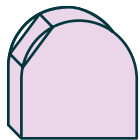


Tecnologia

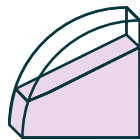
Nel 2020, le aziende di tecnologia hanno vissuto grandi cambiamenti. Praticamente da un giorno all'altro, la pandemia ha innescato grandi trasformazioni nelle modalità di utilizzo della tecnologia, nella gestione delle aziende tecnologiche e nel modo in cui i clienti interagiscono con i brand.



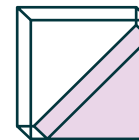
Nell'ambito della terza edizione del report annuale Zendesk sulle Tendenze dell'esperienza clienti, è emerso che le aziende di tecnologia hanno rivoluzionato il proprio modo di lavorare:



il 95%
ha implementato nuovi
strumenti o processi



il 67%
gestisce staff
da remoto



il 44%
ha dovuto effettuare
licenziamenti

I problemi da risolvere sono tanti e richiedono un approccio tempestivo. Oltre a gestire tutto questo, le aziende di tecnologia devono anche far fronte a un aumento del volume dei ticket di assistenza pari al 17%. Non sorprende dunque che il 72% 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 i call center si sono "disgregati" e gli agenti dell'assistenza si sono organizzati per lavorare da casa, per cui l'esperienza clienti è passata principalmente online. La necessità di creare interazioni significative è rimasta invariata, e questo sebbene le possibilità di comunicare di persona siano diminuite.



il 54%
delle aziende di tecnologia 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.

Le aziende di tecnologia con i clienti più soddisfatti sono 2,7 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 sono in evoluzione, e il 64% afferma di aver provato nuovi canali. La grande maggioranza delle aziende di tecnologia è attenta a questi cambiamenti, e l'83% afferma di aver cercato nuovi modi per coinvolgere i clienti.

Nel 2021, ciò significa utilizzare i canali di messaggistica. Le richieste di assistenza mediante SMS/messaggi di testo sono aumentate del 35%. In questo contesto, più di un terzo delle aziende di tecnologia che quest'anno hanno aggiunto un nuovo canale ha puntato su messaggi di testo o app di messaggistica social come WhatsApp. E questa scelta si è rivelata vincente.

Le aziende di tecnologia con i migliori risultati nell'esperienza clienti sono 1,5 volte più propense a utilizzare canali di messaggistica.

TENDENZA 03

L'importanza dell'agilità

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



Il 47%

delle aziende di tecnologia sta cercando di migliorare l'agilità

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

Quelle con i tempi di soluzione più rapidi sono 1,5 volte più propense a utilizzare strumenti di gestione dei workflow.

TENDENZA 05

Il punto di svolta per il digitale

Da un giorno all'altro, le aziende di tecnologia hanno dovuto compiere notevoli balzi avanti nel loro percorso di digitalizzazione. Eppure, visto il particolare contesto economico, non tutte dispongono del budget da investire negli strumenti digitali di cui hanno bisogno.

Il 39% ha beneficiato di aumenti del budget per l'esperienza clienti nel 2020, mentre il 39% ha subito diminuzioni.

TENDENZA 04

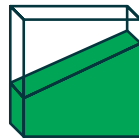
Il futuro del lavoro è già qui

Più persone che mai stanno lavorando da remoto, e la maggioranza delle aziende di tecnologia segue questa tendenza. Il 74% ha annunciato l'implementazione formale di piani di telelavoro. L'80% degli agenti si sente ben equipaggiato per lavorare da remoto, e il 62% dei responsabili dell'esperienza clienti afferma di poter misurare il successo con gli strumenti attualmente a disposizione.

In più, il 71% 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.

Non è un caso che i "top performer" sul fronte dell'esperienza clienti siano 1,5 volte più propensi ad avvalersi di sviluppatori.

Ma c'è speranza.



Il 58%

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.](#)