

Strategie essenziali per la gestione del Contact Center



Guida di avviamento



TEMPO DI LETTURA: UNDICI MINUTI

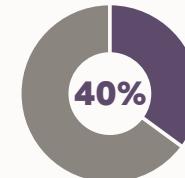


Prepara i tuoi agenti e i tuoi clienti al successo

Fornire un servizio clienti eccezionale non è facile. Hai bisogno di agenti felici, informazioni di dettaglio significative sui clienti e tecnologia innovativa. Tutto ciò richiede una gestione agile del Contact Center che si evolve con il tuo business.

Negli ultimi anni abbiamo assistito a grandi cambiamenti nel servizio clienti. Le innovazioni tecnologiche rapide spingono le aziende a lottare per tenere il passo. E le aspettative dei clienti stanno cambiando altrettanto velocemente: la Generazione Z preferisce messaggi di testo alla conversazione; i consumatori apprezzano l'autenticità rispetto ai copioni pre-scritti e solo con una sola cattiva esperienza nel supporto a un cliente potresti correre il rischio di perderlo.

Le potenziali implicazioni finanziarie sono notevoli. **Profitti:** se riesci a configurare il tuo Contact Center per il successo, puoi proteggere e persino aumentare le tue entrate.



Una gestione efficace del Contact Center può portare a un livello di soddisfazione dei dipendenti e dei clienti superiore del 40%.¹

Questa guida ti aiuterà a sviluppare un piano di gestione del Contact Center che offre un'esperienza più soddisfacente sia per i tuoi clienti che per i tuoi agenti, trasformandolo al tempo stesso da un centro di costo a un motore che genera entrate.



Contenuti

Gestione del Contact Center, definita	3
Costruire le fondamenta	5
Cinque passaggi per iniziare con la gestione del Contact Center	6
Vantaggi di una gestione efficace del Contact Center	8
Ottimizza la gestione del Contact Center con Oracle	9

Gestione del Contact Center

In che modo le aziende gestiscono le operazioni quotidiane dei Contact Center, inclusi il supporto tecnico, il servizio clienti e l'assistenza commerciale? E quali sono le loro strategie per aiutare i clienti su più canali come voce, e-mail, chat, video e social media? In questo consiste la gestione del Contact Center.

Sia che tu serva principalmente consumatori o aziende, una gestione efficace del Call Center può aiutarti a:

- **Offrire un servizio personalizzato** su qualsiasi canale, lungo tutta la relazione col cliente
- **Automatizzare i processi che richiedono tempo** per liberare gli agenti in modo che possano concentrarsi su impegni di alto valore
- **Aumentare la produttività degli agenti** e la fidelizzazione con strumenti che consentono loro di costruire relazioni di fiducia con i clienti
- **Ridurre i tempi di formazione dei nuovi assunti** e i costi di avvio
- **Migliorare i tassi di risoluzione al primo tentativo**, la coerenza delle risoluzioni e la soddisfazione dei clienti
- **Ridurre i costi di servizio** con una maggiore produttività e fidelizzazione degli agenti
- **Collaborare in modo efficace** tra le organizzazioni di front e back-office per un servizio clienti di qualità superiore e creare maggiori opportunità di upsell e cross-sell
- **Generare più entrate** e differenziare il proprio marchio dai concorrenti



Gestione del Contact Center

Senza una gestione efficace del Call Center, è più probabile che si verifichino le seguenti situazioni:



Clienti frustrati che hanno difficoltà a ottenere aiuto, che hanno bisogno di ripetere le proprie informazioni a diversi agenti e che ricevono informazioni errate



Elevato turnover degli agenti a causa di sistemi obsoleti e disconnessi, punteggi di soddisfazione non realistici e conoscenza istituzionale incoerente



Costi elevati a causa di nuove assunzioni e formazione



Dati e sistemi differenti che forniscono diversi punti di vista dei clienti e ostacolano la collaborazione interna



Costruire le fondamenta

Sviluppare strategie per migliorare il tuo Contact Center può sembrare un compito arduo. Ma se ti concentri su queste cinque aree, sarai sulla buona strada per fornire un'esperienza migliore ai clienti.

1. Preferenze dei clienti

I tuoi clienti preferiscono interagire digitalmente o al telefono? Sono a loro agio con messaggi di testo o video? Possono accedere facilmente a questi diversi canali e dispositivi? Domande come queste ti aiuteranno a capire meglio i tuoi clienti e a pensare a quali modifiche potresti dover apportare.

Se vendi ad aziende che devono rispettare le normative sulla privacy dei dati, anche il tuo Contact Center dovrà essere ideato nel rispetto di questi requisiti.

2. Obiettivi aziendali (a breve e lungo termine)

Ogni organizzazione di servizio ha obiettivi diversi. Ad alcune è stato chiesto di trasformare il servizio clienti in un generatore di entrate vendendo prodotti aggiuntivi. Altre devono migliorare l'efficienza operativa in modo che siano necessari meno agenti. O forse c'è un focus sull'automazione di più aspetti del servizio clienti per ridurre i costi del personale e finanziare l'innovazione.

Quando inizi a sviluppare il tuo piano, considera le tue iniziative e se è probabile che rimangano le stesse o cambino nel tempo.

3. Strategia di crescita dell'azienda

Se prevedi di espanderti a livello globale, i dipendenti e i sistemi del tuo Contact Center potrebbero aver bisogno di modifiche. Ad esempio, potrebbe essere necessario assumere agenti che parlano lingue specifiche o modificare i processi per conformarsi alle leggi regionali sull'acquisizione dei dati e sulla privacy. Se stai lanciando nuovi prodotti e servizi, i tuoi agenti avranno bisogno di formazione su di essi. E se ci sono fusioni o acquisizioni all'orizzonte, è essenziale pensare alle sfide tecnologiche, operative e delle risorse umane legate alla combinazione delle operazioni dei Contact Center.

4. Assunzione e gestione dei talenti

I tuoi agenti sono il volto pubblico della tua azienda, ma è difficile trovare un buon supporto e, in genere, è anche

costoso. Ogni volta che perdi un agente, il costo per il tuo Contact Center va da \$35.000 a \$105.000.³ Qual è la filosofia di gestione delle assunzioni e dei talenti della tua azienda? Una forza lavoro remota è efficace o hai bisogno di un luogo fisico per i dipendenti del Contact Center? Indipendentemente dal fatto che i tuoi dipendenti siano remoti, in sede o parte remoti e parte in sede, considera come puoi migliorare l'avviamento, la formazione e la gestione dei tuoi dipendenti.

5. Innovazione

Esistono molte opportunità per ottimizzare le operazioni del Contact Center attraverso l'automazione, dalle semplici richieste di assistenza ai flussi di lavoro complessi. Considera come potresti utilizzare l'innovazione per migliorare l'esperienza di clienti e agenti. Queste innovazioni funzioneranno con la tua strategia evolutiva IT e c'è supporto per gli investimenti e la sperimentazione con le tecnologie emergenti? I tuoi agenti dovranno essere preparati ad adottare questo tipo di modifiche e ricevere tutta la formazione necessaria.



Cinque passaggi per iniziare con la gestione del Contact Center

01

Stabilisci i punti di attrito

Collabora con i tuoi agenti e il reparto di gestione delle criticità per scoprire i punti principali che generano frustrazione in clienti e agenti. I tuoi agenti trascorrono tempo prezioso in attività ripetitive che potrebbero essere automatizzate? Ai clienti vengono offerti contenuti di auto-aiuto che non risolvono i loro problemi? Analizza il percorso di agenti e clienti per identificare opportunità di automazione, ottimizzazione e miglioramenti.

02

Identifica i canali preferiti dai tuoi clienti

Il successo del Contact Center dipende dalla soddisfazione del cliente. In che modo i tuoi clienti preferiscono interagire? Guarda le metriche per vedere quali canali vengono utilizzati di più ed esamina il feedback dei clienti per scoprire le maggiori aree di attrito e frustrazione. Una volta comprese le preferenze dei tuoi clienti, hai un piano in atto per impegnarti su quei canali? Ad esempio, se la maggior parte dei tuoi clienti preferisce la chat mobile, offre questa opzione? Scopri se i tuoi clienti utilizzano nuovi canali che potresti voler aggiungere. Prendi in considerazione la possibilità di incontrare l'IT, i responsabili del servizio clienti e gli agenti con le migliori prestazioni per identificare le lacune tecnologiche, le soluzioni potenziali e i modi per misurare il successo.

03

Valuta e investi nelle tue soluzioni tecnologiche

Scopri se il tuo team di supporto clienti dispone delle applicazioni e degli strumenti di comunicazione di cui ha bisogno. Una volta identificate le lacune, coinvolgi alcuni dei tuoi agenti con le performance migliori nel processo di valutazione e selezione di nuove app. Più sono coinvolti nel processo, più si sentiranno apprezzati e parte del successo del team.

E tieni presente che i nuovi agenti che entrano a far parte dell'azienda subito dopo la loro istruzione si aspetteranno di utilizzare le app più recenti. In effetti, il 16% dei dipendenti della Generazione Z e dei Millennial si è licenziato perché il datore di lavoro non è riuscito a fornire loro la tecnologia adeguata per svolgere il proprio lavoro.⁴



04 **Crea il tuo piano di innovazione**

Come puoi trasformare il tuo Contact Center da buono a ottimo? Il tuo gruppo IT può aiutarti a esplorare le ultime innovazioni nell'automazione e nell'analisi dei dati. Implementa funzionalità come la condivisione dello schermo, la video chat, gli strumenti di collaborazione interna (come Slack) e l'assistenza guidata per le azioni consigliate degli agenti e così via.

Ma non limitare la tua innovazione alla sola tecnologia. Un nuovo approccio alle persone e ai processi può anche migliorare il tuo Contact Center. Collabora con il tuo team delle risorse umane per ottenere consigli per l'assunzione e la formazione degli agenti. Pensa a nuovi modi per utilizzare il tuo attuale CRM. Crea programmi bonus che motivino i tuoi agenti con ricompense significative per loro.

05 **Stabilisci obiettivi misurabili per ora e per il futuro**

Stabilisci gli obiettivi a breve e lungo termine che affrontano le attuali sfide del Contact Center, nonché le tendenze della tecnologia dei servizi che emergeranno nei prossimi cinque anni. Questi possono includere:

- Migliorare i punteggi di customer satisfaction (CSAT)
- Accelerare i tempi di risoluzione
- Migliorare i tassi di risoluzione della prima chiamata
- Ridurre il volume delle chiamate del Contact Center
- Diminuire il numero di escalation
- Ridurre i tempi di avvio degli agenti
- Migliorare la produttività degli agenti
- Migliorare le valutazioni delle esperienze dei dipendenti



Vantaggi di una gestione efficace del Contact Center

Un'ottima gestione del Contact Center è fondamentale per la soddisfazione degli agenti e dei clienti. Supporta anche la crescita della tua attività e del tuo marchio in generale.



1. Aiuta i tuoi agenti a fare di più

Lasciati alle spalle i giorni di navigazione su più schermi e sistemi. Una piattaforma a interfaccia singola richiede meno formazione e aiuta gli agenti a risolvere rapidamente i problemi, senza essere sovraccaricati dai clienti che attendono in coda.



2. Dimostra ai tuoi agenti che li apprezzi

Il Contact Center medio ha un tasso di turnover che va dal 30 al 45%.⁵ Supera queste probabilità riconoscendo prestazioni elevate, offrendo opportunità di sviluppo di carriera e delineando un chiaro percorso di crescita. Metti in atto misure e offerte di formazione per consentire ai tuoi agenti di lavorare in modo più flessibile, quando e dove funziona per loro.



3. Ottieni una visione completa del tuo cliente

Quando il tuo sistema di assistenza clienti è integrato con i sistemi di marketing e vendita rivolti ai clienti, nonché con i sistemi finanziari e della supply chain sul back-end (inclusi fatturazione, gestione degli ordini, inventario e spedizione), i tuoi agenti hanno a disposizione i dati di cui hanno bisogno per fornire il servizio più accurato.



4. Soddisfa le aspettative dei clienti

Il tuo Contact Center deve fornire la piattaforma per un'esperienza cliente eccezionale. La maggior parte dei consumatori, il 61%, afferma di aver interrotto le transazioni con un'azienda dopo un'esperienza di servizio scadente.² Ecco perché è fondamentale che i tuoi clienti ricevano un servizio coerente, accurato e senza interruzioni su tutti i canali.



5. Espandi la tua definizione del servizio clienti

I Contact Center non devono essere solo centri di costo. Attraverso l'integrazione con altri sistemi e la collaborazione con altre unità aziendali, i tuoi agenti possono aiutarti nell'upsell e nel cross-sell. Vuoi migliorare i tuoi prodotti e servizi? Chiedi agli agenti di richiedere un feedback. Quando i clienti si sentono ascoltati, si sentono più fidelizzati e con maggiori probabilità consiglieranno la tua azienda ad altri.



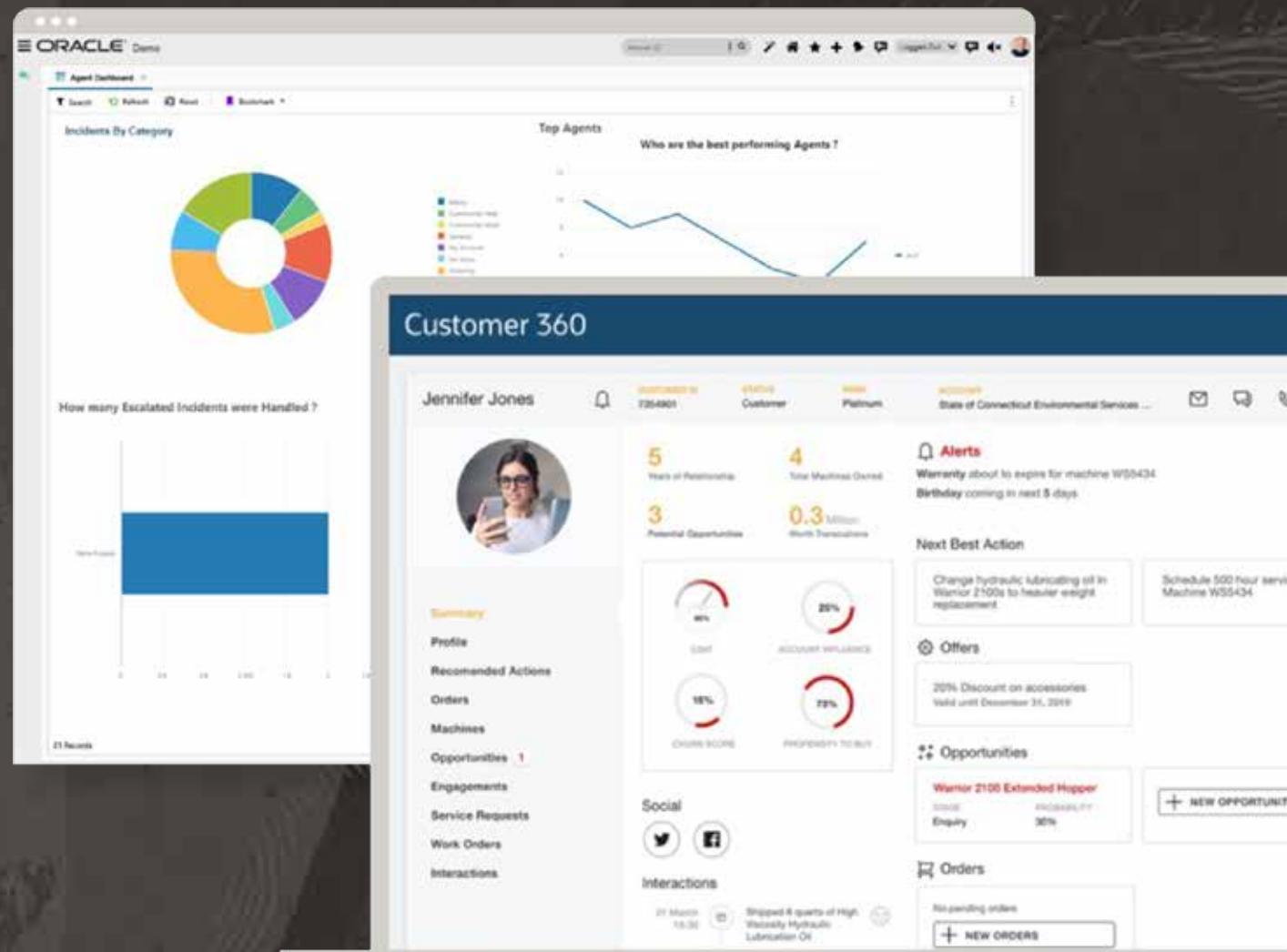
Il 90% dei clienti vede più favorevolmente i marchi che danno loro l'opportunità di fornire feedback.²



Ottimizza la gestione del Contact Center con Oracle

Promuovi la produttività e un servizio eccezionale. Con Oracle Service Center, i tuoi agenti hanno bisogno di un'unica interfaccia per accedere alle informazioni critiche e gestire le interazioni tra i canali.

Scopri come il tuo team può risolvere i problemi più velocemente e rendere i clienti più felici.



Per il creatore di esperienze in continua evoluzione

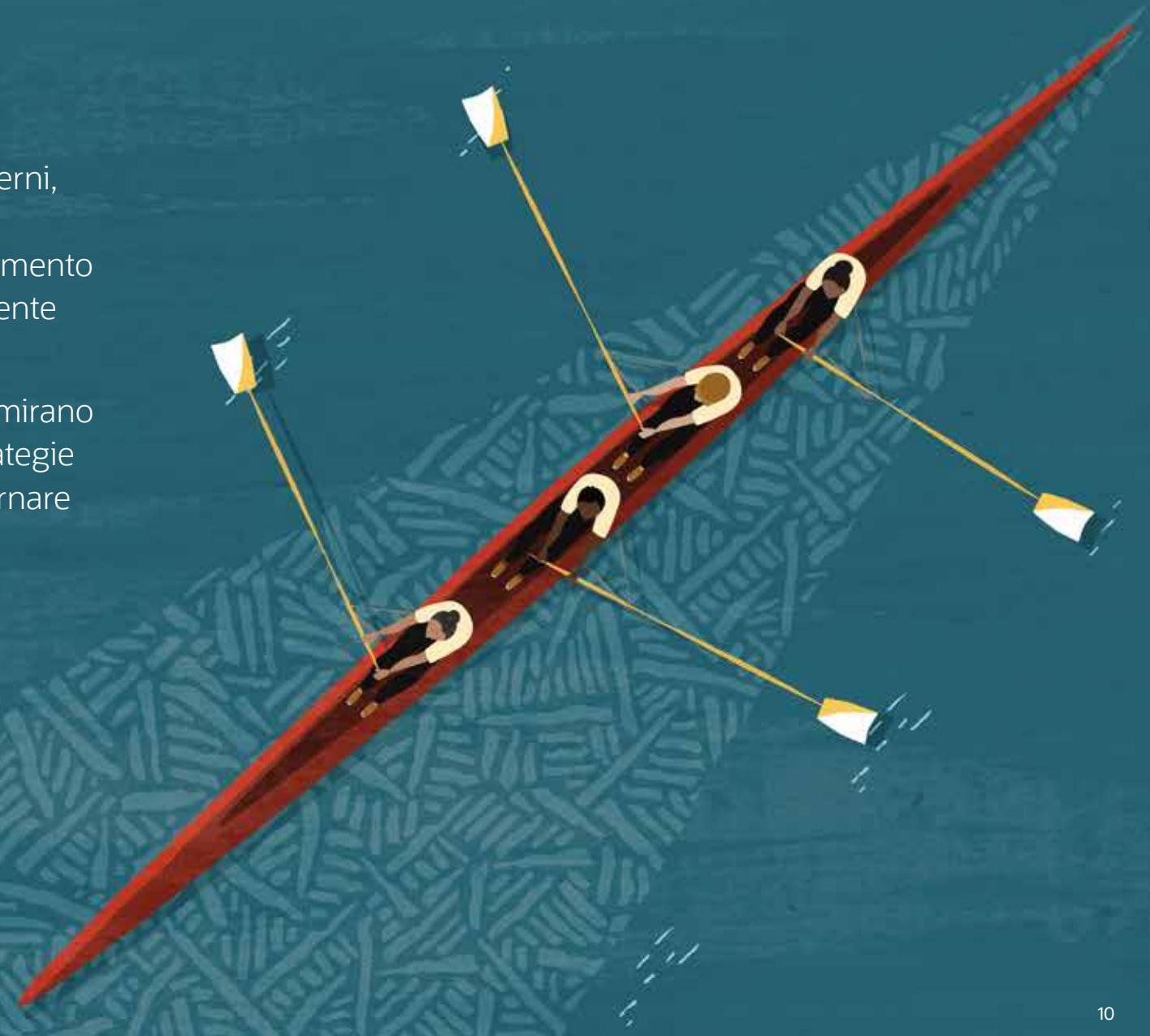
Con i costanti e repentina cambiamenti dei clienti moderni, è fondamentale tenere il passo con le loro aspettative.

Per aiutarti, abbiamo creato una serie di guide di avviamento per alimentare la tua continua ricerca di esperienze cliente che colpiscono sempre nel segno.

Guide come questa sulla gestione del Contact Center mirano a migliorare la tua esperienza e ad aiutarti a creare strategie fondamentali in meno tempo. In questo modo puoi tornare subito ad acquisire clienti e aumentare le entrate.

Quali saranno le tue prossime scoperte?

- [eBook: Strategie essenziali per il servizio clienti digitale](#)
- [Informazioni sul prodotto: semplificare l'esperienza dell'agente](#)
- [eBook: Dare un senso al coinvolgimento visivo](#)



Informazioni su Oracle Advertising and CX

Rendi rilevante ogni interazione col tuo cliente o potenziale cliente collegando tutti i tuoi dati aziendali di pubblicità, marketing, vendite, eCommerce e servizi. Oracle Advertising and Customer Experience (CX) è una suite di applicazioni connesse che va oltre il tradizionale CRM per aiutarti a creare e coltivare relazioni durature con i clienti. Crea una vista completa su ogni cliente e ogni interazione, indipendentemente dalla modalità e dal momento in cui interagisce. Consenti all'intera azienda di offrire Customer Experience eccezionali, dall'acquisizione alla fidelizzazione, incluse tutte le fasi intermedie.

Fonti

1. ["Il lavoro da casa diventerà la nuova normalità: sei pronto?" Oracle, 5 maggio 2020](#)
2. ["Report sullo stato del customer service a livello globale", Microsoft Dynamics 365, marzo 2019](#)
3. ["Come svelare il folle ed elevato costo del frequente turnover dei dipendenti nel tuo contact center \(e cosa puoi fare al riguardo\)", 21 giugno 2019](#)
4. ["Generazioni incomprese: cosa pensano realmente i millennial e la generazione Z del lavoro", Zapier, 27 gennaio 2020](#)
5. ["Esplorare i numeri del fatturato dei call center", Society of Workforce Planning Professionals, estate 2019](#)

