



Il divario tra i sistemi IVR e i canali digitali

Come colmarlo per migliorare l'esperienza dei clienti.

Sommario

- 3 I canali digitali non hanno soppresso i sistemi IVR. Li hanno invece spinti a migliorare
- 4 I clienti non prestano attenzione ai canali, ciò che conta per loro è l'esperienza di assistenza nel suo complesso
- 4 È il momento di colmare il divario tra i sistemi IVR e i canali digitali
- 5 L'opportunità offerta dal passaggio dal sistema IVR ai canali digitali
- 6 Il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali in azione
- 8 Panoramica di Nuance IVR to Digital
- 9 Passi successivi



I canali digitali non hanno soppresso i sistemi IVR. Li hanno invece spinti a migliorare.



Lo scopo degli approcci omnicanale è semplice: assicurare il coinvolgimento dei clienti in tutti i canali, in base alle loro preferenze. Tuttavia, è una delle sfide più complesse che le organizzazioni si trovano ad affrontare.

Gli approcci omnicanale comprendono una moltitudine di tecnologie e funzionalità rivolte al cliente che in passato erano separate tra loro e difficili da collegare. Tuttavia, sebbene lo scopo degli approcci omnicanale sia offrire un'esperienza scorrevole, coerente e intelligente a ogni cliente, qualsiasi sia il canale prescelto e nel passaggio da un canale e da un dispositivo all'altro, l'urgenza di offrire eccellenti esperienze digitali ha reso i canali di coinvolgimento tradizionali (nello specifico, il sistema IVR) obsoleti e non integrati con il mondo digitale. Il risultato? Un aumento della complessità (e dei costi) per le organizzazioni e un'esperienza tutt'altro che ottimale per i clienti.

Anche nel pieno dell'era digitale, il sistema IVR continua a giocare un ruolo fondamentale nel percorso dell'esperienza dei clienti. I clienti continuano a telefonare per problemi complessi o quando non riescono a risolvere un problema tramite gli altri canali. Il 68% afferma che una telefonata è probabilmente il modo migliore di risolvere i problemi.¹ Tuttavia, se il sistema IVR offre ai chiamanti opzioni self-service limitate, o se li tiene in attesa finché non è disponibile un operatore, la frustrazione aumenta e la fidelizzazione dei clienti risulta a rischio.

Questa guida spiega come colmare il divario tra il sistema IVR e i canali digitali e come indirizzare i clienti giusti verso i canali digitali giusti, in modo da migliorare la loro esperienza e ridurre allo stesso tempo i costi.

Il 79%

dei clienti utilizza ancora il telefono per contattare l'assistenza²

¹ Get It Right: Deliver the Omni-Channel Support Customers Want, ricerca Ovum, 2016

² Contact Center Satisfaction Index (CCSI) 2018, CFI Group, 2018

I clienti non prestano attenzione ai canali, ciò che conta per loro è l'esperienza di assistenza nel suo complesso.

Tutto il tempo, il denaro e l'impegno impiegati per spostare i clienti dal contact center ai meno costosi canali digitali serviranno a ben poco se il sistema IVR stesso non è grado di gestire questi trasferimenti.

Per una soluzione rapida, supponiamo che il sistema IVR possa indirizzare i clienti direttamente ai canali digitali insieme a tutti i loro dati contestuali. Sembrerebbe un approccio ottimale, ma il problema è che il sistema IVR è solitamente isolato e non connesso alle nuove, molto più dinamiche esperienze digitali su cui si focalizza tutta l'attenzione (e il budget). Non c'è da stupirsi, in quanto il team IVR e il team digitale della maggior parte delle organizzazioni si conoscono a malapena.

Ecco perché una strategia per passare dall'IVR al digitale è fondamentale e consente al sistema IVR di offrire ai clienti una soluzione alternativa, ad esempio la chat dal vivo o un assistente virtuale, più adatta a risolvere rapidamente i loro problemi senza la necessità che intervenga un operatore.

È il momento di colmare il divario tra i sistemi IVR e i canali digitali.



I silos non solo aumentano i costi e hanno ripercussioni sull'efficienza operativa, ma hanno anche un impatto negativo sull'esperienza dei clienti. Quando il sistema IVR e i canali di coinvolgimento digitali (nonché i team che li gestiscono) non sono collegati, le esperienze dei clienti presentano molte lacune.



Senza un modo automatizzato di trasferire le interazioni dal sistema IVR ai canali digitali, i clienti che non riescono a risolvere un problema nel sistema IVR si trovano di fronte a due opzioni, entrambe frustranti. Possono rassegnarsi ad attendere in linea per parlare con un operatore o abbandonare completamente il canale vocale e ricominciare daccapo seguendo la procedura per inoltrare la propria richiesta online. Ovviamente, c'è sempre una terza opzione: passare alla concorrenza.



Tutto ciò mette in luce una notevole opportunità. Molte organizzazioni lasciano che i clienti subiscano le conseguenze del divario tra il sistema IVR e i canali digitali, quindi quelle che riescono a colmarlo emergono immediatamente come aziende veramente orientate ai clienti. Trasferendo senza problemi i clienti dal sistema IVR al web, a messaggi SMS o ad altri canali digitali, i clienti non avranno bisogno di rivolgersi a un operatore e risolveranno i problemi più in fretta, con conseguente diminuzione del costo del servizio.



"I clienti desiderano semplicemente una risposta completa, accurata e pertinente alla propria domanda o una risoluzione rapida del proprio problema al primo contatto.

Il 66% ha affermato che riconoscere l'importanza del tempo dei clienti è la cosa più importante che un'azienda possa fare per offrire un'assistenza clienti online di buona qualità."³

— Forrester Research

L'opportunità offerta dal passaggio dal sistema IVR ai canali digitali

Il passaggio dall'IVR ai canali digitali (in modo che operino come un'unica entità) offre un modo semplice per indirizzare i clienti giusti verso i canali digitali giusti, in modo da migliorare la loro esperienza e tagliare allo stesso tempo i costi.

È un modo pratico per risolvere un problema comune che impedisce a molte organizzazioni di offrire un'esperienza veramente omnicanale e di collegare canali precedentemente suddivisi in silos, in modo da coinvolgere i clienti in modo scorrevole, intelligente e a basso costo.

1 Offrire ai clienti un'assistenza di livello eccellente

Quando il sistema IVR e i canali digitali sono collegati e comprendono il contesto di ciascun cliente, i clienti che preferiscono i sistemi self-service o le cui domande sono semplici possono essere indirizzati direttamente a un assistente virtuale o a una chat dal vivo, mentre i clienti che preferiscono parlare con un operatore (o che hanno esigenze complesse) verranno indirizzati al call center.

Non si tratta soltanto di ridurre i tempi di attesa ed evitare che i clienti abbandonino la telefonata in coda: le soluzioni migliori trasferiranno le conversazioni dal sistema IVR ai canali digitali insieme a tutti i dati contestuali. In questo modo, i clienti non devono perdere tempo a ripetere informazioni già fornite. Questo consente di eliminare la frustrazione e velocizzare la risoluzione dei problemi.

2 Ridurre il cost-to-serve

Trasferendo in modo scorrevole i clienti giusti dagli operatori del contact center ai canali digitali a basso costo, è possibile ridurre i costi del contact center e aumentare il ritorno sugli investimenti digitali, nonché la durata del ciclo di vita e il ROI del sistema IVR collegandolo ai canali digitali.

Inoltre, spiegando ai chiamanti come trovare informazioni sul web, è più probabile che scelgano questa opzione in futuro, riducendo ulteriormente i volumi delle chiamate.

Le soluzioni intelligenti per il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali sono anche in grado di riconoscere i clienti ad alto valore e indirizzarli a un operatore per ottenere un'assistenza di alta qualità, oltre che di indirizzare i clienti che generano costi elevati e hanno esigenze transazionali verso i canali digitali, per aumentare la redditività del contact center.

In media, una telefonata con un operatore costa fino a \$ 6 rispetto ai costi decisamente inferiori dei canali di coinvolgimento digitale, che possono scendere fino a \$ 0,50.

3 Offrire agli operatori gli strumenti di cui hanno bisogno

Grazie al numero maggiore di telefonate che non vengono inoltrate al contact center, gli operatori sono meno stressati e hanno più tempo ed energia per concentrarsi sui clienti ad alto valore e i clienti con esigenze più complesse.

Se i livelli di stress diminuiscono, diminuirà anche il turnover del personale. Questo consente di risparmiare sui costi di assunzione e di formazione, ma significa anche avere a disposizione un team esteso di operatori esperti, con le competenze necessarie per ridurre la durata media delle chiamate.

Gli operatori soddisfatti sfruttano meglio le opportunità di upselling (e i clienti sono più aperti a questo tipo di offerte), consentendo al data center di generare reddito anziché di essere solamente un costo per l'azienda.

Il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali in azione

Tempi di attesa lunghi? È possibile trasferire i chiamanti a un assistente virtuale.

Quando i tempi di attesa sono più lunghi del normale, potrebbe essere utile dare ai chiamanti la possibilità di abbandonare il sistema IVR e ottenere la risposta alla propria domanda tramite un assistente virtuale. I chiamanti possono entrare in contatto con l'assistente virtuale tramite messaggi di testo (SMS), il web o un'applicazione mobile. La tecnologia di linguaggio naturale rende la comunicazione con l'assistente virtuale simile a una normale conversazione.



La domanda è semplice? I clienti possono essere aiutati a trovare la risposta su una pagina web o con un assistente virtuale.

Molto spesso le persone hanno domande semplici, la cui risposta potrebbe essere già presente sul sito web dell'azienda. Un sistema IVR che sfrutta il riconoscimento vocale è in grado di identificare l'argomento e offre ai chiamanti la possibilità di essere trasferiti a una pagina web che contiene le risposte. I chiamanti risparmiano tempo e imparano come comportarsi in futuro. Se è necessaria l'assistenza di un operatore per risolvere un problema più complesso, sono disponibili anche funzioni di co-navigazione assistita durante la comunicazione con il cliente.

- 1** Il sistema IVR identifica l'esigenza del chiamante e offre una risposta tramite una pagina web o un assistente virtuale. Al cliente viene chiesto se vuole ricevere un link.
- 2** Il cliente riceve un messaggio di testo con un link a una pagina web che contiene le informazioni pertinenti per la sua richiesta, oltre a essere dotata di un assistente virtuale.
- 3** Il cliente è ora in grado di accedere alle informazioni di cui ha bisogno.
- 4** Se la richiesta è più complessa, l'assistente virtuale può trasferire la conversazione a un operatore.



Il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali in azione

I chiamanti hanno bisogno di un operatore ma non possono rimanere in attesa? È possibile trasferirli alla chat dal vivo.

Se i tempi di attesa sono lunghi, trasferire i clienti alla chat dal vivo con operatore consente di risolvere più facilmente il problema. Gli operatori responsabili della chat dal vivo possono gestire più conversazioni contemporaneamente rispetto a un operatore telefonico, quindi i tempi di attesa sono ridotti e i chiamanti hanno comunque la possibilità di interagire con una persona reale.



Grazie al supporto visuale, tutto risulta più chiaro per i clienti.

Consentire agli operatori di condividere una schermata con i chiamanti o di co-navigare con loro e aiutarli a trovare la soluzione ai problemi direttamente sul web aiuta i chiamanti a risolvere direttamente i problemi, offrendo un'esperienza complessivamente migliore e riducendo la necessità di chiamate future in merito alla stessa richiesta.

- 1 Il sistema IVR identifica un problema molto specifico che il cliente sta cercando di risolvere, la cui soluzione è facilmente disponibile tramite una guida o un video. Al cliente viene chiesto se vuole ricevere un link.
- 2 Il cliente riceve un messaggio di testo con un link per avviare l'interazione.
- 3 Il cliente è ora in grado di risolvere il problema dopo aver guardato il video o letto la guida.



Uno dei fornitori di servizi di telecomunicazioni più importanti del mondo ha trasferito il 10% dei chiamanti alla chat in appena 90 giorni a seguito dell'implementazione di una soluzione Nuance IVR to Digital. Una volta trasferito, il 79% dei clienti ha ottenuto le risposte che cercava e soltanto il 9% ha abbandonato la sessione di chat per essere trasferito a un operatore.

Panoramica di Nuance IVR to Digital

Nuance IVR to Digital aiuta il sistema IVR a lavorare meglio e in modo più intelligente trasferendo senza problemi chiamanti selezionati ai canali digitali, tra cui chat dal vivo, messaggistica e assistenti virtuali.

Con Nuance IVR to Digital è possibile abbattere i silos tradizionali che causano una disconnessione nelle esperienze dei clienti e fare un passo importante verso il coinvolgimento omnicanale intelligente dei clienti.

Funzioni avanzate...



Controlli per l'inoltro delle chiamate: consentono di mantenere il controllo sull'inoltro di ogni chiamata, creando regole per il trasferimento automatizzato delle chiamate in entrata.



Trasferimento contestuale: consente di spostare i chiamanti da un canale all'altro senza perdita di informazioni contestuali, per offrire un'esperienza semplice e scorrevole.



Trasferimento basato sull'autorizzazione: è possibile trasferire i clienti a sessioni di co-navigazione o chat solo dopo che hanno fornito il consenso, consentendo loro di rimanere nel sistema IVR se preferiscono e offrendo loro scelta e controllo.



Supporto per tutte le piattaforme IVR: integrando in modo semplice il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali in un sistema IVR conversazionale di Nuance o in qualsiasi altro sistema IVR, è possibile ottenere più valore dagli investimenti IVR esistenti.

... e vantaggi notevoli



Riduzione dei costi del contact center: è possibile spostare clienti selezionati a canali a costo inferiore, dare agli operatori la possibilità di trasferire le chiamate alla chat e spiegare ai chiamanti come utilizzare gli strumenti self-service in futuro.



Miglioramento della soddisfazione dei clienti: è possibile ridurre i tempi di attesa, accelerare la risoluzione dei problemi e trasferire le interazioni con il relativo contesto, in modo da offrire ai clienti le esperienze prive di frustrazioni che desiderano.



Ottimizzazione del coinvolgimento nei vari canali: è possibile ridurre il numero di chiamate al contact center, aumentare il coinvolgimento nei canali self-service e liberare tempo per gli operatori, in modo che possano dedicarsi a interazioni complesse o ad alto valore.

Passi successivi

Vuoi scoprire in che modo il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali può aiutarti a offrire esperienze dei clienti scorrevoli e a ridurre allo stesso tempo il cost-to-serve?

Sperimenta il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali in azione

Scopri come trasferire i chiamanti ai canali digitali senza problemi, per migliorare l'esperienza dei clienti.

[Guarda il video esplicativo](#)

[Guarda la demo](#)

Scopri Nuance IVR to Digital

Scopri come possiamo aiutarti ad abbattere i silos tradizionali per offrire un'esperienza veramente omnicanale.

[Visualizza la scheda tecnica](#)

[Visita l'infohub](#)

Non farli aspettare

Segui le storie di due clienti e scopri come una soluzione per il passaggio dal sistema IVR ai canali digitali risolve i loro problemi velocemente a un costo inferiore.

[Guarda l'infografica](#)

CONTATTACI

Contattaci per un tour guidato con uno dei nostri esperti di esperienza dei clienti. Invia un'e-mail all'indirizzo Pilar.Blasco@nuance.com.



About Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) è pioniera e leader nelle tecnologie di intelligenza artificiale conversazionale e intelligenza ambientale. Come partner full-service a cui si affidano il 77% degli ospedali statunitensi e l'85% delle aziende Fortune 100 nel mondo, creiamo soluzioni intuitive che migliorano la capacità delle persone di aiutare gli altri.

© 2021 Nuance. All rights reserved.
ENT_3582_01_B_IT, Dec 20, 2021