

CX 2020

CUSTOMER EXPERIENCE

14.12.2017

 H-FARM RONCADE (TV) | **14 DICEMBRE 2017**

CX 2020

CUSTOMER EXPERIENCE

14.12.2017



Gabriele Antoniazzi
CEO @ResponSA



powered by **GRUPPO EURIS**





SOLUZIONI DI **WEB SELF-SERVICE** A SUPPORTO DEI CLIENTI E DEI
DIPENDENTI DELL'AZIENDA 24/7

AIUTIAMO I NOSTRI CLIENTI A **RIDURRE I COSTI E MIGLIORARE IL LORO CUSTOMER CARE**



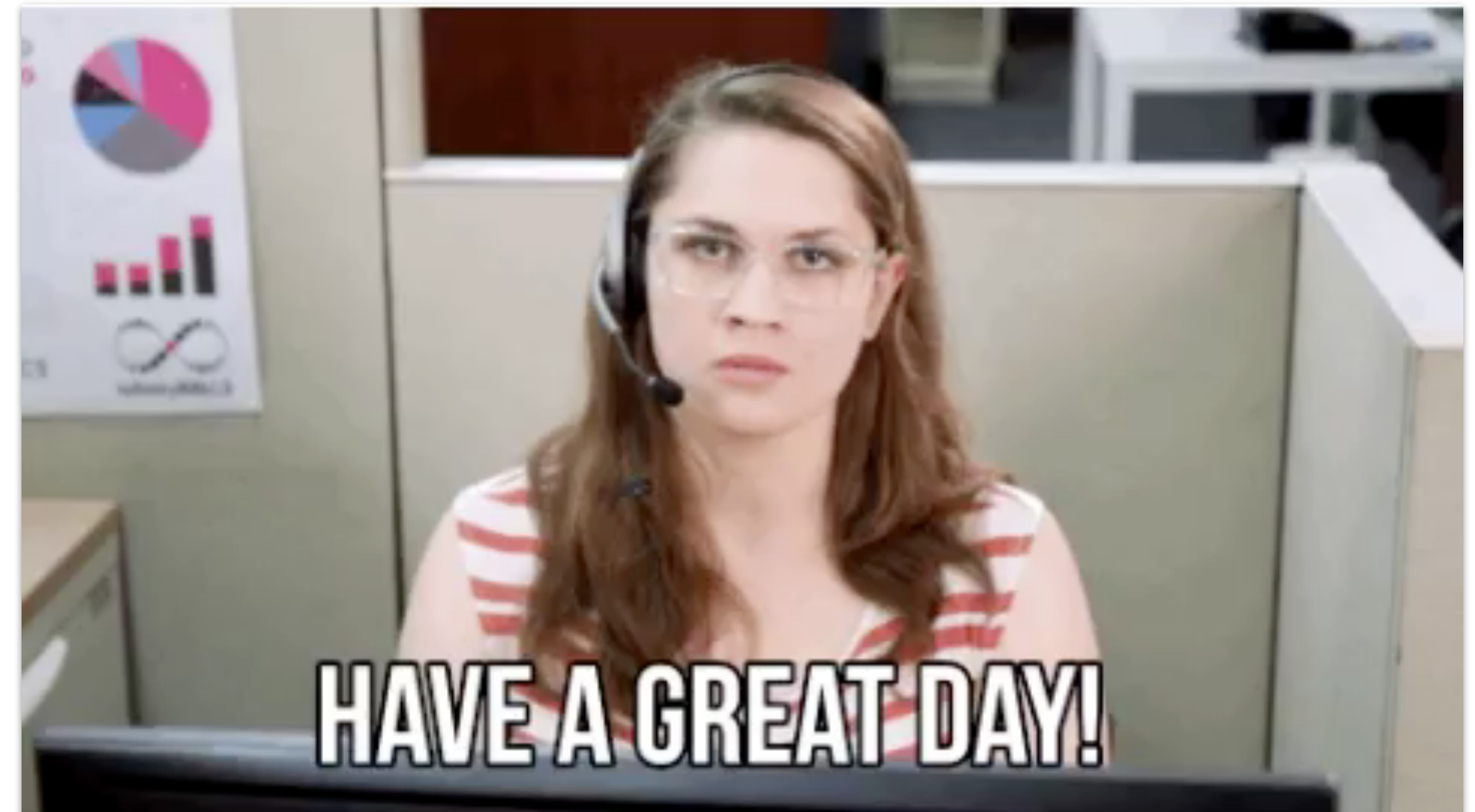
IL CUSTOMER SERVICE OGGI: OPERATORI

GLI OPERATORI DEVONO RISPONDERE ALLE STESSE DOMANDE

Gli operatori del Servizio Clienti sono costretti a rispondere spesso a **domande semplici e ripetitive**. Questo crea **molta frustrazione** e toglie loro il tempo necessario per gestire al meglio **richieste più complesse**. Sono tantissime le attività ripetitive e a basso valore aggiunto, che possono essere automatizzate tramite ChatBot.

*Il 57% delle chiamate potrebbe essere gestite con **strumenti di web self service***

Fonte: Contact Babel



IL CUSTOMER SERVICE OGGI: UTENTI

GLI UTENTI PREFERISCONO TROVARE IN AUTONOMIA LE RISPOSTE CHE CERCANO

Gli utenti, anche a causa di una deludente esperienza passata, preferiscono **trovare da soli** ciò che stanno cercando, preferibilmente da **mobile**, direttamente nel sito o app dell'azienda, senza necessariamente dover passare per un operatore del Contact Center.

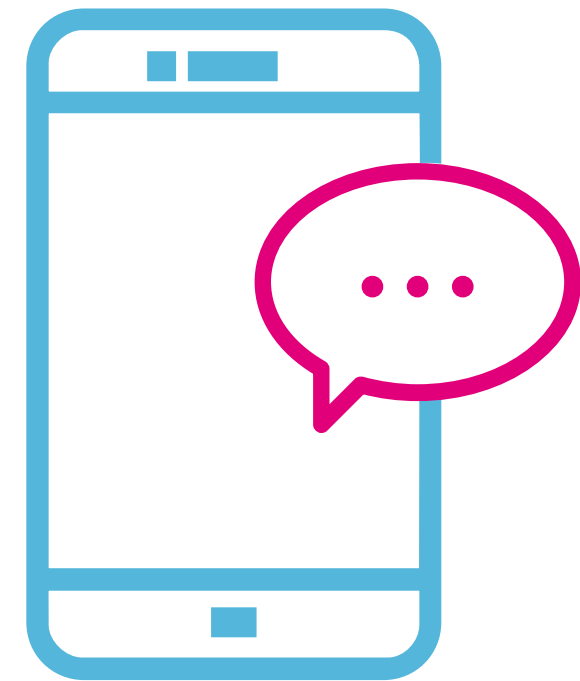
*Il 67% dei clienti preferisce usare una **knowledge base in self-service** per trovare risposta alle sue domande*

Fonte: Forrester



IL CUSTOMER SERVICE COME DOVREBBE ESSERE

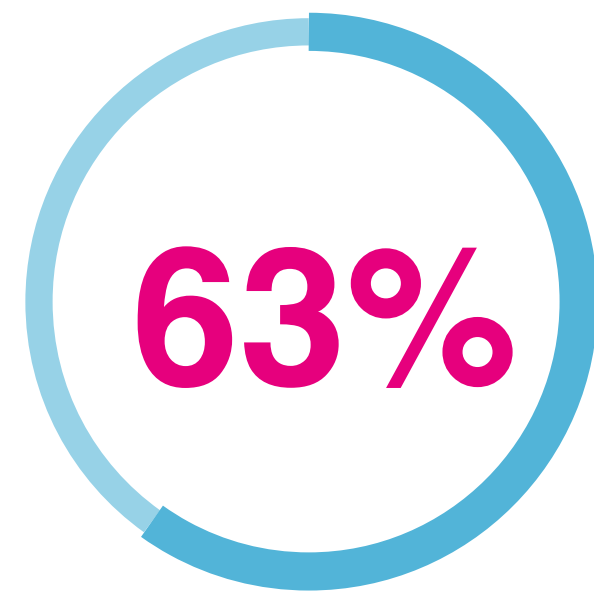
COSA SI ASPETTANO OGGI GLI UTENTI



DIGITALE

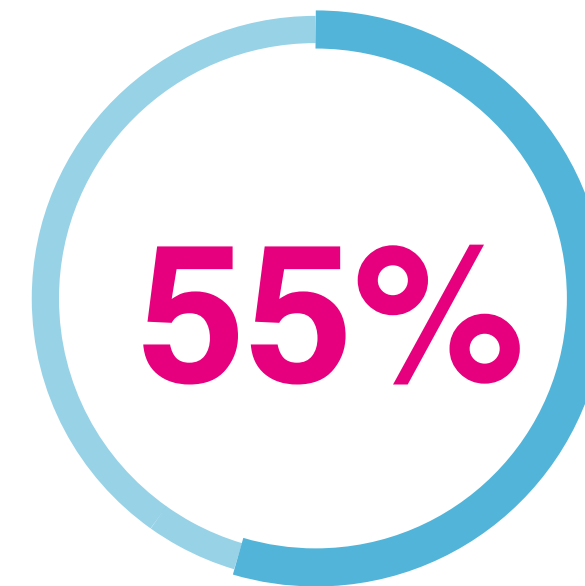
Gli utenti preferiscono
relazionarsi con il
Servizio Clienti
attraverso **strumenti e
canali innovativi**

GLI UTENTI PREDILIGONO IL MOBILE MESSAGING PER COMUNICARE CON LE AZIENDE



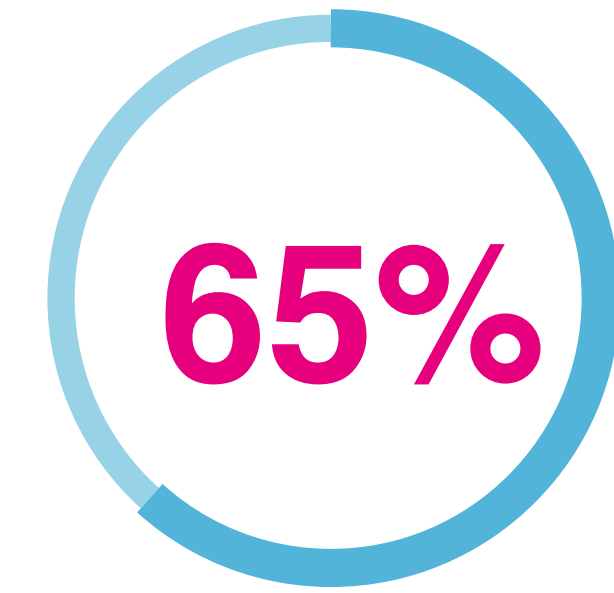
Utenti che attualmente **interagiscono** di più **tramite messaggio** rispetto ai due anni precedenti

Fonte:
Facebook



Gli utenti che sono passati dall'**interazione di tipo telefonico con l'azienda** ad una mediante **canali mobile e self-service**

Fonte: business service orange

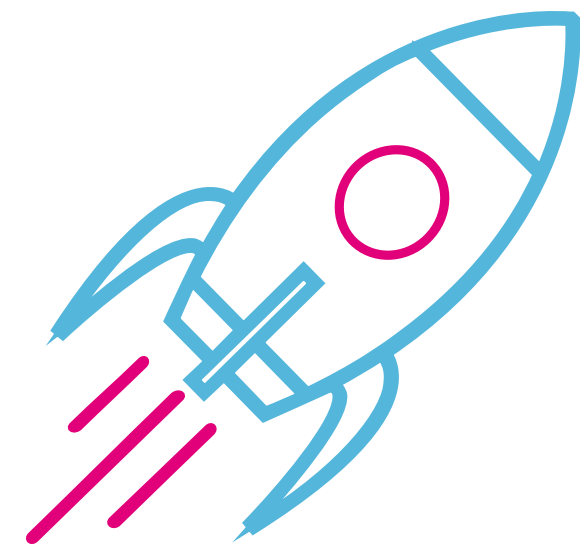


Utenti che per **comunicare** usano preferibilmente **messaggi istantanei** rispetto a email e telefono

Fonte: Forrester Research

IL CUSTOMER SERVICE COME DOVREBBE ESSERE

COSA SI ASPETTANO OGGI GLI UTENTI

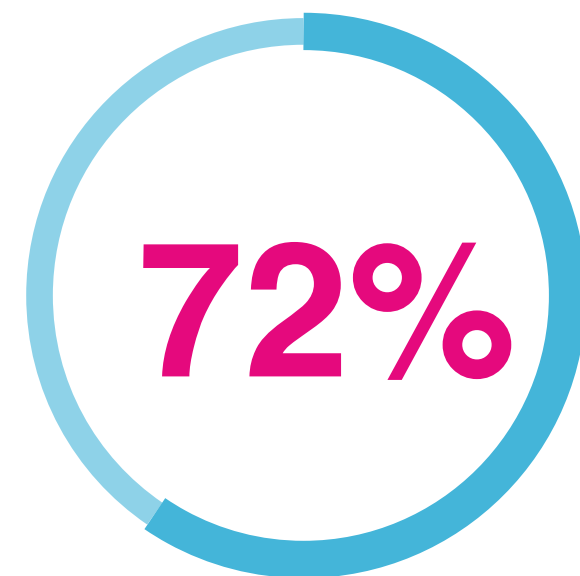


VELOCE

Gli utenti vogliono
ricevere risposte
immediate e veloci
senza lunghe attese

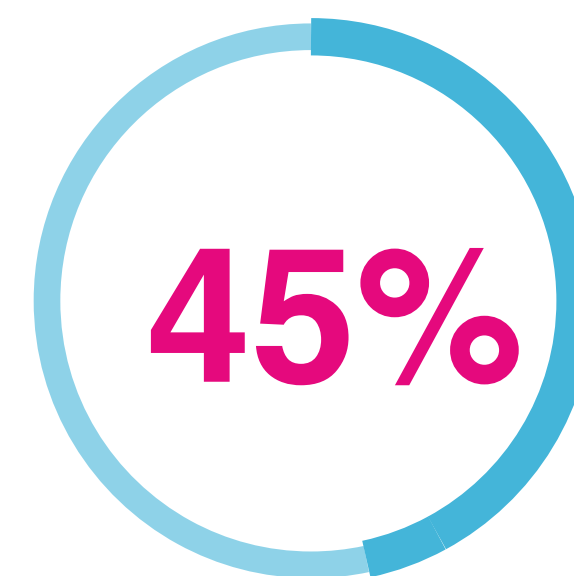
VELOCE

GLI UTENTI VOGLIONO UN SERVIZIO DI ASSISTENZA VELOCE



Utenti preferiscono un **supporto in self service** perché è più **veloce** e **facile** per avere delle risposte

Fonte:
Salesforce Desk



Utenti che sono portati ad **abbandonare gli acquisti** se non trovano **una risposta veloce** alle loro domande

Fonte:
Salesforce Desk

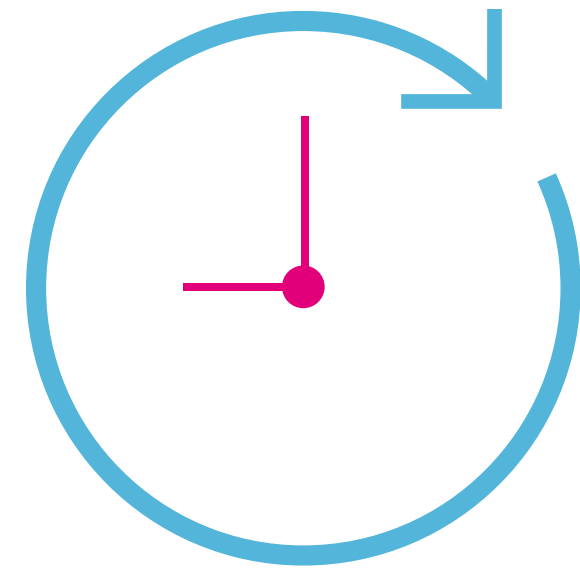


Utenti che provano frustrazione quando devono fare **lunghe attese** per parlare con il **customer service**

Fonte: Five9

IL CUSTOMER SERVICE COME DOVREBBE ESSERE

COSA SI ASPETTANO OGGI GLI UTENTI



ATTIVO 24/7

Gli utenti vogliono un servizio che sia **attivo sempre e ovunque** si trovino

ATTIVO 24/7

GLI UTENTI VOGLIONO UN SERVIZIO DI ASSISTENZA SEMPRE DISPONIBILE



Utenti che **chiamano il call center** solo dopo aver provato a cercare aiuto in maniera autonoma

Fonte:
Salesforce Desk



Utenti che userebbero un **supporto sempre on line in modalità self service** se fosse disponibile

Fonte:
Salesforce Desk

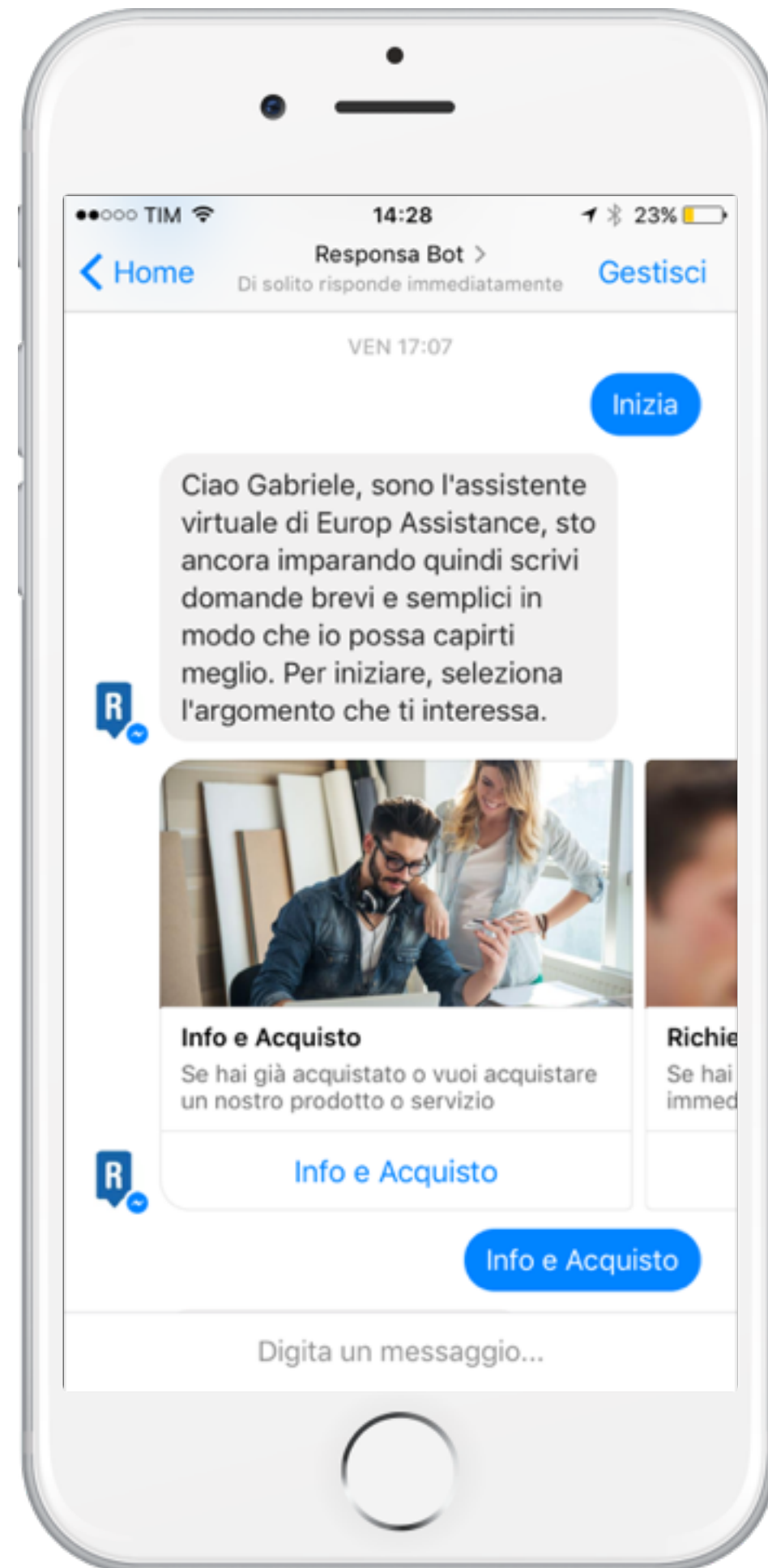


Utenti che si aspettano che un'azienda sviluppi e metta a disposizione una **soluzione di caring online in self-service per i clienti.**

Fonte: Microsoft Global Customer Service Report

CHATBOT E CARING IN SELF SERVICE




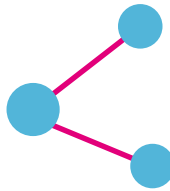
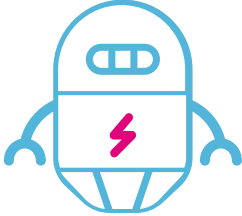
PERCHÉ I CHATBOT SONO LA SOLUZIONE



- ✓ Economico da sviluppare
- ✓ Cross platform e channel
- ✓ Non richiede download
- ✓ Update automatici
- ✓ Facile da promuovere
- ✓ Economico da erogare (0,10\$ / interazione)

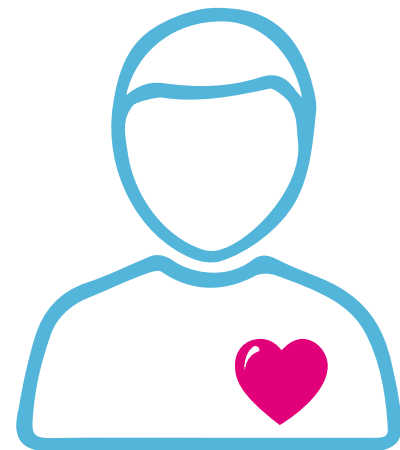
IL CUSTOMER SERVICE OGGI: CANALI E COSTI

TEMPI DI ATTESA E COSTI DEI DIVERSI CANALI DI ASSISTENZA

CANALI DI SUPPORTO	 PHONE	 EMAIL	 WEB CHAT	 SOCIAL	 CHATBOT
TEMPI DI ATTESA	1,30m	8h - 13h	1,10m	3h - 8h	0s
COSTO	10\$	3,5\$	3\$	1\$	0,10\$
UTENTI GESTIBILI OGNI ORA (PER OPERATORE)	8	8	15	60	∞

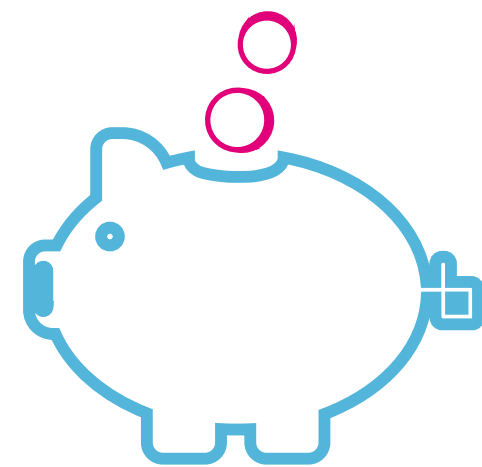
CHATBOT E CARING IN SELF SERVICE

VANTAGGI



CLIENTI SODDISFATTI

L'azienda costruisce un'ottima **customer experience** per fidelizzare l'utente



MENO COSTI

L'azienda riesce a **contenere i costi** del contact center grazie all'**ottimizzazione di risorse**



MENO TRAFFICO

Il **primo livello di richiesta** viene gestito e soddisfatto dal ChatBot **senza bisogno dell'operatore**



INSIGHTS

L'interazione tra utente e ChatBot **fornisce moltissimi dati** utili all'azienda per pianificare strategie

CHATBOT E CARING IN SELF SERVICE

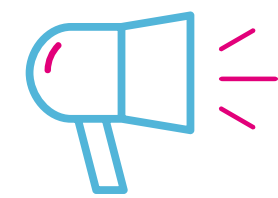
APPLICAZIONI A 360°



ASSISTENZA CLIENTI



PREVENTIVATORE



PROMOZIONI /ADVERTISING



RICERCA DI UNO STORE



PRENOTAZIONE APPUNTAMENTO



ACQUISTO



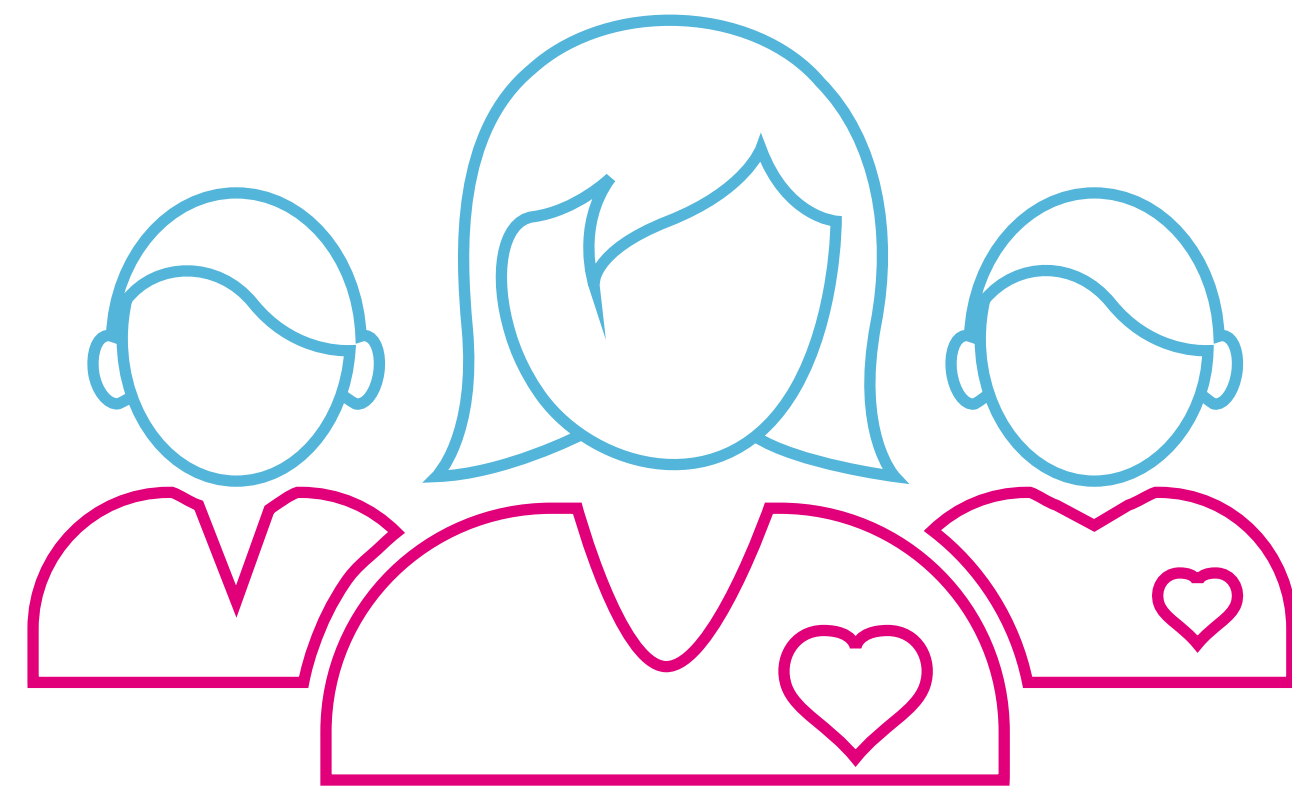
**INFORMAZIONI DURANTE
UN'EMERGENZA**



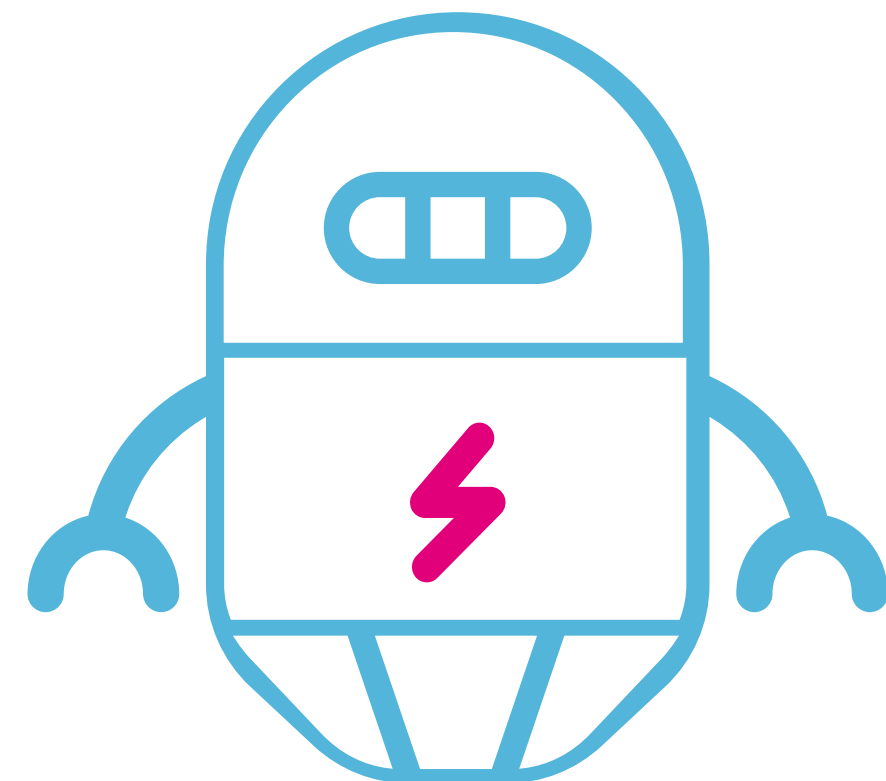
NEWS SERVICE

CHATBOT E CARING IN SELF SERVICE

SERVE UNA NUOVA STRATEGIA AZIENDALE



VS



1. Vi serve un ChatBot?
2. Che tipologia di ChatBot vi serve?
3. Scelta del Bot Framework
4. Definizione dei canali di messaggistica
5. Definizione del workflow
6. Integrazione
7. Piano di marketing
8. Analisi dei risultati e fine tuning

CONTATTI



RESPONSA is a company growing in
H-FARM Ventures & Gruppo Euris



Via Sile 41,
31056 Ca' Tron di Roncade, Italy



T. +39.0422.789611
F. +39.0422.789666



hello@goresponsa.com
gantoniazzi@goresponsa.com



www.goresponsa.com
<http://blog.goresponsa.com/>



Grazie!

CX 2020
CUSTOMER EXPERIENCE