





## 03

## Il contesto è la chiave

Quando parliamo di connettersi meglio e spendere meno, è difficile non parlare di contesto, ovvero di avere un quadro completo del cliente per poterlo servire meglio.

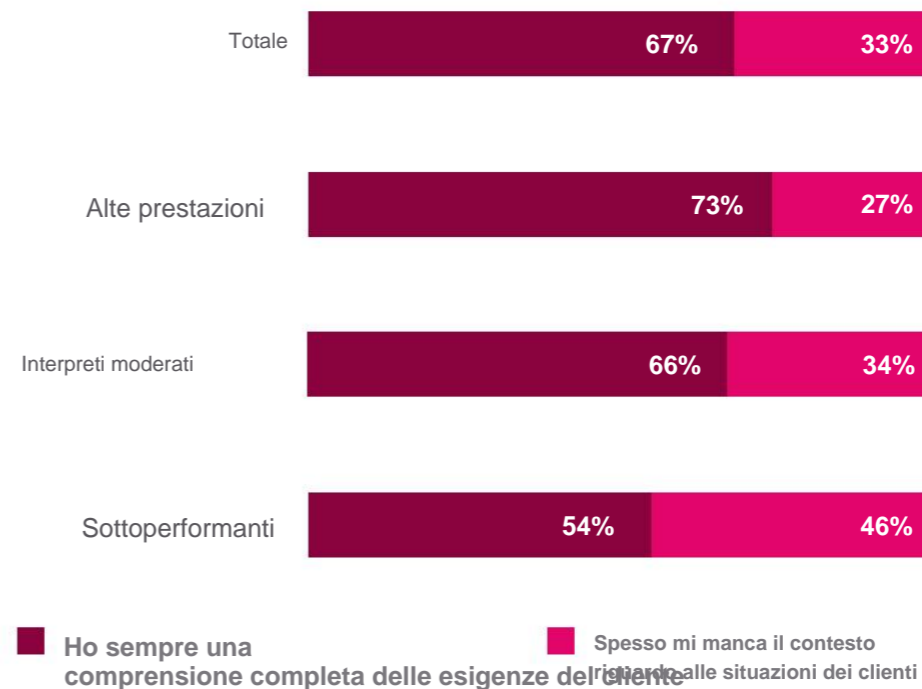
Affinché l'intelligenza artificiale e l'automazione possano davvero funzionare, è necessario che estraggano dati da tutti gli angoli della tua azienda e da ogni possibile interazione con i clienti. Ciò significa che i flussi di dati dei tuoi clienti provenienti da vendite, marketing, servizi ed e-commerce dovrebbero vivere sulla stessa piattaforma dati, in tempo reale. Ma per molti professionisti dei servizi, lo stato dei dati dei clienti lascia molto a desiderare.

**Il 33% degli agenti afferma che spesso manca il contesto a sulle situazioni dei clienti.** La mancanza di una visione completa e accessibile del cliente è ancora più comune per i team di assistenza con prestazioni inferiori.

### METTERE AL LAVORO AI, AUTOMAZIONE E DATI 15

#### Le prestazioni del servizio monitorano l'empowerment degli agenti

Agenti che sono d'accordo con quanto segue:



Il colpevole? Non avere una visione unificata del cliente: solo **il 38%** dei professionisti dei servizi afferma che tutti i reparti utilizzano lo stesso software CRM.

Qual è il vantaggio di avere un'unica piattaforma dati affidabile per servizi, vendite e marketing?

Sincronizza i dati dei tuoi clienti e consente un servizio personalizzato e reattivo. I tuoi strumenti automatizzati e basati sull'intelligenza artificiale hanno più dati a cui attingere e il tuo team di assistenza ha maggiori informazioni su e-commerce, marketing, vendite e interazioni su tutte le piattaforme.

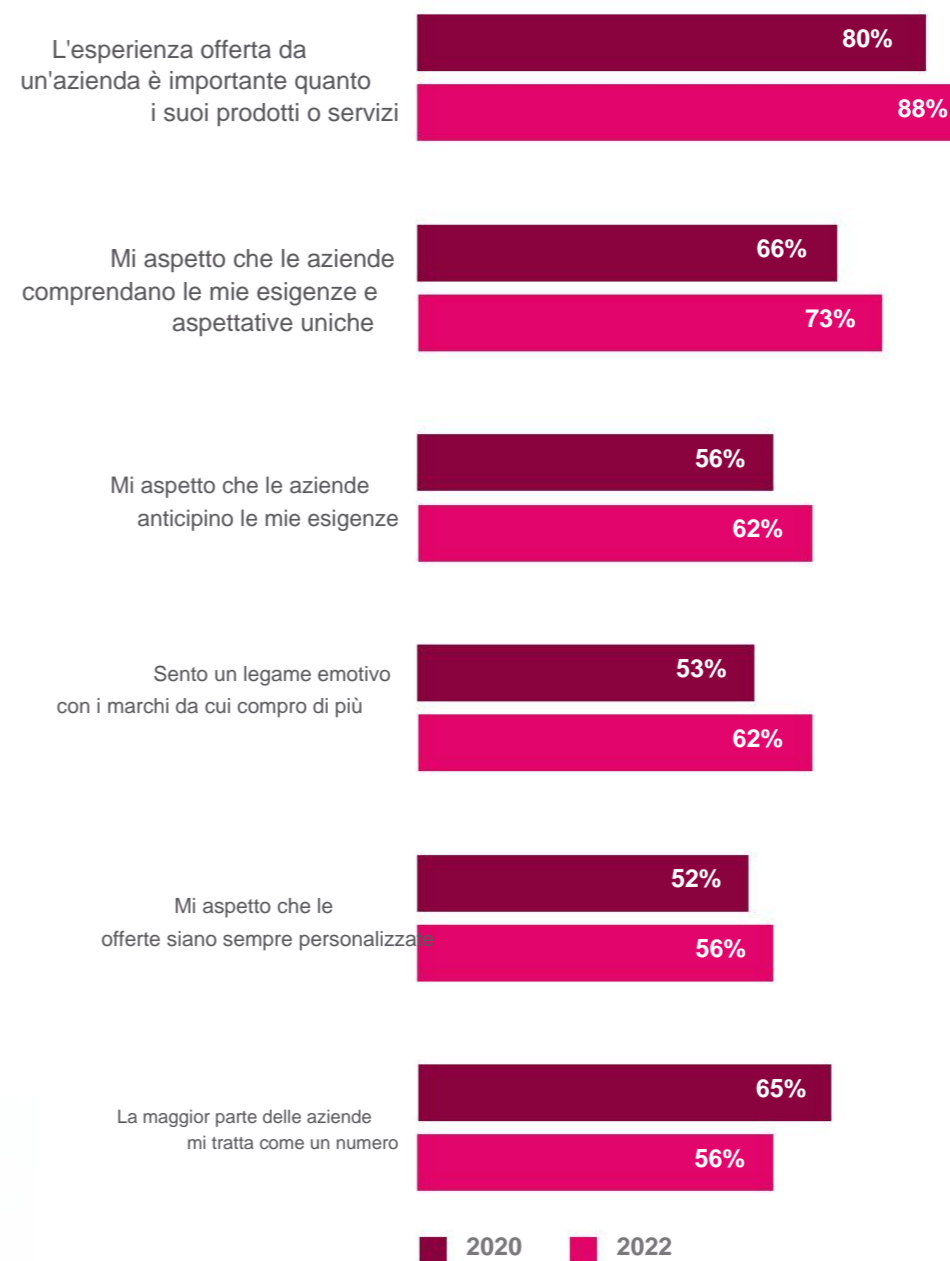
Ad esempio, un'azienda tecnologica che utilizza un'unica piattaforma affidabile può creare un flusso di lavoro automatizzato per interrompere le comunicazioni di marketing e avvisare il team dedicato all'account corretto quando un cliente riscontra un incidente grave.

I clienti sono spinti ad agire sulla personalizzazione.

I dati mostrano che i loro standard sono elevati e che i loro bisogni sono reali.

## Le aspettative di personalizzazione continuano a salire

Clienti che sono d'accordo con quanto segue:



Fonte: Stato Salesforce del cliente connesso, maggio 2022

## 03 Come iniziare

Il servizio clienti personalizzato sembra incredibile, ma come puoi ottenere quella visione unificata dei dati dei tuoi clienti per realizzarlo? Ecco tre suggerimenti fondamentali per il successo:

1

### Costruisci un caso per una strategia di dati unificata

Utilizza i dati per mostrare il fondo

valore della linea di avere una visione completa del cliente e venderla ai tuoi stakeholder.

Quanto tempo

i tuoi agenti di servizio risparmierebbero se

L'intelligenza artificiale e l'automazione hanno raggiunto il loro obiettivo

pieno potenziale?

Prova anche a metterlo nella prospettiva

dell'esperienza del cliente: il tuo team di

marketing può sospendere le attività di marketing

mentre un cliente ha un caso di servizio aperto; i

tuo agenti di assistenza possono fornire consigli

sui prodotti in base agli acquisti precedenti. Questi

tipi di interazioni sono ciò che crea

i tuoi clienti vivono un'esperienza più personalizzata

ed empatica, il che, in ultima analisi, favorisce

la fidelizzazione e le entrate.

2

### Collabora con l'IT per formulare una raccomandazione

Le relazioni tra servizio e tecnologia IT stanno diminuendo:

- Il 37% delle organizzazioni di servizi oggi afferma che l'IT è l'unico decisore, rispetto al 25% nel 2020.

- Il 49% dei team di assistenza lo ha fatto

hanno mantenuto la loro partnership, in calo rispetto al 68% del 2020.

Perché questo è significativo?

Il 77% dei decisori dei servizi

coloro che collaborano con l'IT affermano che ciò comporta un risparmio sui costi e il 79% afferma che si traduce in un time-to-market più rapido per i nuovi soluzioni tecnologiche.

Investire nella tua partnership tra servizi

e IT renderà in definitiva la tua raccomandazione

e implementazione tecnologica più efficace,

attraverso l'automazione, l'intelligenza

artificiale e i dati dei clienti.

3

### Conosci e monitora i tuoi parametri chiave

Quando si pensa ai dati unificati come carburante per un'intelligenza artificiale e un'automazione eccellenti

programmi, ti consigliamo di misurare l'efficacia di

tali flussi di lavoro nel reparto assistenza per sapere

quanto stai andando bene adesso e dove si

trovano i dati unificati dei clienti

La strategia aiuterà il tuo team di assistenza

a migliorare.

Nello specifico, dovresti monitorare:

- Punteggio CSAT
- Fidelizzazione dei clienti
- Impegno del cliente
- Percentuale di deviazione del caso
- Risoluzione della prima chiamata

Ricorda, il tuo obiettivo è migliorare l'esperienza del

cliente aumentando l'efficienza del servizio.

Le metriche di monitoraggio ti consentono di sapere se

sei sulla buona strada per raggiungere questo obiettivo

o se stai deviando fuori strada.





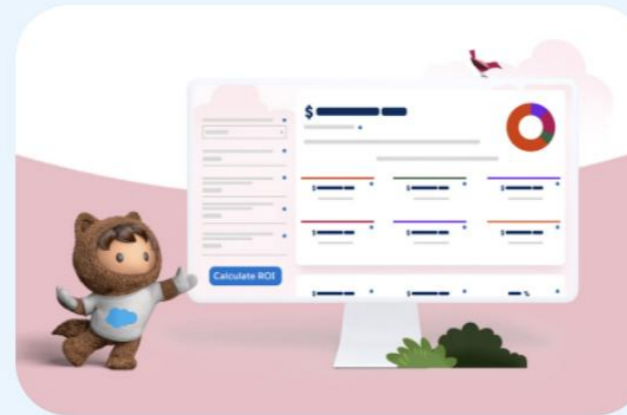
## 03 Come iniziare

Tutti vincono con l'intelligenza artificiale e l'automazione.

Man mano che le aziende si stanno espandendo, passando da interazioni di servizio ad alto contatto a servizi senza/ a basso contatto, le cose diventano più facili per i tuoi agenti e i tuoi clienti. Gli strumenti di intelligenza artificiale e automazione rendono i processi più efficienti, aiutano gli agenti a ottenere le giuste informazioni sui clienti e fanno risparmiare denaro alla tua organizzazione, il tutto fornendo ai tuoi clienti un'esperienza di servizio straordinaria.

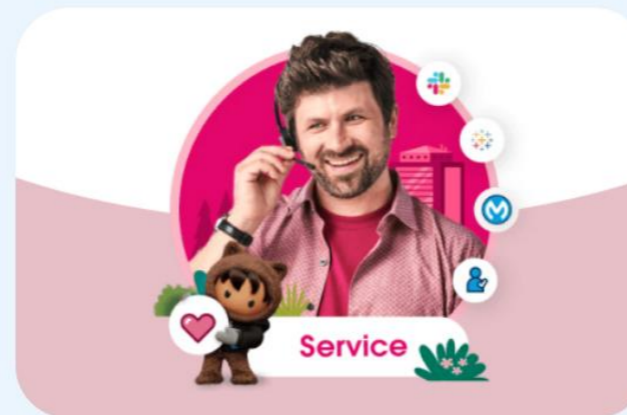
Con gli strumenti giusti, puoi trasformarti nell'azienda cliente di cui i tuoi clienti hanno bisogno.

Per iniziare subito con l'intelligenza artificiale e l'automazione nel tuo reparto di assistenza, consulta queste risorse.



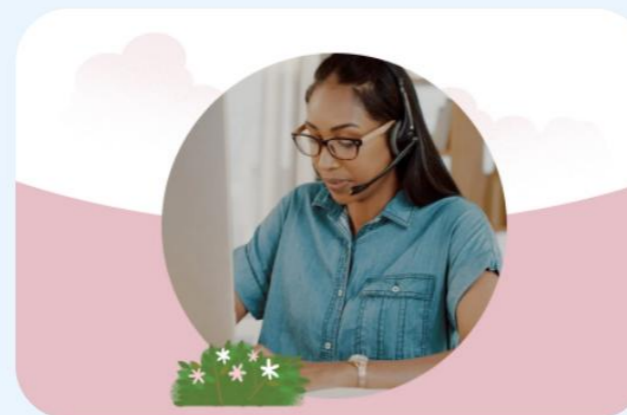
Calcola il risparmio sui costi derivante dall'implementazione di Service Cloud

[ACCEDI ALLA CALCOLATRICE >](#)



Scopri come offre Service Cloud efficienza, produttività e una visione unificata del cliente

[SCOPRI DI PIÙ >](#)



Scopri come sono i team del servizio clienti spostando le interazioni ad alto contatto verso canali a basso e senza contatto per ridimensionare assistenza clienti

[SCOPRI DI PIÙ >](#)



## Come aumentare il livello del tuo utilizzo di Automazione e intelligenza artificiale

Il viaggio per diventare un'azienda cliente inizia con l'intelligenza artificiale e l'automazione. Anche se alcuni potrebbero essere più avanti, non è mai troppo tardi per investire nei tuoi clienti.

Ecco alcune domande per aiutarti a determinare dove puoi implementare l'automazione e l'intelligenza artificiale nel tuo stack tecnologico di servizio per aumentare l'efficienza e promuovere la personalizzazione nell'intera esperienza di servizio.

### Automazione e intelligenza artificiale focalizzate sul cliente:

- ✓ I tuoi clienti hanno la possibilità di rispondere a domande o risolvere problemi senza contattare un agente?
- ✓ Se disponi di chatbot, come interagiscono con i clienti? Con quale frequenza i casi vengono inoltrati agli agenti? Con quale frequenza i clienti segnalano che i loro problemi sono stati risolti dal chatbot?

### Automazione e intelligenza artificiale focalizzate sul team di assistenza:

- ✓ I tuoi agenti gestiscono casi ripetitivi e di routine oppure sono previste attività ripetitive nell'apertura o nella chiusura dei casi?
- ✓ Gli agenti dispongono delle informazioni necessarie per fornire un servizio clienti personalizzato?
- ✓ Qual è il tempo medio di gestione dei casi dei tuoi agenti? Quali attività richiedono più tempo?
- ✓ I tuoi agenti sono in grado di vedere offerte e consigli tempestivi e pertinenti che possono condividere con i tuoi clienti in tempo reale?
- ✓ I tuoi agenti dedicano tempo ad attività amministrative che non generano valore?

### Automazione focalizzata sui processi e AI:

- ✓ In che modo i casi del servizio clienti vengono attualmente indirizzati agli agenti attivi?
- ✓ Se stai attualmente implementando l'automazione o l'intelligenza artificiale, quali sono le prestazioni di questi strumenti?
- ✓ Disponete di integrazioni che aiutano a elaborare i dati dei clienti su diversi sistemi?





*Le informazioni fornite in questa guida sono esclusivamente per la comodità dei nostri clienti e sono solo a scopo informativo generale. La pubblicazione da parte di salesforce.com non costituisce un'approvazione. Salesforce.com non garantisce l'accuratezza o la completezza di informazioni, testo, grafica, collegamenti o altri elementi contenuti nel presente rapporto. Salesforce.com non garantisce che otterrai risultati specifici se segui i consigli contenuti nel rapporto. Potrebbe essere consigliabile consultare un professionista come un avvocato, un contabile, un architetto, un consulente aziendale o un ingegnere professionista per ottenere consigli specifici applicabili alla tua situazione specifica.*