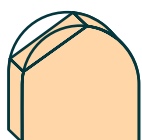


Settore manifatturiero

L'industria manifatturiera ha vissuto una grande volatilità nel 2020, poiché la corsa all'acquisto di beni di consumo essenziali ha causato cambiamenti e tensioni a livello produttivo e logistico.



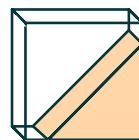
Nell'ambito della terza edizione del report annuale Zendesk sulle Tendenze dell'esperienza clienti, è emerso che le aziende manifatturiere hanno adottato misure importanti:



il 93%
ha implementato nuovi strumenti o processi



il 46%
gestisce staff da remoto



il 35%
ha dovuto effettuare licenziamenti

Nel frattempo, il coinvolgimento dei clienti è aumentato. Le aziende manifatturiere hanno registrato un aumento del volume del 28%, un livello record che rende ancora più complicato tenere il passo con le mutevoli esigenze dei clienti. Non sorprende dunque che il 79% degli agenti abbia riferito di sentirsi sopraffatto.

Soddisfare le aspettative dei clienti in questo periodo così particolare è difficile. Il report di quest'anno rivela cinque tendenze che stanno aiutando i leader nell'esperienza clienti (CX) a fissare standard elevati.

TENDENZA 01

L'esperienza clienti fa la differenza

Quest'anno, l'esperienza clienti si è spostata principalmente online. L'importanza di creare interazioni significative con i clienti è rimasta invariata, e questo sebbene le possibilità di comunicare di persona siano diminuite.



il 67%
delle aziende manifatturiere afferma di attribuire all'esperienza clienti maggiore importanza rispetto a un anno fa.

Nel mondo online, ciò significa offrire un'esperienza clienti coerente, personalizzata e sicura su più canali.

Le aziende manifatturiere con i clienti più soddisfatti sono 2,4 volte più propense a investire nell'assistenza omnicanale.

TENDENZA 02

Nell'era delle conversazioni

Per creare un'esperienza clienti positiva è necessario incontrare i clienti, ovunque essi siano. Ma le loro abitudini stanno cambiando, e il 64% afferma di aver provato nuovi canali nel 2020. La maggior parte delle aziende manifatturiere sta dunque provando a tenere il passo, e il 78% afferma di aver cercato nuovi modi per coinvolgere i clienti.

Nel 2021, ciò significa utilizzare i canali di messaggistica. Le aziende manifatturiere hanno registrato un aumento del 162% nelle richieste di assistenza mediante SMS/messaggi di testo durante la pandemia, e il 21% delle aziende che ha aggiunto un nuovo canale ha puntato proprio su SMS/messaggi di testo. Le app di messaggistica social hanno riscontrato un successo analogo, ma un maggior numero di aziende (il 36%) ha preferito aggiungere funzioni di messaggistica integrandole nel sito web o nelle app aziendali. Una scelta che si dimostra vincente.

Le aziende manifatturiere con i migliori risultati nell'esperienza clienti sono 1,4 volte più propense a interagire con i clienti tramite messaggi istantanei.

TENDENZA 03

L'importanza dell'agilità

L'abilità di adattarsi rapidamente è sempre stata un competenza chiave per le aziende, ma il 2020 ha alzato la posta in gioco.



Il 60%

delle aziende manifatturiere sta cercando di migliorare l'agilità

usando agenti cosiddetti "misti" o "blended", l'AI e strumenti di gestione dei workflow.

Quelle con i tempi di soluzione più rapidi sono 2,1 volte più propense a utilizzare strumenti di gestione dei workflow.

TENDENZA 05

Il punto di svolta per il digitale

Con l'adozione accelerata delle tecnologie digitali, per le aziende manifatturiere si sono delineate due prospettive di budget:

nel 2020, il 44% ha beneficiato di aumenti del budget per l'esperienza clienti, mentre il 33% ha subito diminuzioni.

TENDENZA 04

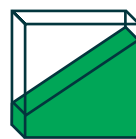
Il futuro del lavoro è già qui

Nel 2020, il nostro modo di lavorare è cambiato per sempre. Tra le aziende manifatturiere, il 63% ha annunciato l'implementazione formale di piani di telelavoro. Il 68% degli agenti è soddisfatto delle risorse a propria disposizione, ma oltre il 40% dei responsabili dell'esperienza clienti non è certo di possedere gli strumenti giusti per misurare il successo dei team.

Fortunatamente, il 75% afferma di essere in grado di collaborare con sviluppatori al fine di personalizzare le soluzioni di assistenza e aiutare i team a lavorare in modo più smart.

Le aziende manifatturiere che vantano i tempi di soluzione più rapidi e i punteggi sulla soddisfazione più alti sono 1,4 volte più propense a utilizzare strumenti per sviluppatori.

Il 2021 sembra più incoraggiante.



Il 54%

delle aziende manifatturiere prevede che avrà a disposizione budget più ingenti da investire in tecnologie per l'esperienza clienti.

Per ottenere un quadro più ampio dello stato dell'esperienza clienti nel 2021, [leggi il report completo sulle Tendenze dell'esperienza clienti.](#)