

Venerdì 4 Dicembre 2020

# ***CUSTOMER CENTRICITY***

**Customer Centricity** è una piattaforma editoriale che produce contenuti originali riguardanti il mondo del **Customer Service** e, più in generale, della relazione con i clienti (**CRM**), proponendosi come interlocutore e punto di riferimento per tutti coloro – singoli professionisti o aziende – che considerano l'innovazione, il confronto e la collaborazione elementi imprescindibili per affrontare il cambiamento.

**Sito web:** [www.customercentricity.it](http://www.customercentricity.it)

**Contatti:** [redazione@customercentricity.it](mailto:redazione@customercentricity.it)

**Presentazione di Andrea Camerino**

[www.customercentricity.it](http://www.customercentricity.it)

Venerdì 4 Dicembre 2020

# 2021

## CUSTOMER SERVICE TRENDS



**CUSTOMER CENTRICITY**

CUSTOMER SERVICE IS NOT A DEPARTMENT!

Per evidenziare le innovazioni più promettenti in area **Customer Service**, abbiamo somministrato un questionario ad un campione di **543 professionisti**, operanti, con differenti ruoli di responsabilità all'interno di servizi sia *in house* che *in outsourcing*.

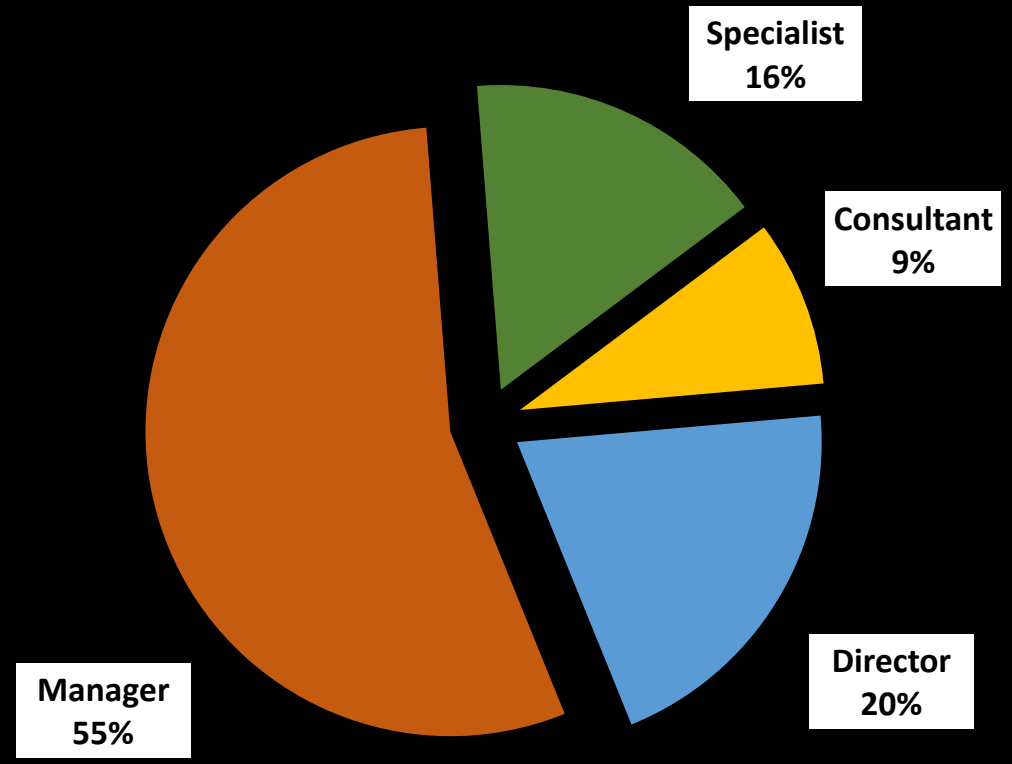
Agli intervistati è stato chiesto quali fossero, in base alle loro specifiche esperienze, i 3 principali *trend* del **Customer Service** per il 2021.

Presentazione di **Andrea Camerino**

[www.customercentricity.it](http://www.customercentricity.it)

## Ruolo dei professionisti intervistati

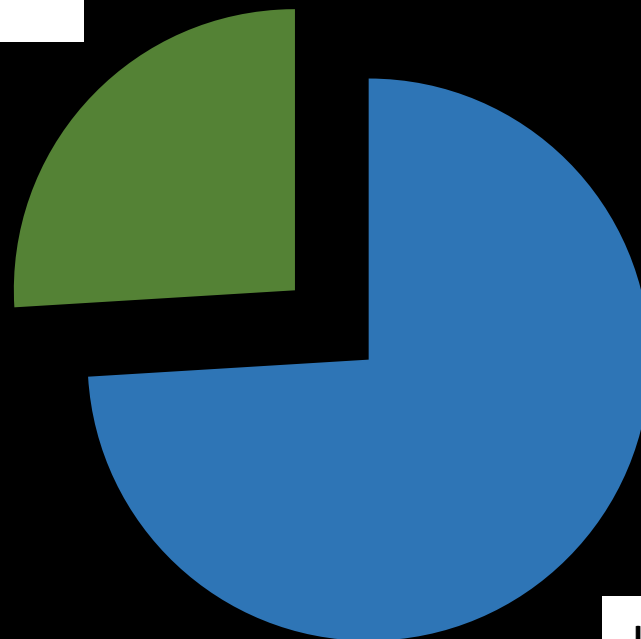
Il campione di rispondenti è costituito in larga parte da **Manager** (55%), sebbene sia stata registrata una significativa partecipazione anche da parte di **Director** di Area o Dipartimento (20%).



## Tipologia di servizio

Il 74% dei professionisti intervistati opera all'interno di servizi **In House** mentre il 26% in servizi **In Outsourcing**.

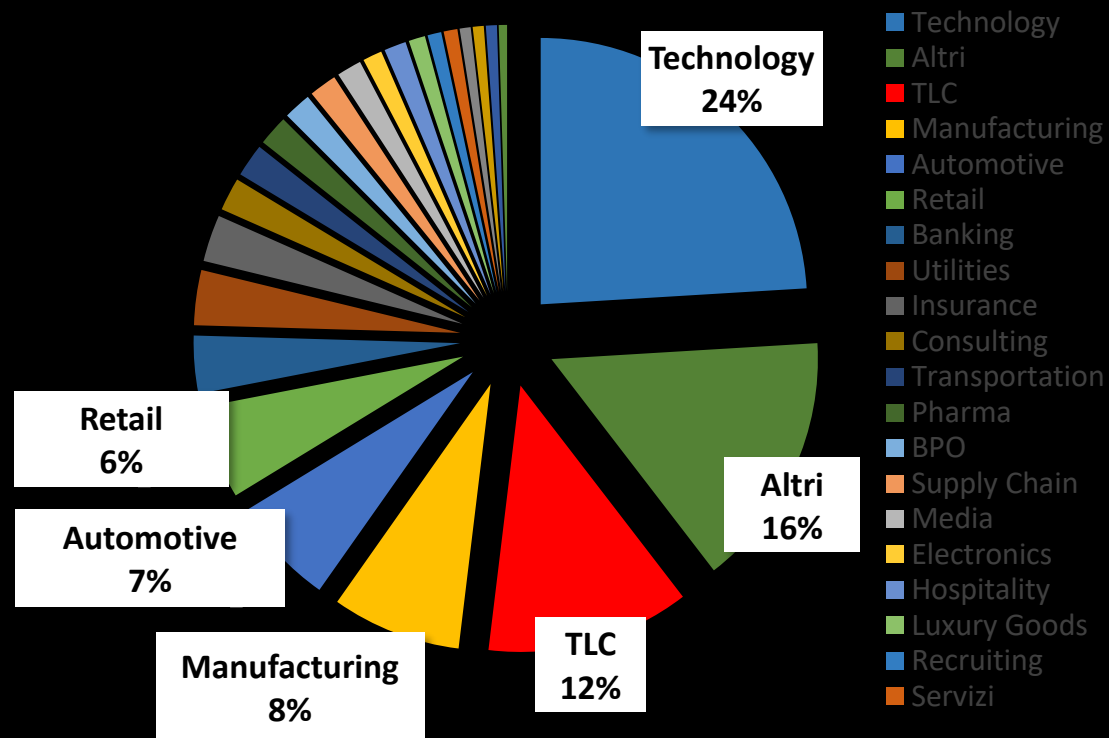
In Outsourcing  
26%



In House  
74%

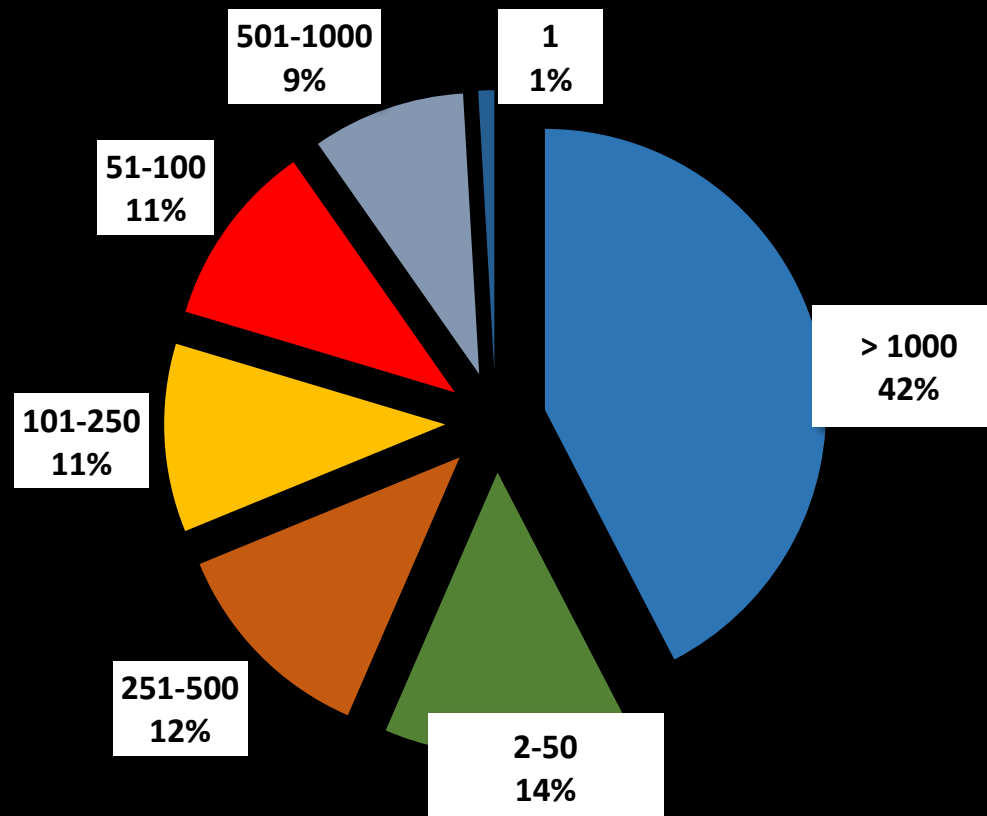
## Settore Industriale

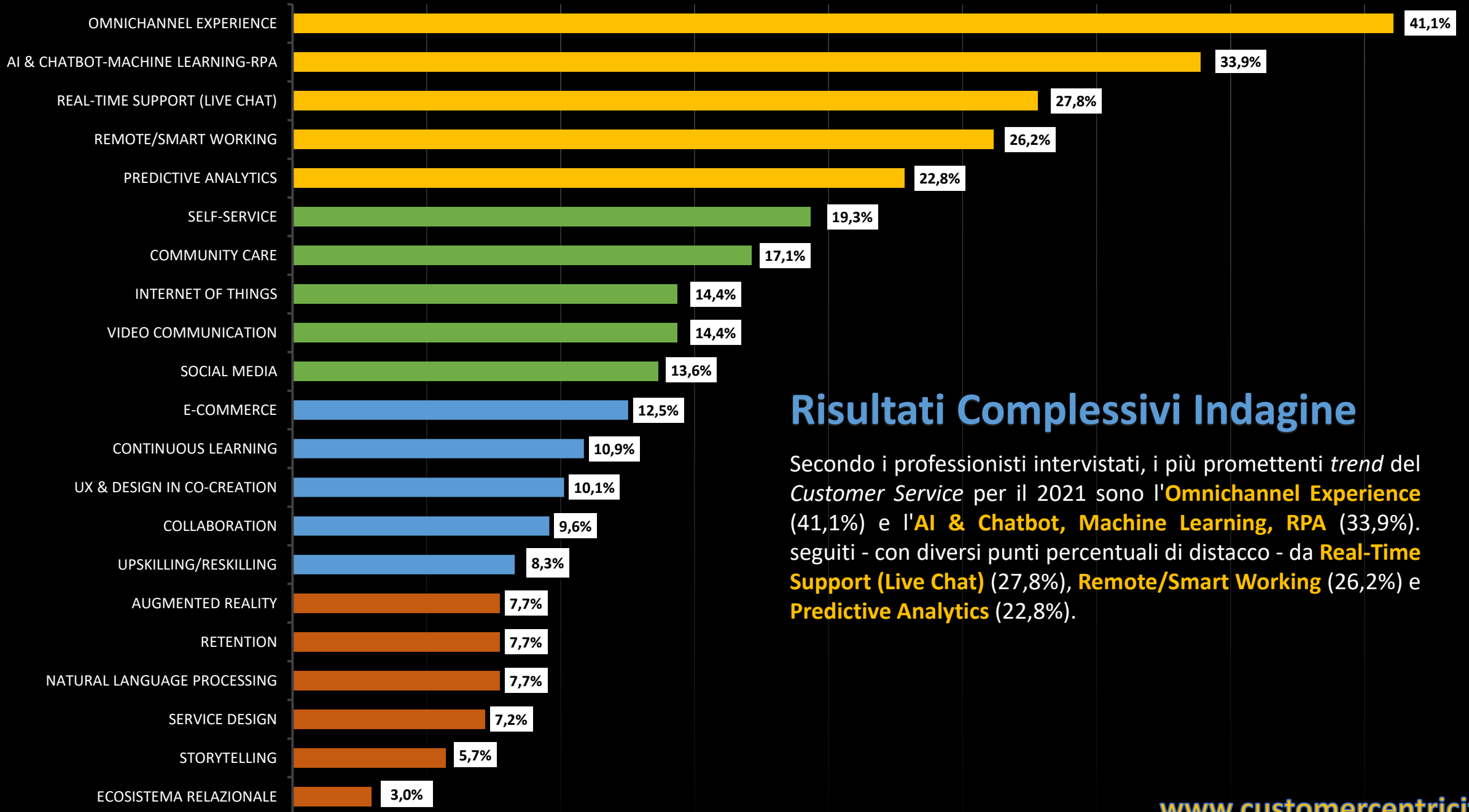
Sebbene operino soprattutto in settori industriali quali **Technology**, **Telecommunications**, **Manufacturing**, **Automotive** e **Retail**, nel complesso, i professionisti intervistati svolgono le proprie mansioni in contesti molto eterogenei e differenziati.



## Dimensioni Aziendali

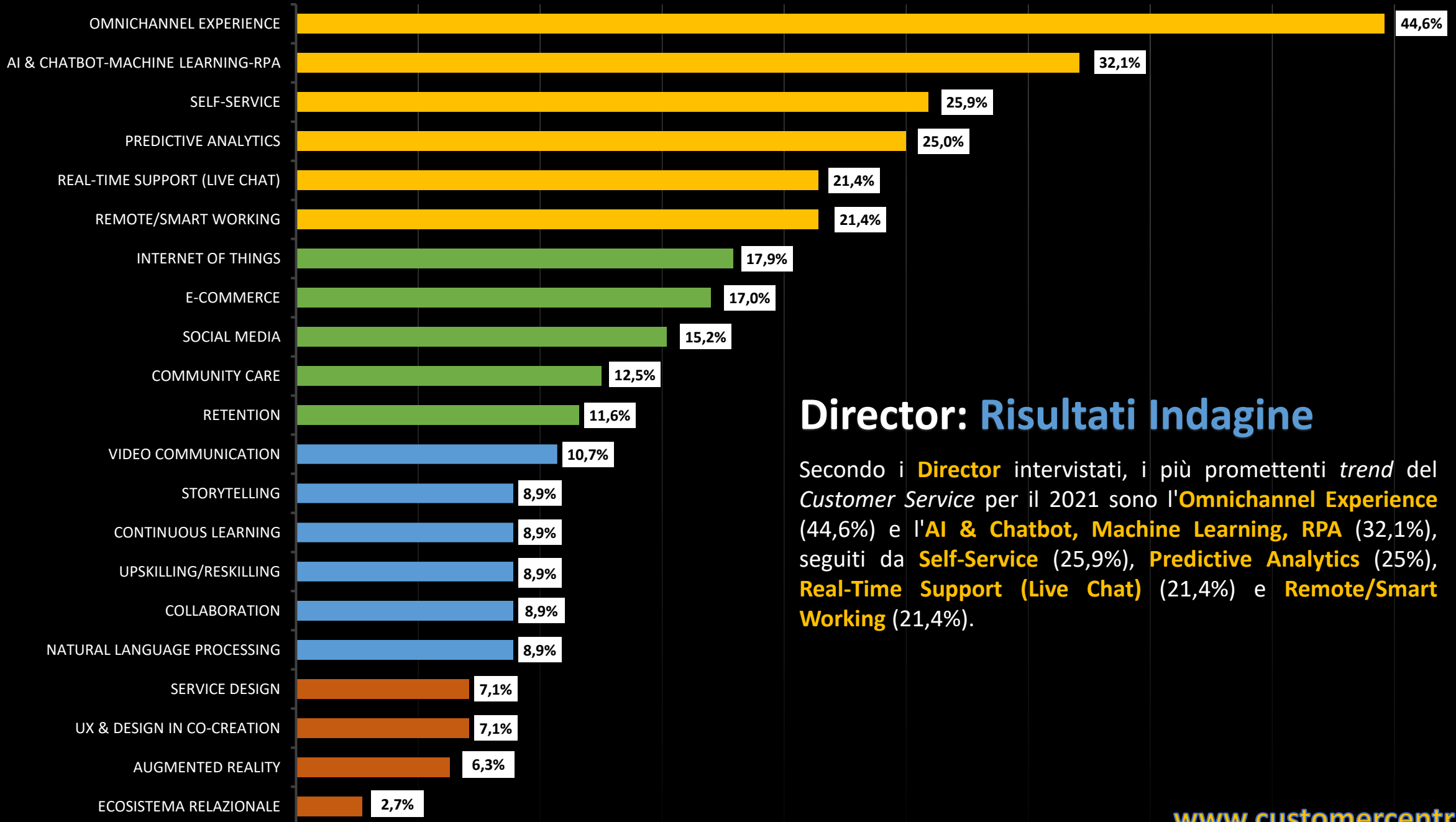
Il 64% dei professionisti intervistati opera in aziende di **grandi dimensioni** (più di 250), il 21% in aziende di **medie dimensioni** (tra 51 e 250) e il 15% in aziende di **piccole dimensioni** (fino a 50).





## Risultati Complessivi Indagine

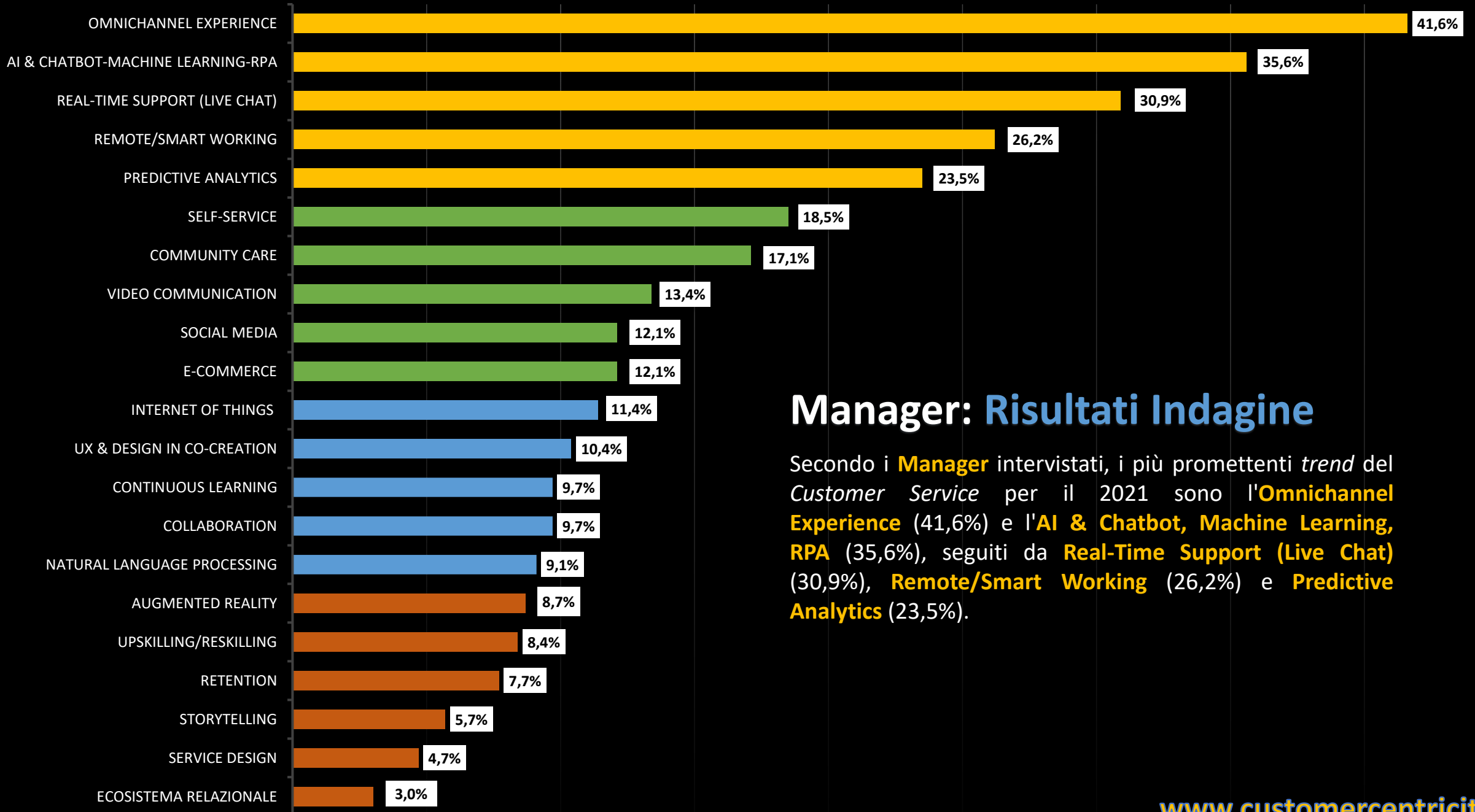
Secondo i professionisti intervistati, i più promettenti *trend* del *Customer Service* per il 2021 sono l'**Omnichannel Experience** (41,1%) e l'**AI & Chatbot, Machine Learning, RPA** (33,9%). seguiti - con diversi punti percentuali di distacco - da **Real-Time Support (Live Chat)** (27,8%), **Remote/Smart Working** (26,2%) e **Predictive Analytics** (22,8%).



## Director: Risultati Indagine

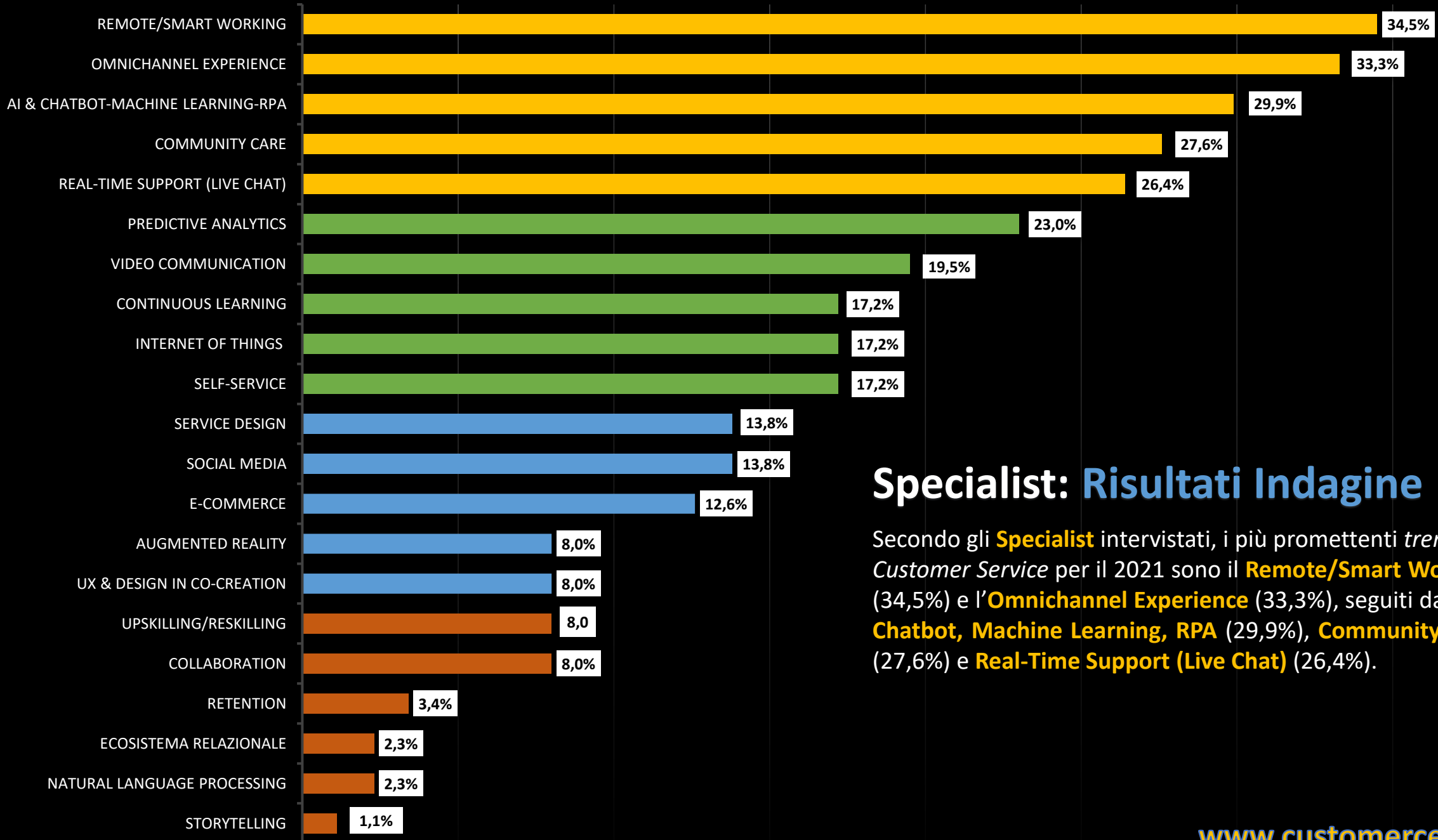
Secondo i **Director** intervistati, i più promettenti *trend* del *Customer Service* per il 2021 sono l'**Omnichannel Experience** (44,6%) e l'**AI & Chatbot, Machine Learning, RPA** (32,1%), seguiti da **Self-Service** (25,9%), **Predictive Analytics** (25%), **Real-Time Support (Live Chat)** (21,4%) e **Remote/Smart Working** (21,4%).





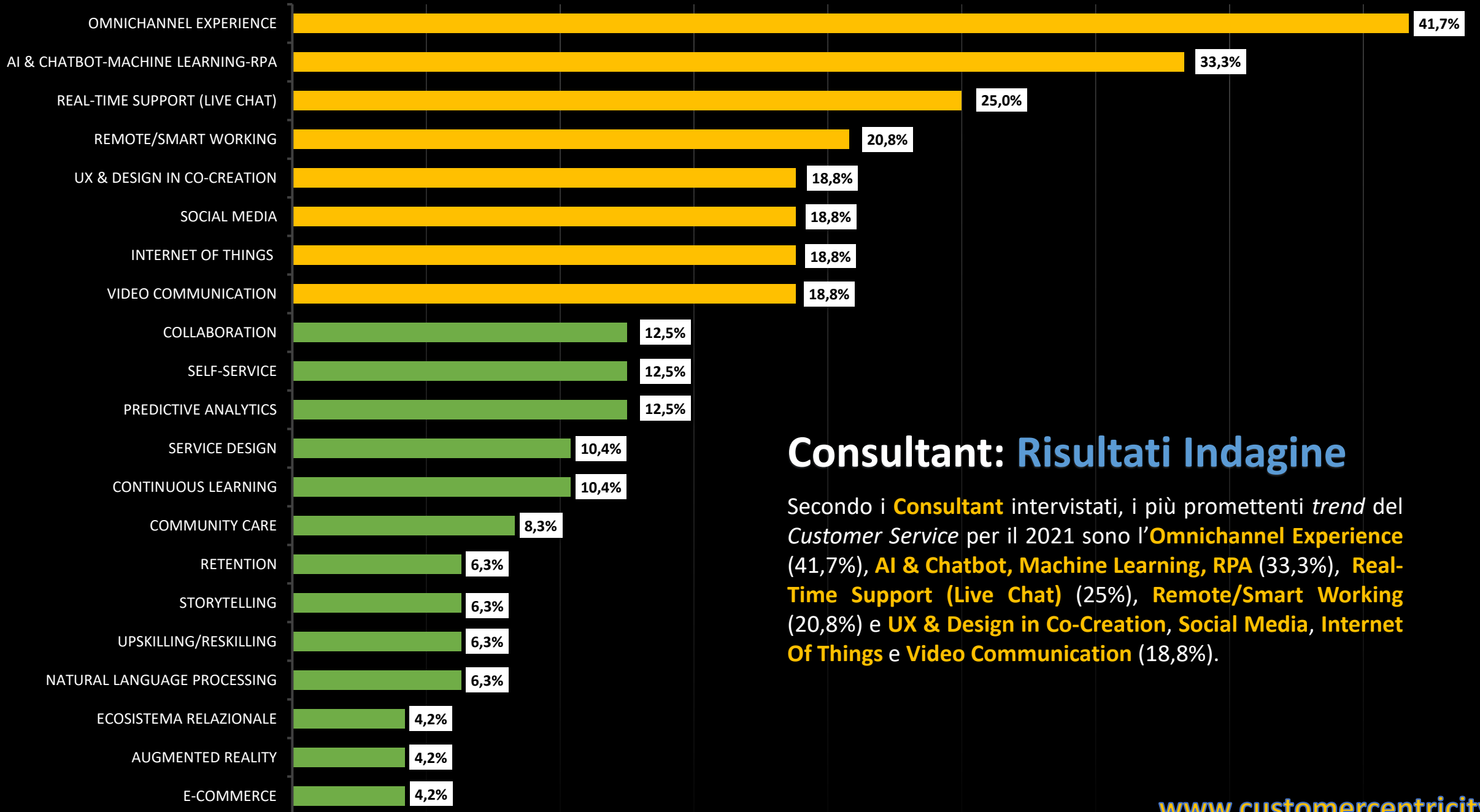
## Manager: Risultati Indagine

Secondo i **Manager** intervistati, i più promettenti *trend* del *Customer Service* per il 2021 sono l'**Omnichannel Experience** (41,6%) e l'**AI & Chatbot, Machine Learning, RPA** (35,6%), seguiti da **Real-Time Support (Live Chat)** (30,9%), **Remote/Smart Working** (26,2%) e **Predictive Analytics** (23,5%).



## Specialist: Risultati Indagine

Secondo gli **Specialist** intervistati, i più promettenti *trend* del *Customer Service* per il 2021 sono il **Remote/Smart Working** (34,5%) e l'**Omnichannel Experience** (33,3%), seguiti da **AI & Chatbot, Machine Learning, RPA** (29,9%), **Community Care** (27,6%) e **Real-Time Support (Live Chat)** (26,4%).



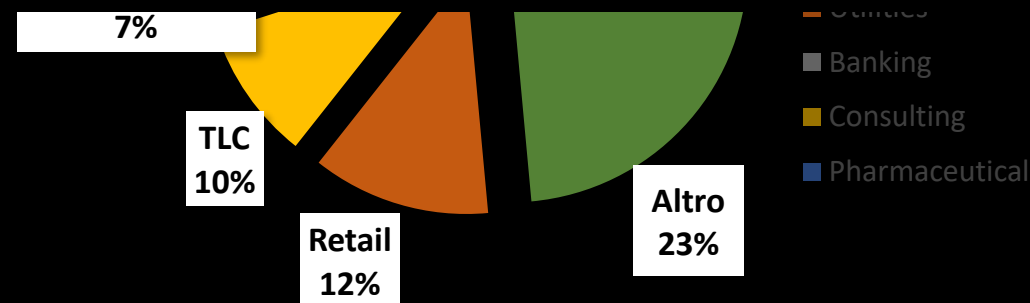
## Consultant: Risultati Indagine

Secondo i **Consultant** intervistati, i più promettenti *trend* del *Customer Service* per il 2021 sono l'**Omnichannel Experience** (41,7%), **AI & Chatbot, Machine Learning, RPA** (33,3%), **Real-Time Support (Live Chat)** (25%), **Remote/Smart Working** (20,8%) e **UX & Design in Co-Creation, Social Media, Internet Of Things** e **Video Communication** (18,8%).

# Distribuzione delle preferenze per settore industriale di appartenenza

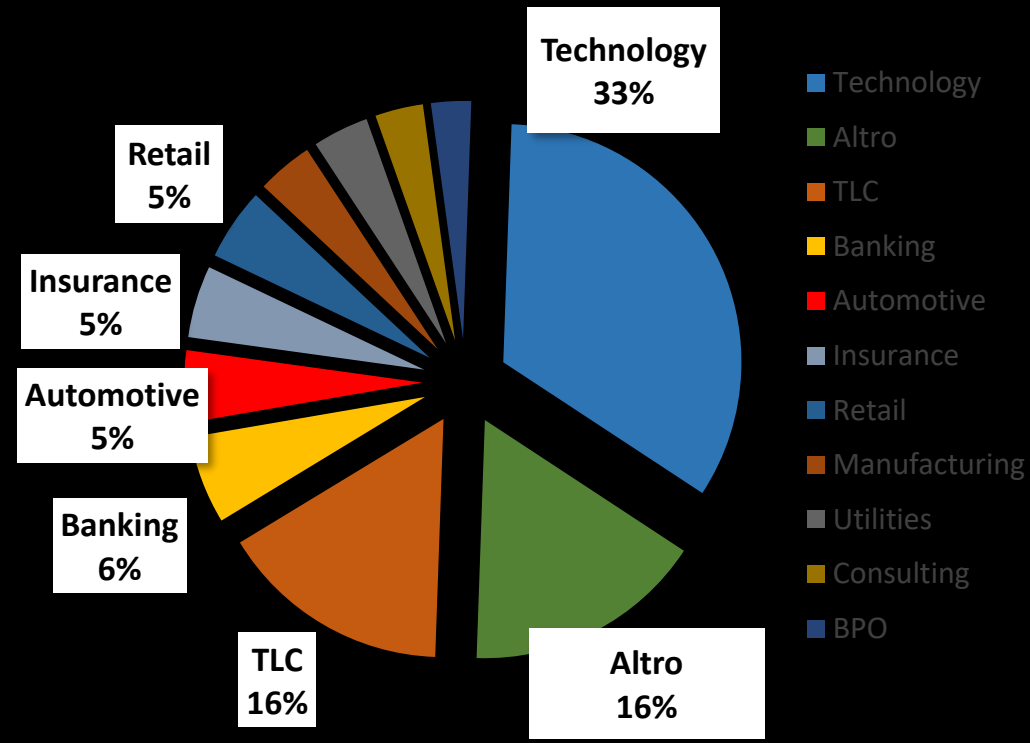
## Ominichannel Experience

La distribuzione percentuale delle preferenze relative ai **5 più promettenti trend del Customer Service** per il 2021, ha dimostrato che, mediamente, i settori maggiormente impattati da tali innovazioni sono quello tecnologico (**Technology**) e delle telecomunicazioni (**TLC**), sebbene, per quanto riguarda rispettivamente il **Real-Time Support (Live Chat)** e l'**Omnichannel Experience**, si siano distinti anche il settore manifatturiero (**Manufacturing**) e quello del commercio al dettaglio (**Retail**).



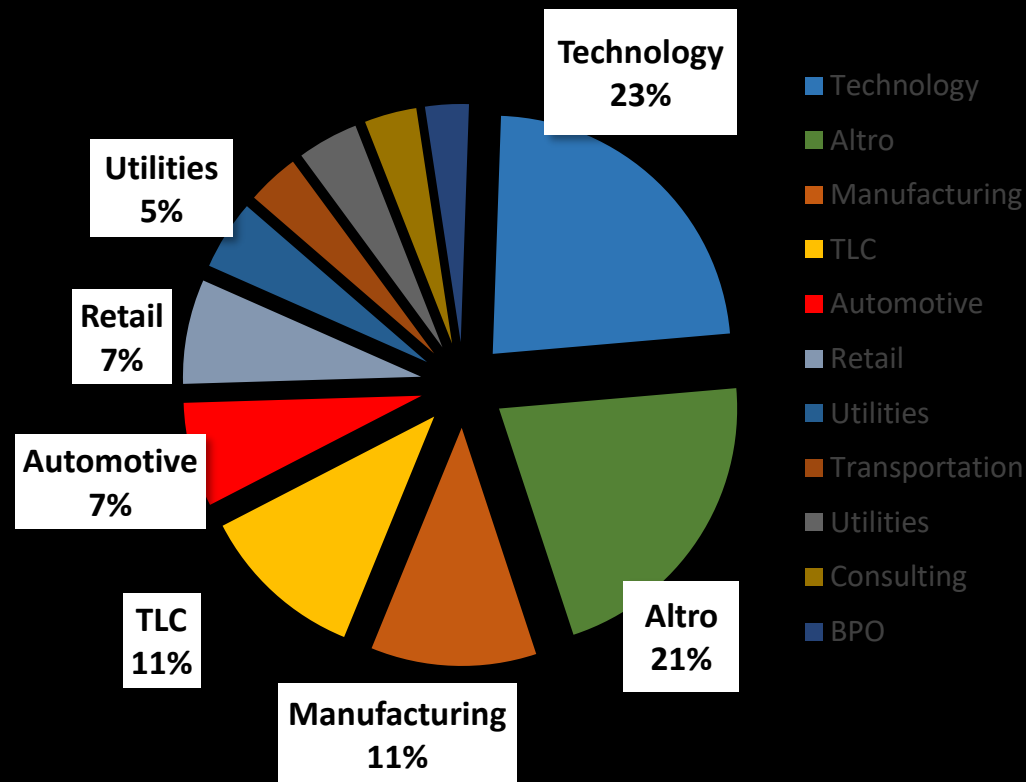
# Distribuzione delle preferenze per settore industriale di appartenenza

## AI & Chatbot, Machine Learning, RPA



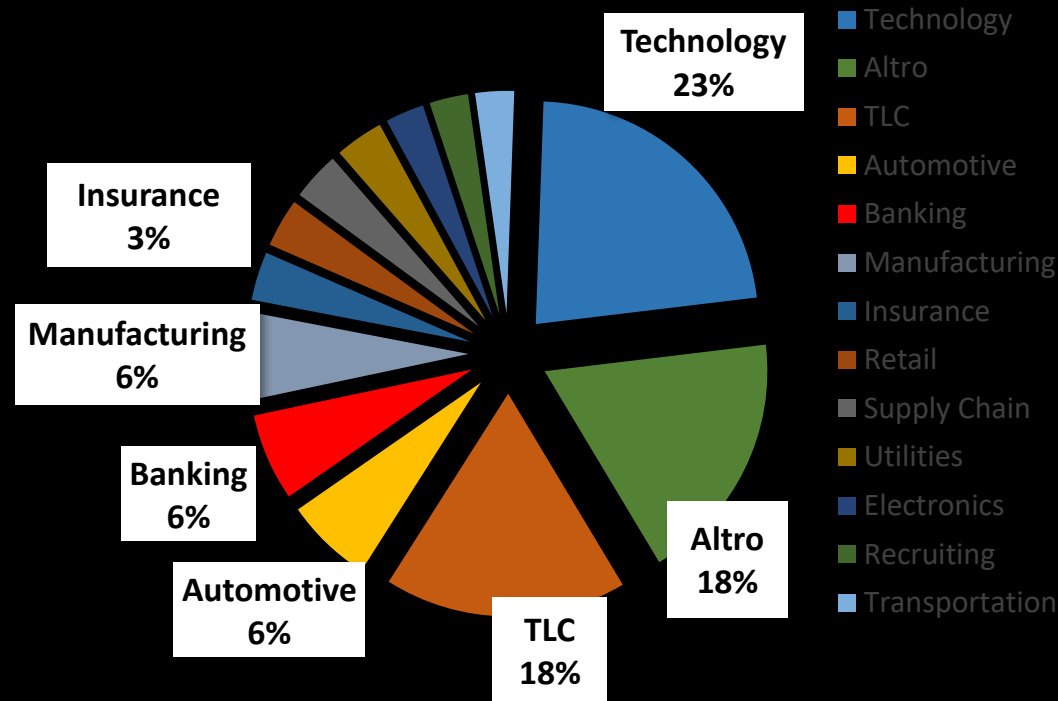
# Distribuzione delle preferenze per settore industriale di appartenenza

## Real-Time Support (Live Chat)



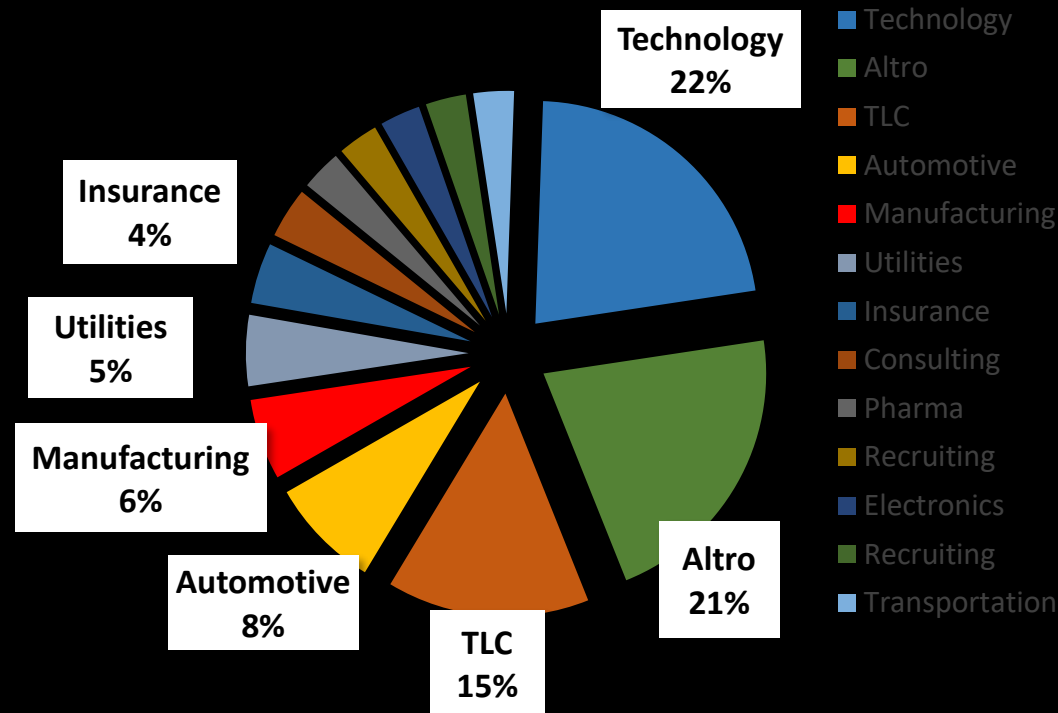
# Distribuzione delle preferenze per settore industriale di appartenenza

## Remote/Smart Working



# Distribuzione delle preferenze per settore industriale di appartenenza

## Predictive Analytics





## Considerazioni finali

L'**Omnichannel Experience**, intesa come l'insieme delle strategie per ottimizzare l'esperienza complessiva dei clienti, non è più un'opzione (**41,1%**). Sono gli stessi clienti a pretenderlo. Le aziende si stanno gradualmente allineando.

**AI** e **Chatbot** sono ormai una realtà. Sebbene la «Rivoluzione dei Chatbot» non si sia ancora realizzata compiutamente, le aziende stanno investendo ingenti risorse in questo ambito (**33,9%**).

Pur condizionato dall'attuale crisi sanitaria, l'ottimo risultato del **Remote/Smart Working** (**26,2%**) dimostra che le aziende stanno lavorando assiduamente per rinnovare i propri modelli organizzativi.

Appaiono, infine, piuttosto preoccupanti i numeri relativi a **Continuous Learning** (**10,9%**) e **Upskilling / Reskilling** (**8,3%**), soprattutto considerando il fatto che, oltre il 40% del campione, è rappresentato da aziende con un numero di dipendenti superiore alle 1.000 unità.

Venerdì 4 Dicembre 2020

# ***CUSTOMER CENTRICITY***

## **GRAZIE!**

**Sito web:** [www.customercentricity.it](http://www.customercentricity.it)

**Contatti:** [redazione@customercentricity.it](mailto:redazione@customercentricity.it)

Presentazione di Andrea Camerino

[www.customercentricity.it](http://www.customercentricity.it)