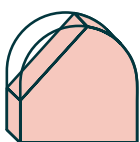


Vendita al dettaglio

I dettaglianti hanno vissuto una grande volatilità quest'anno, resa evidente dai repentini cambiamenti nelle abitudini d'acquisto, nelle modalità di lavoro dei dipendenti e, infine, nel modo di fare business.

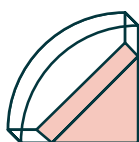


Nell'ambito della terza edizione del report annuale Zendesk sulle Tendenze dell'esperienza clienti, è emerso che i dettaglianti hanno adottato misure importanti:



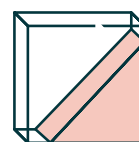
l'84%

ha implementato nuovi strumenti o processi



il 44%

gestisce staff da remoto



il 37%

ha dovuto effettuare licenziamenti

Le sfide da gestire contemporaneamente sono molte. E nel frattempo, per i dettaglianti il coinvolgimento dei clienti è aumentato del 38%, un valore superiore a quello registrato da qualsiasi altra categoria intervistata. Non sorprende dunque che il 68% 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 e i dettaglianti si sono impegnati per facilitare servizi di ritiro senza contatto, semplificare i processi di reso e non solo. L'importanza di creare interazioni significative con i clienti è rimasta invariata, e questo sebbene le possibilità di comunicare di persona siano diminuite.



Il 69%

dei dettaglianti afferma di considerare l'esperienza clienti più importante rispetto a un anno fa.

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

I dettaglianti con i clienti più soddisfatti sono 2,3 volte più propensi 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 dei dettaglianti sta dunque provando a tenere il passo, e il 74% afferma di aver cercato nuovi modi per coinvolgere i clienti. Sostanzialmente, i clienti sono approdati ai canali di messaggistica.

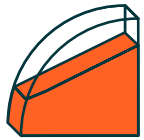
I dettaglianti hanno registrato un aumento del 24% nelle richieste di assistenza mediante WhatsApp, e il 37% di coloro che hanno aggiunto un nuovo canale ha puntato sulla messaggistica social. E coinvolgere i clienti in questo modo dà i suoi frutti.

I dettaglianti con i migliori risultati nell'esperienza clienti sono 1,4 volte più propensi 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 65%

dei dettaglianti sta cercando di migliorare l'agilità.

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

I dettaglianti con le migliori metriche sulle performance sono 1,8 volte più propensi a utilizzare strumenti di gestione dei workflow.

TENDENZA 05

Il punto di svolta per il digitale

Il passaggio al digitale era atteso da lungo tempo, ma quest'anno ha assunto un'importanza tale da subire un'accelerazione. I dettaglianti che avevano programmato una transizione graduale sono ora costretti a fare i conti con l'urgenza di velocizzare il processo. Ma sono pochi quelli che possono farsi carico degli investimenti necessari.

Il 33% ha subito diminuzioni del budget per l'esperienza clienti nel 2020, mentre solo il 32% ha beneficiato di aumenti.

TENDENZA 04

Il futuro del lavoro è già qui

I dettaglianti stanno adeguando il modo di lavorare dei propri team di assistenza, e il 46% ha annunciato l'implementazione formale di piani di telelavoro per gli agenti. Tuttavia, solo il 47% degli agenti ritiene di possedere gli strumenti giusti, e il 51% dei responsabili dell'esperienza clienti attualmente non dispone dei mezzi per misurare il successo.

Fortunatamente, il 58% dei team dell'assistenza presso le società al dettaglio afferma di essere in grado di collaborare con sviluppatori al fine di personalizzare le soluzioni di assistenza e lavorare in modo più smart.

Non è un caso che i dettaglianti con i tempi di soluzione più rapidi e i punteggi sulla soddisfazione più alti siano 1,5 volte più propensi a utilizzare strumenti per sviluppatori.

Il 2021 sembra più promettente.



Il 50%

prevede che avrà a disposizione budget più ingenti da investire in tecnologie per l'esperienza clienti nel 2021.

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