

Un servizio clienti più intuitivo, veloce e personalizzato è fondamentale

L'interazione standard con l'assistenza clienti degli istituti bancari può sembrare complessa per tutte le parti coinvolte: clienti e dipendenti. Offri soluzioni semplici per le varie richieste e favorisci la soddisfazione dei clienti con queste sei semplici mosse per garantire un'assistenza semplificata.

Il servizio clienti semplificato è un vantaggio per clienti e dipendenti.

- A causa dell'impossibilità di prevedere le preferenze dei clienti e le variazioni del volume di richieste, le banche devono adattarsi ed estendere i canali in modo rapido e offrendo le esperienze contestuali cui i clienti sono abituati.
- Le complessità delle interazioni del passato non permettono ai clienti di risolvere i problemi in digitale e rappresentano una frustrazione per i dipendenti del middle e del back office, sommersi di attività manuali e ripetitive. Sarebbe semplice continuare a operare sulla scia del passato, ma con l'automazione intelligente le banche leader possono offrire ai clienti una soluzione digital-first e completare le procedure in modo fluido.
- I principali vantaggi? In tre parole: **soddisfazione dei clienti.**

Cosa serve per conquistare i clienti per sempre?

La risposta è più semplice di ciò che sembra. Ecco un suggerimento: i metodi di coinvolgimento, le procedure di assistenza e i sistemi legacy ormai superati non bastano più. Semplifica le interazioni con il servizio clienti su ogni canale. In questo modo avrai clienti più felici, dipendenti soddisfatti e risparmierai denaro.

Può essere complicato identificare se solo migliorare o addirittura sostituire i sistemi desktop del servizio clienti esistenti. La buona notizia è che è possibile ottimizzare le procedure di lavoro senza sostituire il desktop esistente. Abbiamo individuato sei semplici mosse per aiutarti a erogare un servizio clienti di eccellenza e a individuare le procedure per somministrarlo.

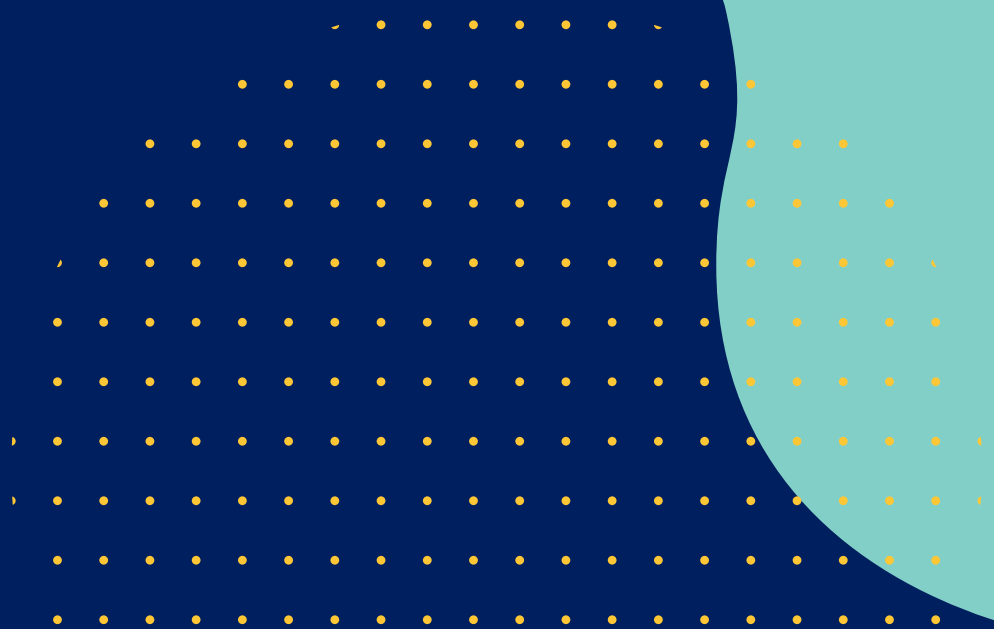
Riduci le tempistiche medie di gestione e il volume di chiamate realizzando al contempo il 289% di ROI per ogni 2.000 operatori. Durante le interazioni con i clienti, guida gli operatori ad offrire una migliore assistenza, più rapidamente. Evita le complessità interne con il Case Management che offre procedure guidate e mostra il contesto per ciascun cliente. Dai una marcia in più ai contact center perché si concentrino nel fornire suggerimenti in tempo reale. Dimentica le attività ripetitive e i dati manuali.

“Ci siamo impegnati per creare una soluzione integrata che soddisfa le esigenze dei clienti e supera le loro aspettative”.

Jim Bush, Vicepresidente esecutivo,
World Service, **American Express**

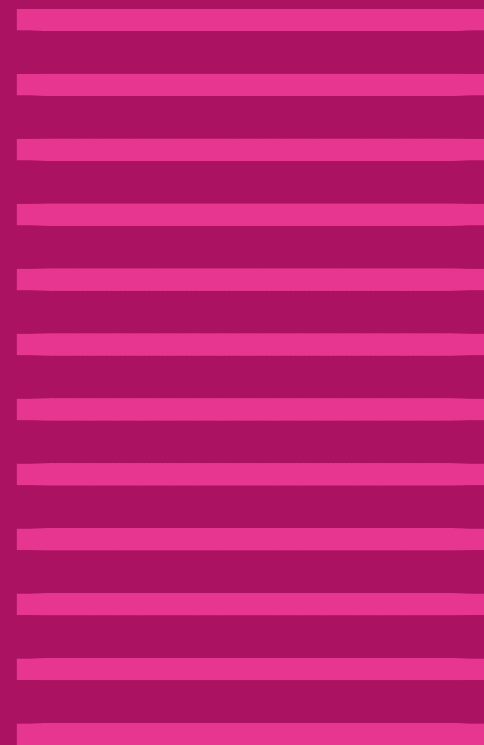


Semplificare l'assistenza in sei mosse



Qualunque sia il ruolo che ricopri nel team di assistenza ai clienti della tua azienda, dalla guida della strategia generale all'erogazione di un servizio di eccellenza dal contact center, sicuramente stai cercando di fare del tuo meglio per svolgerlo in modo rapido, semplice e mettendo il cliente al centro. Diciamo la verità: arrivare a offrire un servizio di assistenza senza intoppi non è facile. Con un numero di canali in costante aumento e le aspettative dei clienti che variano in continuazione, le complicazioni sono dietro l'angolo. Una nuova generazione di tecnologie per il servizio clienti può aiutare il tuo team a ridurre la complessità per i clienti, gli operatori e gli amministratori, in tutti i punti di contatto.

Se cerchi un modo per semplificare le esperienze con l'assistenza, inizia con queste sei mosse.




TREND 1

Adottare una strategia a prescindere dal canale

Il primo passo per semplificare l'assistenza e realizzare la strategia omni-canale è adottare un nuovo approccio. Molte aziende spesso cadono nel tranello di concentrarsi singolarmente su ciascun canale supportato decidendo, ad esempio, di investire in una nuova app mobile o chatbot autonomi per poi integrare tutta la logica e il processo decisionale tramite hard coding nel canale. Ogni volta che sopraggiunge un nuovo canale, occorre apportare modifiche finendo per gestire il codice singolarmente in ciascun canale. Questo genera più complessità per il business.

È qui che entra in gioco una strategia al di sopra dei canali (channel-less). Diversamente dagli approcci incentrati sul singolo canale, questa strategia permette all'azienda di **sviluppare con modalità "center out"**, ovvero mettendo al centro il percorso del cliente e non il singolo canale. Lavorando a partire dai risultati per i clienti, la logica dovrà essere integrata una sola volta e poi attivata in ciascun canale supportato, creando così esperienze coerenti in tutte le interazioni. Questo significa che a prescindere dal canale utilizzato, il cliente riceverà sempre la stessa qualità.



Un approccio che prescinde dal canale (channel-less) permette all'azienda di **sviluppare con modalità "center out"**, ovvero mettendo al centro il percorso del cliente e non il singolo canale.

TREND 2

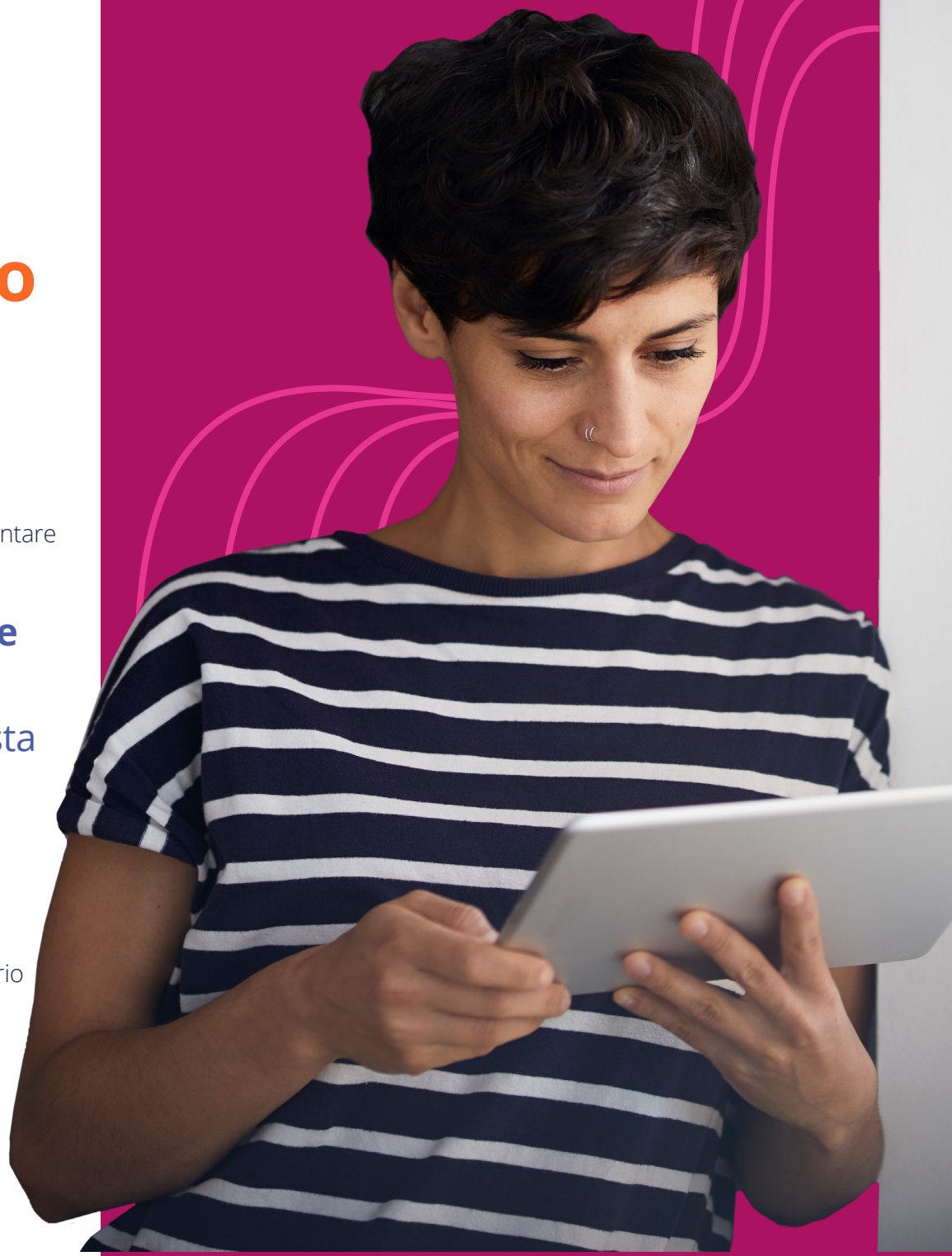
Automatizzare il lavoro vero e proprio e non solo il flusso

Le attività intensive e ripetitive rallentano il team? L'automazione intelligente è un ottimo modo per rimuovere la complessità e aumentare l'efficienza nelle operazioni del servizio clienti.

Il case management multi dimensionale consente di organizzare il lavoro dal momento in cui viene inoltrata una richiesta fino alla sua risoluzione,

definendo ogni passaggio o fase del percorso del cliente con il contesto completo sempre disponibile. Insieme all'automazione robotica dei processi (RPA), presidiata o non presidiata, sarà quindi possibile distribuire bot capaci di svolgere lo stesso lavoro, necessario ma tedioso.

Gli operatori potranno dire addio agli instradamenti da un reparto all'altro e i clienti otterranno soluzioni più velocemente.



TREND 3

Contestualizzare il self-service per un maggiore contenimento

L'aumento repentino delle richieste di assistenza può trasformarsi in un carico eccessivo per il team. Per contenere e ridurre le richieste, occorre risolvere i problemi velocemente, ridurre i costi complessivi, utilizzare strumenti self-service contestualizzati, assicurando esperienze più semplici per clienti e operatori.

Le strategie self-service tradizionali si affidano spesso ad approcci incentrati sui prodotti, che non riescono a contenere e a fornire soluzioni nei momenti di necessità. D'altro canto, il self-service contestualizzato ottimizza tutti i canali per concentrarsi sul percorso specifico di ciascun cliente. Adottando questo approccio, è possibile soddisfare le esigenze dei clienti ovunque si trovino, sempre con un'assistenza di altissimo livello. Che si utilizzi un'app mobile, un assistente virtuale intelligente, un sistema di risposta vocale interattiva (IVR) o un portale web personalizzato, i clienti possono inoltrare, risolvere e accedere ai casi **senza l'ausilio di un operatore**. E con l'aiuto dell'intelligenza artificiale, i canali self-service sono in grado di utilizzare sia dati storici sia in tempo reale, oltre agli eventi più recenti, per meglio comprendere la natura del contatto. Questo riduce le code per gli operatori che avranno più tempo ed energie per dedicarsi alle richieste che solo loro possono risolvere.



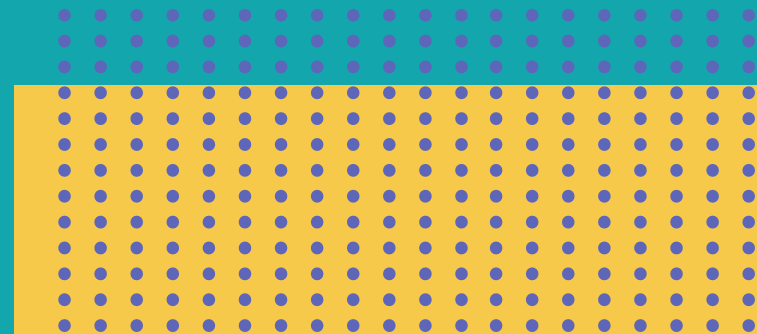
TREND 4

Interrompere definitivamente il ciclo ALT+TAB

Una delle maggiori frustrazioni degli operatori del servizio clienti è il dover passare da una schermata o applicazione all'altra per trovare le informazioni necessarie. Unificando le applicazioni del servizio clienti in un unico desktop, gli operatori potranno accedere alle informazioni necessarie e offrire un servizio di alta qualità. Con una vista consolidata che recupera tutti i dati di sistemi legacy, canali, interazioni e cronologia delle richieste, gli operatori potranno avere velocemente il quadro completo del cliente e tutte le informazioni relative all'interazione attuale.

Ancor meglio, se il servizio prevede l'uso di più canali digitali, un desktop semplificato aiuta gli agenti a gestire simultaneamente più conversazioni da un singolo pannello. In questo modo, ogni agente potrà rispondere a una richiesta su Facebook Messenger, per poi passare facilmente a Twitter e rispondere velocemente a un reclamo via SMS, senza dover mai cambiare applicazione.

Unificando le applicazioni del servizio clienti in un unico desktop, gli operatori potranno accedere alle informazioni necessarie e **offrire un servizio di alta qualità.**



TREND 5

Passare da un sistema informativo a un sistema intelligente

Non è possibile risolvere le complessità dell'assistenza con un ulteriore sistema informativo, che costringe gli operatori a fare ricerche di dati come in un rolodex virtuale, per trovare le informazioni necessarie per aiutare i clienti. Richiederebbe troppo tempo, aumentando le probabilità di perdere dati importanti. Un singolo sistema intelligente consente di semplificare le esperienze e di **eliminare potenziali angoli bui**.

L'intelligenza artificiale, il processo decisionale e il case management permettono agli operatori di accedere a suggerimenti in tempo reale e ad approfondimenti pertinenti al momento giusto. L'intelligenza artificiale comprende automaticamente l'intento e correla i dati delle interazioni per guidare gli operatori durante le conversazioni, aiutandoli a comprendere meglio le esigenze specifiche di ciascun cliente.



TREND 6

Risolvere il problema prima del contatto



Il futuro del servizio clienti è la capacità di anticipare le esigenze degli utenti, ancor prima che si accorgano di averne. Implementare un servizio proattivo e preventivo riduce il carico di responsabilità dei clienti e la propensione complessiva a chiamare l'assistenza. Un servizio proattivo e preventivo si affida a strumenti di intelligenza artificiale, rilevamento delle tendenze e attivatori di eventi per individuare i momenti di necessità in tempo reale o ancor prima che si verifichino.

Ad esempio, prima che un cliente si accorga che il suo saldo bancario è basso, il servizio proattivo permette all'azienda di portare il problema alla sua attenzione e proporre un'offerta, come la protezione dello scoperto. In questo modo si farà un'ottima impressione e si darà al cliente la sensazione che la banca si occupa di lui. Inoltre, con tecniche di contenimento di automazione efficaci, il servizio proattivo e preventivo potrebbe addirittura permettere di risolvere i problemi senza l'intervento umano.

È probabile che tu stia cercando metodi per semplificare l'assistenza già da qualche anno, ritenendo che l'approccio appropriato sia fuori dalla tua portata.

Ora con una nuova generazione di tecnologie per il servizio clienti basate su intelligenza artificiale, automazione e un'architettura Center-out™, puoi semplificare le esperienze di assistenza per clienti, operatori e team IT. Queste sei mosse rappresentano alcuni dei metodi essenziali per affrontare le complessità, dall'implementazione all'erogazione di un servizio di eccellenza.

**Sei pronto per semplificare l'assistenza ai tuoi clienti?
Pega è qui per aiutarti. Scopri di più su pega.com/it.**



Informazioni su Pegasystems

Pega realizza software innovativi che abbattano le complessità del business. Dall'ottimizzazione del valore del ciclo di vita dei clienti alla semplificazione dei servizi fino all'aumento dell'efficienza, Pega aiuta i brand leader del mondo a risolvere i problemi rapidamente e a trasformarsi per il futuro.

I clienti di Pega prendono decisioni migliori per portare a termine il proprio lavoro, grazie all'IA e all'automazione intelligente. E, fin dal 1983, abbiamo implementato la nostra architettura scalabile e la piattaforma low-code per restare al passo i rapidi stravolgimenti. Le nostre soluzioni permettono ai nostri clienti di risparmiare tempo, così i loro dipendenti e i loro clienti finali possono dedicarsi a ciò conta di più.