



4  
passaggi per offrire un  
servizio clienti eccezionale  
in tempi di emergenza.





# Adegua l'approccio

A causa della recente pandemia, la maggior parte delle aziende hanno dovuto improvvisamente adottare un modello di lavoro completamente digitale e distribuito, in cui i dipendenti lavorano da casa, ma non sempre dotati delle tecnologie e dell'hardware disponibili in ufficio. Nel frattempo, molte organizzazioni sono subissate da un volume molto più elevato di chiamate dei clienti che gli operatori faticano a sostenere.

Puoi soddisfare le aspettative dei clienti e fare un'ottima impressione che durerà ben oltre la pandemia, seguendo questi quattro passaggi:

**1** Dimostra ai clienti che tieni a loro

**2** Sostieni gli operatori

**3** Riduci i costi

**4** Perfeziona le strategie a valore aggiunto

# Dimostra ai clienti che tieni a loro

Se c'è mai stato un momento in cui dimostrare empatia ai clienti, quel momento è ora. Quando tutto sembra incerto, la tua azienda ha l'opportunità di affermarsi e offrire ai clienti un senso di fiducia e normalità. Come dimostrare ai clienti quanto tieni a loro? Ecco qualche consiglio:

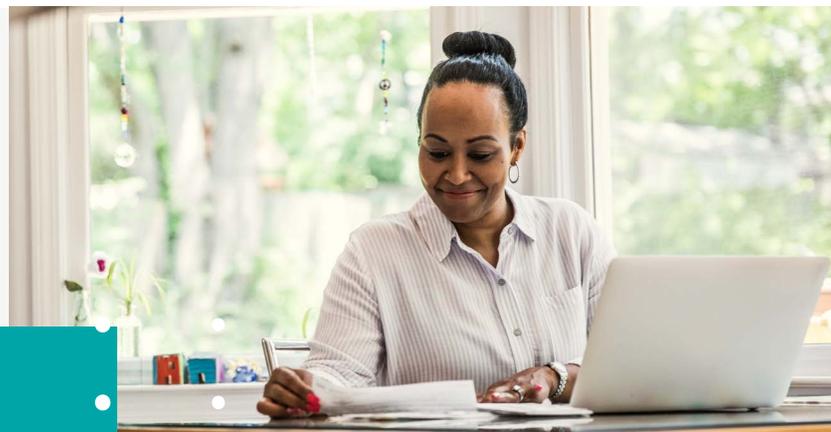
## Migliora le opzioni self-service: garantisci disponibilità 24 ore su 24

In un mondo in cui giornate lavorative, serate e fine settimana sembrano tutti uguali e le esigenze dei clienti sono costantemente elevate, i vecchi paradigmi di risposta alle chiamate non bastano più. Aumentare le opzioni self-service con assistenti virtuali intelligenti (IVA) basati su chat può fare la differenza. Gli IVA possono comprendere ogni singolo percorso e offrire informazioni contestualizzate in tempo reale a tutte le ore.

## Espandi il supporto attraverso i canali digitali: vai incontro ai tuoi clienti

I tuoi clienti sono su Facebook, Twitter, WhatsApp e Apple Chat. E tu? Se non ci sei ancora, è arrivato il momento di renderti disponibile ai clienti, permettendo loro di contattarti su più fronti. Che sia tramite una chat online o un altro canale, quel che occorre è prepararsi a rispondere velocemente. I canali digitali permettono agli operatori di rispondere a più richieste contemporaneamente, soprattutto quando il volume è molto elevato.

**Quando tutto sembra incerto, la tua azienda ha l'opportunità di affermarsi e offrire ai clienti un senso di fiducia e normalità.**



## Sostieni gli operatori

In un tipico ambiente di call center, gli operatori spesso lavorano in team, collaborano per risolvere i problemi dei clienti, condividono buone prassi e si supportano a vicenda. Lavorando improvvisamente da casa e non al fianco dei colleghi, gli operatori avranno bisogno di nuovi mezzi di comunicazione digitale e di strategie di coaching potenziate che sostituiscono la guida dei manager. Puoi sostenere meglio i tuoi operatori durante questo periodo con queste due strategie essenziali:

### Consenti la collaborazione e la guida tra operatori: colma le lacune

I clienti stanno affrontando sfide e circostanze inedite e anche la natura delle loro richieste cambia di conseguenza. Molti operatori potrebbero non essere ancora efficaci nella risoluzione di queste nuove richieste. Una gamma di funzionalità veloci da implementare per collaborazione, automazione, gestione delle informazioni e intelligenza artificiale può aiutarti a colmare le lacune che gli operatori stanno vivendo. Un supporto più adeguato agli operatori, con interazioni guidate dal sistema o l'accesso migliorato agli articoli di gestione delle informazioni li aiuteranno a risolvere i problemi di clienti con semplicità ed efficienza.

### Semplifica le attività degli operatori con l'automazione: riduci il lavoro manuale

Questo è il momento perfetto per prendere in considerazione l'automazione robotica dei processi (RPA) per accelerare le procedure e ridurre il carico che grava sugli operatori. Quale forma di automazione non assistita, l'RPA è in grado di gestire attività di routine come copiare e incollare informazioni in più punti o chiudere i contatti. Questo consente agli operatori di concentrarsi su attività più importanti, come dimostrare empatia ai clienti e fornire un servizio umano.



## Riduci i costi

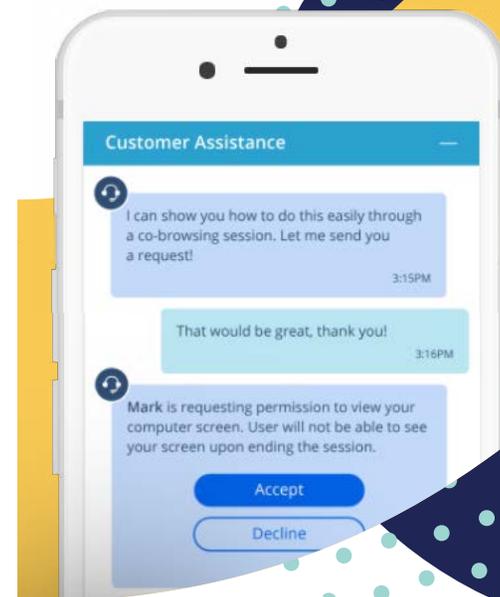
I clienti sono sempre al cuore delle iniziative di assistenza. Nei periodi di difficoltà economica, è altrettanto importante riuscire a monitorare i costi e risparmiare dove possibile. Nel corso di questa pandemia, le aziende dovranno ottimizzare la spesa del servizio clienti. Questo significa abbattere i costi anche se le richieste aumentano a dismisura. Per affrontare questa sfida, occorre trovare modi per:

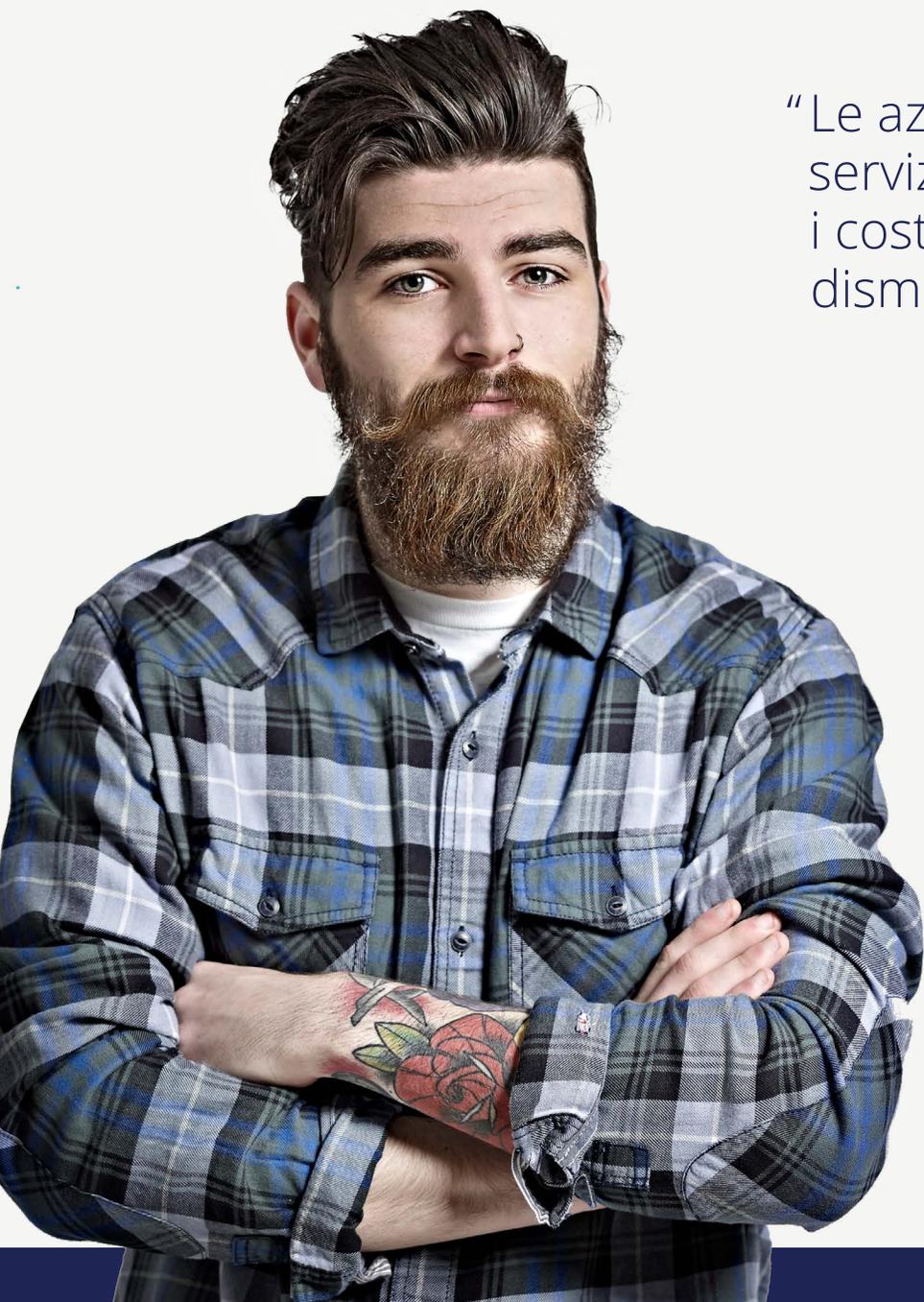
### Analizzare i volumi attuali riducendo i ritardi

Mentre molte aziende affrontano un flusso continuo di richieste, i tempi di attesa medi per parlare con un operatore arrivano spesso a diverse ore. Le chiamate sono continue, le email si accumulano e non c'è alcun segnale di rallentamento nelle esigenze dei clienti nelle analisi dei volumi attuali. È ora di espandere il supporto per la messaggistica digitale per consentire le interazioni simultanee, offrendo agli operatori la possibilità di gestire circa il triplo del volume. Nel frattempo, i bot e-mail possono analizzare la pila di e-mail accumulate e inviare risposte automatiche o stabilirne l'intento e assegnarle in modo intelligente ai casi e agli operatori giusti. Questo accelera i tempi per tutti.

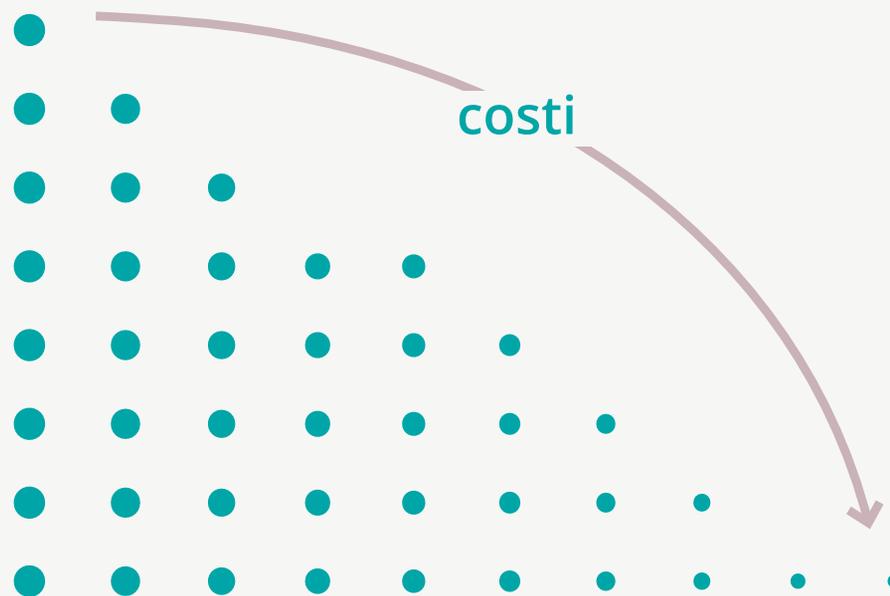
### Aumentare l'efficienza riducendo tempi e costi

La gestione dinamica dei casi aiuta a ridurre i tempi medi di gestione e ad abbattere i costi del servizio. Assicurando la continuità dei casi lungo tutto il percorso del cliente, è possibile accelerare le interazioni, eliminando il lavoro inutile. Insieme alla guida intelligente con canali automatici e assistiti da operatori, la gestione dei casi permette ai clienti di cambiare canale senza doversi ripetere. Infine, quando il contesto accompagna le richieste in modo coerente su tutti i canali, come una forma di self-service basato su web, è possibile abbattere i tempi medi di gestione, aumentando il tasso di risoluzione alla prima chiamata.





“Le aziende devono ottimizzare la spesa del servizio clienti. Questo significa abbattere i costi anche se le richieste aumentano a dismisura”.



# Perfeziona le strategie a valore aggiunto

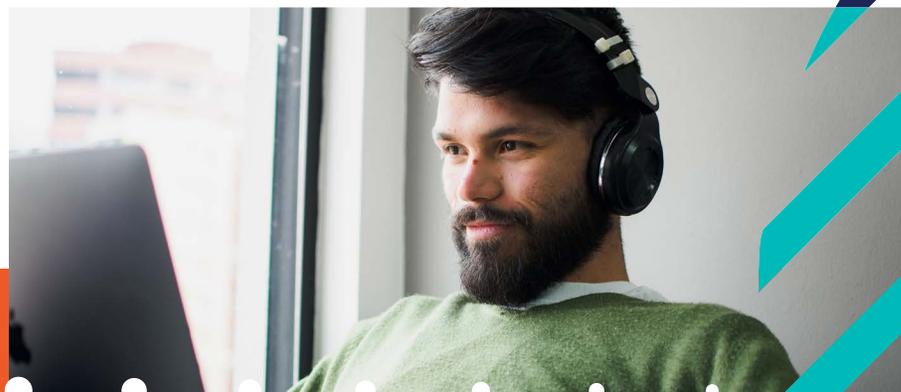
Mentre l'economia crolla, proteggere il flusso di cassa aziendale è fondamentale. È importante mantenere il giro d'affari e sviluppare strategie più innovative per trattenere i clienti più importanti, attraverso incentivi accattivanti, nuove soluzioni a valore aggiunto o con piani di pagamento agevolati che consentono a clienti e attività di recuperare le perdite dovute alla pandemia.

## Fidelizzazione oculata: concentrati sulle persone

L'ultima cosa da fare è intraprendere attività che potrebbero portare a perdite evitabili e ancora più devastanti. Riconoscere che alcuni clienti potrebbero avere difficoltà a rispettare le scadenze di pagamento o potrebbero orientarsi verso una riduzione delle spese, significa che è ora di concentrarsi sulla fidelizzazione. Non permettere che i clienti ti abbandonino per sempre solo perché al momento hanno poca liquidità. Tratta i clienti con empatia e collabora con loro per trovare soluzioni, ad esempio la sospensione dei pagamenti, sconti o incentivi per il rinnovo, in modo da assicurarti che non vadano altrove. Inoltre, osserva le analisi sulle migliori azioni successive per creare offerte di fidelizzazione oculate e personalizzate. In questo modo potrai indirizzare ciascuna offerta in base al valore del cliente specifico, senza concedere troppo.

## Offri più vantaggi con soluzioni pertinenti

Valuta i vantaggi che puoi offrire ai clienti oltre la risoluzione della richiesta. Quali soluzioni aggiuntive possono essere utili o significative per loro durante questo periodo? Ad esempio, un cliente che si ritrova improvvisamente a corto di liquidità potrebbe trarre grande beneficio da un'offerta tempestiva di protezione dello scoperto bancario. Con le decisioni basate sulla migliore azione successiva, puoi proporre offerte pertinenti e accattivanti ai clienti giusti, proteggendoli da interazioni non pertinenti che generano frustrazione e allungano inutilmente i tempi medi di gestione.



# Risolvi le sfide di oggi e di domani

Questi quattro passaggi possono aiutarti ad affrontare le nuove complessità dello smart working e a prepararti per il successo futuro. Dimostrare empatia ai clienti e sostenere gli operatori dovrebbe essere la norma in qualsiasi strategia di assistenza clienti. Ridurre i costi per chiamata integrando i canali digitali e garantendo lo stesso livello di qualità del servizio è l'obiettivo delle iniziative di trasformazione digitale intraprese da tante aziende. Infine, proteggere i flussi di fatturato principali dovrebbe sempre essere la priorità delle menti illuminate, soprattutto quando eventi potenzialmente dannosi possono verificarsi in qualsiasi momento.

Se, in questo periodo, stai vivendo difficoltà nella gestione delle esigenze, concentra le tue iniziative su soluzioni destinate a durare nel tempo, a prescindere dalle previsioni per il futuro. Queste strategie, infatti, non sono soluzioni temporanee, ma costituiscono una base solida per avviare una trasformazione digitale su più ampia scala, a prescindere da quale sarà la "nuova normalità".



**In questo momento,  
Pega è qui per aiutarti.**

**Leggi il nostro white paper  
approfondito per aiutare  
la tua organizzazione di  
assistenza a passare da  
accettabile a eccezionale,  
anche in periodo di  
emergenza.**

Scaricalo [qui](#).



Pega è leader nel software cloud per il coinvolgimento dei clienti e l'eccellenza operativa. I brand più affermati e conosciuti al mondo si affidano al software Pega basato su IA per ottimizzare ogni interazione, su tutti i canali, mantenendo la promessa fatta ai clienti. La piattaforma di sviluppo di applicazioni low-code consente alle imprese di implementare e sviluppare le app rapidamente per rispondere alle esigenze di clienti e dipendenti e consentire la trasformazione digitale su scala globale. Da oltre 35 anni, Pega raggiunge altissimi livelli di soddisfazione tra i clienti, riduzione dei costi e aumento del valore.

Per ulteriori informazioni, vista la pagina [pega.com](https://www.pega.com)