

La guida per i responsabili dell'assistenza clienti orientata alla conversazione

Scopri in che modo l'assistenza clienti può creare un nuovo percorso per il successo di tutti.



QUESTA È LA DIREZIONE PER
*Assistenza orientata
alla conversazione*

A close-up of a smartwatch on a person's wrist. The watch screen displays a notification from Salesforce with the text: "10:40 AM", "SALESFORCE", "Customer posted a video in the community where can I find the latest training videos?", and "Dismiss".

INTRODUZIONE

I migliori responsabili dell'assistenza clienti conoscono bene l'importanza di ogni canale di comunicazione disponibile, compresi i social network e le applicazioni di messaggistica, che rendono possibili conversazioni articolate con amici e familiari. Tuttavia, sapere come sfruttare i canali di comunicazione personale per creare esperienze di assistenza più personalizzate, in grado di aiutare l'azienda a mantenere relazioni continuative con ogni cliente non è da tutti. Si tratta di un aspetto in grado di fare la differenza per i responsabili che vogliono migliorare l'assistenza clienti. Abbiamo analizzato le aziende più importanti e osservato il modo in cui armonizzano le attività per offrire ai clienti esperienze connesse, intelligenti, personalizzate e immediate. Proseguendo con la lettura, scoprirai otto strategie in grado di aiutarti a orientare l'assistenza clienti verso la conversazione.

1

Interagisci con i clienti conversando in tutte le applicazioni di messaggistica.

Le persone amano inviare messaggi tramite SMS o Facebook Messenger, per via della loro natura totalmente orientata alla conversazione. E non solo. I clienti desiderano intrattenere questo tipo di conversazioni più semplici anche con le aziende. Potresti pensare che la messaggistica sia uno dei tanti canali per l'invio di notifiche ai clienti, ma non è così. Pensa alle aspettative che hai quando invii messaggi agli amici. Cosa succede se dopo un giorno non ti hanno ancora risposto? Di sicuro ti aspetti di ricevere subito una risposta. La conversazione è bidirezionale e l'immediatezza e la pertinenza devono essere garantite per entrambi gli interlocutori da parte del team di assistenza. Assicurati che il personale di assistenza sia in grado di conversare con i clienti in tutte le loro applicazioni di messaggistica preferite. Ma iniziare la conversazione sulle applicazioni di messaggistica è solo la prima parte del processo. È fondamentale assicurarsi che gli operatori siano in grado di interagire con i clienti sulle applicazioni di messaggistica e che dispongano di ogni informazione necessaria per la conversazione: devono. Gli addetti devono avere i dati di vendita e di marketing, la cronologia dei casi e altri dettagli che li aiuteranno a mantenere viva la conversazione. I clienti apprezzeranno molto l'assistenza fornita tramite le loro applicazioni di messaggistica preferite.

“Salesforce ci aiuta a offrire un tipo di servizio che non passa mai di moda, proprio come il design di qualità”.

John Edelman

CEO

Design Within Reach



2

Aumenta la produttività in tutta l'azienda con dati di assistenza intelligenti.

Connettere i dati di assistenza consente a tutti i dipendenti della tua azienda di lavorare in modo più smart. Proprio come il personale di assistenza può sfruttare i dati per gestire meglio le conversazioni con i clienti, gli altri reparti possono utilizzarli per promuovere anch'essi la conversazione con la clientela. Ad esempio, se il personale di assistenza disponesse delle informazioni dettagliate sui clienti, comprese le valutazioni sulla soddisfazione e le informazioni sui casi aperti, saprebbe quando e come interagire con ognuno di loro.

Basando tutte le conversazioni con i clienti su dati di assistenza intelligenti, vedrai lievitare le valutazioni sulla soddisfazione.



3

Fai crescere gli account più importanti con cruscotti che abbracciano vendita e assistenza.

La mancanza di un'effettiva visione di insieme dell'azienda non riguarda solo gli addetti, ma anche i responsabili dell'assistenza. Questo rappresenta un problema reale se hai l'obiettivo di far crescere gli account con le performance migliori nel corso dell'anno. I tuoi responsabili non possono avere un quadro completo delle esigenze dei clienti se non hanno accesso ai dati più importanti e alle informazioni dettagliate di tutta l'azienda. A tale scopo, fai in modo che i responsabili commerciali e dell'assistenza inizino a condividere i report che analizzano i dati relativi a vendita, assistenza, community e prodotti, per aiutarli a individuare gli account più vicini alla crescita o all'abbandono. Puoi creare avvisi e report automatici (basati sulle abitudini dei clienti in termini di assistenza che hai identificato) all'interno di un'unica piattaforma, per riconoscere i clienti dal valore maggiore o nuove opportunità di vendita. Ad esempio, se individui l'opportunità di upselling per un cliente molto importante con tre casi di assistenza aperti, i responsabili possono segnalare l'account e affidarlo al team più adatto a gestirlo.

I team di assistenza dalle performance migliori sono 3,9 volte più propensi a disporre di cruscotti personalizzati per monitorare i KPI e armonizzare le metriche delle performance in tutta l'azienda.

Fonte: [Report "State of Service" redatto da Salesforce](#)

4

Collabora con tutti i team per rispondere alle domande dei clienti.

Un'esperienza cliente con troppi punti di contatto non è sempre uniforme. Spesso, si tratta di esperienze frustranti, ma non devono essere necessariamente così. Per favorire un contatto più uniforme con i clienti, devi coinvolgere tutta l'azienda in un'unica piattaforma interna, in cui chiunque può scambiare i dati e conversare in tempo reale su account, opportunità o record di contatti. L'obiettivo è fare in modo che, quando un cliente invia un messaggio, il team di assistenza abbia le informazioni sull'intera azienda e i relativi record dei clienti a disposizione. Rendendo le informazioni facilmente accessibili e le comunicazioni istantanee, la tua azienda può diventare proattiva, contattando l'IT per i bug più recenti, avvisando i team di vendita circa i nuovi lead potenziali e interagendo con reparti come Operations e Logistica. In questo modo, i problemi vengono risolti più velocemente.

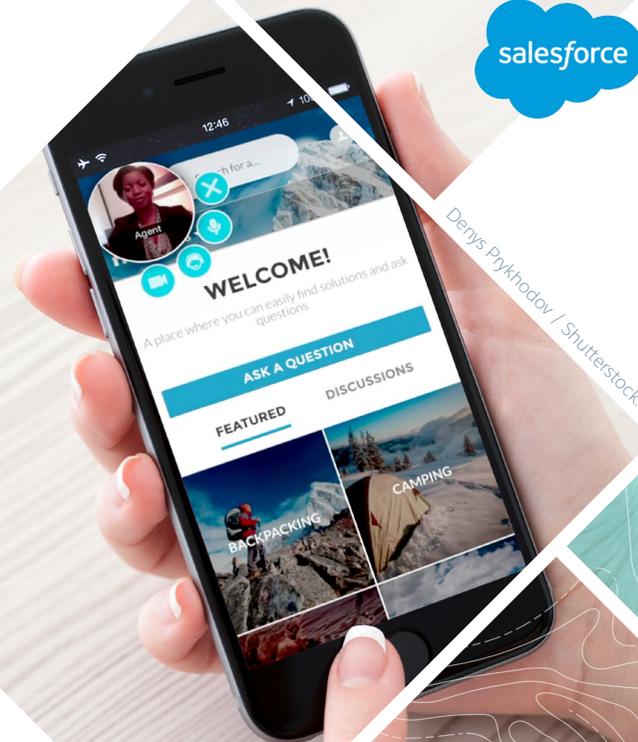
“Salesforce mette in contatto i nostri dipendenti e oltre un miliardo di persone che aiutiamo ogni giorno”.

Larry Jones
CIO
Johnson & Johnson

5

Personalizza l'assistenza clienti con applicazioni mobili e community.

Adesso, quando i clienti hanno bisogno di aiuto, proveranno a contattare la tua azienda tramite Facebook, Twitter, SMS o community self-service. Poiché utilizzano i messaggi mobili e dei social network, si aspettano che tu risponda immediatamente alle loro domande. Per questo motivo è fondamentale personalizzare l'assistenza clienti con applicazioni mobili e community. In questo modo, i clienti che hanno domande da porre o che aprono un caso possono accedere alle funzioni di assistenza incorporate nelle applicazioni mobili e nelle community, fra cui chat in tempo reale, videoconferenze, articoli della Knowledge Base o forum della community. I clienti desiderano ottenere subito l'assistenza richiesta, con un solo tocco. Le interazioni con i clienti vengono archiviate in Salesforce, così anche loro possono visualizzare tutti i dettagli del caso. Inoltre, i clienti possono ricevere notifiche o avvisi sullo stato corrente della richiesta di assistenza.



salesforce

Denys Pykhodov / Shutterstock.com

Il 56%

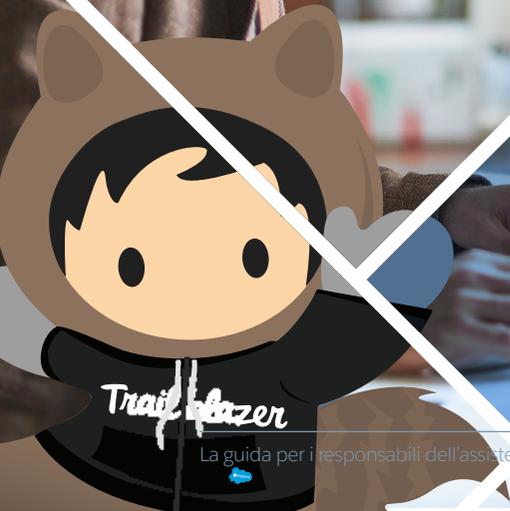
dei responsabili dell'assistenza intervistati afferma di fornire già o di aver pianificato di fornire assistenza tramite applicazioni mobili per i clienti entro i prossimi due anni.

Fonte: 1900 responsabili dell'assistenza intervistati da Salesforce per il [report "State of Service"](#)

6

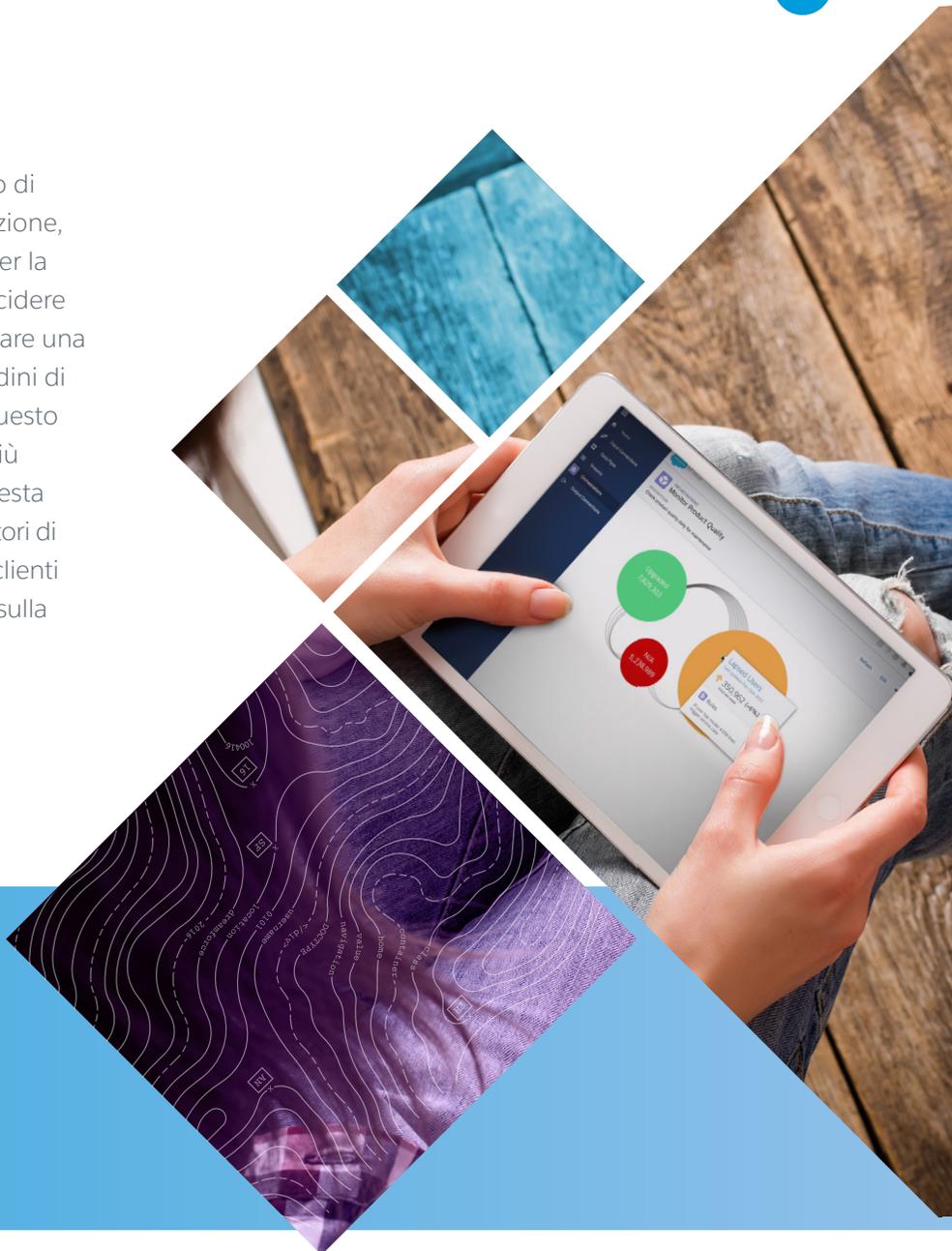
Aiuta i clienti a essere autonomi.

Sai cosa amano i clienti ancora di più di comunicazioni istantanee con il personale di assistenza? Poter risolvere i problemi in autonomia. Secondo [Forrester](#), il 72% dei clienti preferisce risolvere i problemi in modo autonomo, anziché contattare il personale di assistenza tramite telefono o e-mail. Prendi in considerazione la creazione di community per mettere in contatto i clienti fra loro o con collegamenti agli articoli della Knowledge Base. Puoi comunque fare in modo che i casi vengano registrati automaticamente dalle attività all'interno della community, così se i clienti segnalano i problemi al personale di assistenza, questo può accedere a tutte le informazioni necessarie per risolvere i problemi in tempi brevi.



7 Riunisci tutti i dati sui clienti per ottimizzare le interazioni.

Abbiamo già riscontrato come i team di assistenza dispongano di dati sui clienti memorizzati in diversi sistemi di vecchia generazione, con il conseguente aumento del carico di lavoro e dei tempi per la risoluzione dei problemi segnalati dai clienti. Tuttavia, puoi decidere di connettere le fonti di dati esterne in modo semplice per creare una visione di insieme di tutti i dati dei clienti, fra cui inventario, ordini di acquisto, utilizzo dei prodotti e cronologia dell'assistenza. In questo modo, il personale di assistenza può estrarre le informazioni più pertinenti nel momento giusto dalla console di assistenza. Questa facilità di accesso ai dati e ai profili dei clienti consente agli operatori di lavorare in modo proattivo. Ad esempio, possono individuare i clienti indicati come VIP e analizzare l'inventario per segnalare i ritardi sulla consegna dei prodotti e avvisarli in anticipo.



“Salesforce ci aiuta a entrare in contatto con i clienti e a collaborare con i dipendenti in tempo reale”.

Mark Moseley
Vice Presidente IT
Rosetta Stone

8

Accelera le operazioni di vendita e assistenza con processi di gestione clienti connessi fra loro.

Crea un unico flusso di lavoro per consentire ai team interni, fra cui Finance, IT, Marketing o Operations, di supportare al meglio l'assistenza in ogni interazione con i clienti. Puoi raggiungere un maggiore livello di efficacia se crei applicazioni per i dipendenti e flussi di lavoro automatizzati e personalizzati in base alle tue esigenze in termini di assistenza. Puoi anche offrire ai dipendenti la stessa esperienza di qualità offerta ai clienti, creando un processo interno per casi o ticket. Quando gli operatori richiedono assistenza, possono registrare ticket interni direttamente nella loro console e richiedere aiuto alle aree Prodotto, IT, Marketing o Finance. Se l'assistenza viene connessa in modo più efficace ai team di supporto, gli operatori possono rispondere più velocemente a ogni esigenza dei clienti.

“Utilizziamo Salesforce per interagire con i nostri team in un modo completamente nuovo”.

David Kallery

Presidente
Inspirato

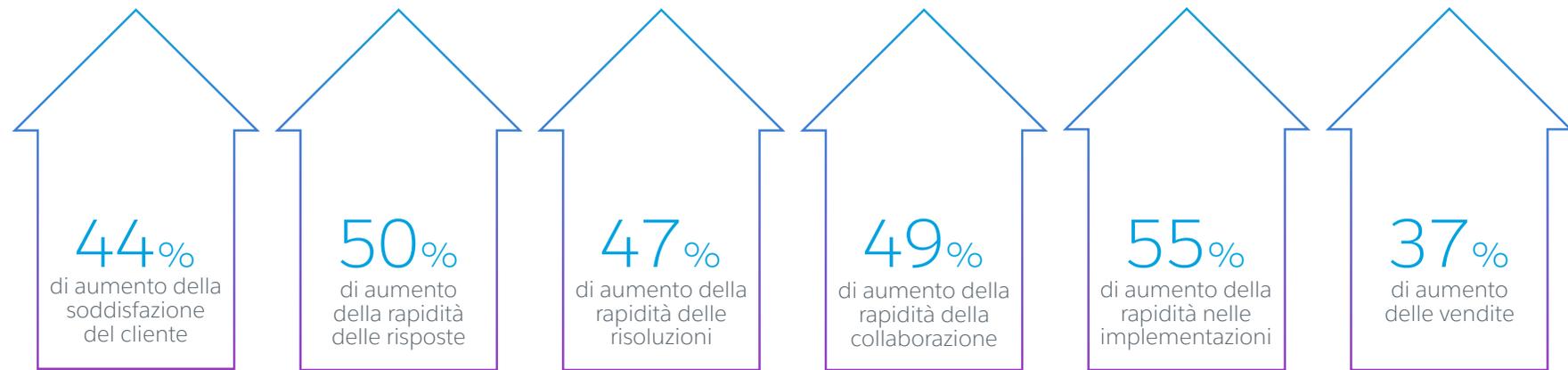


Ora è il momento di iniziare.

Abbiamo fondato queste otto strategie sui commenti ricevuti da alcune delle aziende che gestiscono le interazioni con i clienti in modo proattivo e con le migliori performance. Questo nuovo tipo di conversazione con i clienti implica interazioni molto più approfondite con ogni singolo cliente. Tuttavia, per consentire al tuo team di sostenere queste nuove e autentiche conversazioni bidirezionali, occorre una piattaforma completa. È qui che entra in gioco Salesforce per il Service. Ora puoi interagire con i clienti, rendere gli operatori più efficienti, connettere l'assistenza con un sistema CRM completo e adattarti in modo più rapido, per mettere in contatto la tua azienda con i clienti in un modo completamente nuovo.

Entra in contatto
con i clienti in
un modo del
tutto nuovo.

I clienti che utilizzano **Salesforce per il Service** stanno registrando risultati incredibili:



Fonte: Indagine "Voice of the Customer" condotta da Salesforce nel 2015

[Contattaci per maggiori informazioni su Salesforce per il Service.](#)



salesforce

THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM

SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS IoT



Le informazioni contenute nel presente eBook sono fornite esclusivamente per la praticità dei clienti e a solo scopo illustrativo. La pubblicazione da parte di salesforce.com non costituisce alcuna garanzia da parte della stessa. Salesforce.com non garantisce la precisione né la completezza di informazioni, testo, immagini, link o altri contenuti del presente eBook. Salesforce.com non garantisce che i consigli contenuti nel presente eBook conducano al raggiungimento di risultati specifici. Potrebbe essere consigliabile consultare il proprio avvocato, professionista contabile, architetto, consulente aziendale o tecnico professionista per ricevere consulenza specifica in merito al proprio caso.

© 2016 salesforce.com, inc. Tutti i diritti riservati.