

# Cosa serve per garantire la migliore esperienza alle persone?

**Zoom sull'Assistenza Clienti**

Giorgio Gerardi, 25 novembre 2022



# PERSONALIZZAZIONE



....

INFLUENZE

CLIENTI ATTITUDINI  
PEOPLE

CONSUMATORI

PERSONAS **DIPENDENTI**

**CITTADINI**

PREVISIONE **COMPORAMENTI**

SCELTE D'ACQUISTO

PRODOTTI **SERVIZI**

....



# PUNTO DI EQUILIBRIO (tra TRADIZIONALE e DIGITALE)

La PERSONALIZZAZIONE passa ormai sempre più per:

## «SNODO» TRA TRADIZIONALE E DIGITALE

Nel Servizio Assistenza Clienti significa:

**AUTONOMIA**  
**POTENZIAMENTO SUPPORTO DA REMOTO**

# PARTECIPAZIONE HUMAN - MACHINE

**Modelli di Assistenza su COLLABORAZIONE HUMAN – AI, verso il cliente finale e interno** *(es. operatori)*

**Omnicanalità**  
**Continuità di esperienza** *(ad es. da canali vocali a canali digitali/chat).*  
**Education all'uso di nuovi mezzi**





# PAURA DEL NUOVO

FAVORIRE/SENSIBILIZZARE CLIENTI E OPERATORI ALL'USO dell'AI , VALORIZZANDONE I VANTAGGI con LA DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA

**57%**

DEI CONSUMATORI CONSIDERA L'AI UNO STRUMENTO DI MANIPOLAZIONE

**42%**

DEGLI ITALIANI TEME GLI EFFETTI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

**70%**

DEI MANAGER TROVANO COMPLESSO PASSARE AD UNA CULTURA D'IMPRESA DIGITALE

**30%**

DEI LAVORATORI GURDA CON DIFFIDENZA L'INTRODUZIONE DI NUOVE TECNOLOGIE



LE PRINCIPALI PAURE



LE PRINCIPALI ASPETTATIVE POSITIVE

**82%**

DI ESSERE INCURIOSITI, VOLER ESSERE INFORMATI SU QUESTA NUOVA TECNOLOGIA

**66%**

CHE L'AI CONTRIBUIRÀ A MIGLIORARE I PROBLEMI DI SALUTE

**45%**

CHE GRAZIE ALL'AI IL MONDO SARÀ PIÙ SOSTENIBILE

**41%**

DI CREDERE CHE L'AI AUMENTERÀ LE ASPETTATIVE DI VITA MEDIE

# PEOPLE

EVOLUZIONE  
RUOLO  
OPERATION

MISSIONE ED  
ETICA DELL'AI vs  
ESSERE UMANO

EVOLUZIONE  
DEL MINDSET  
dello Staff

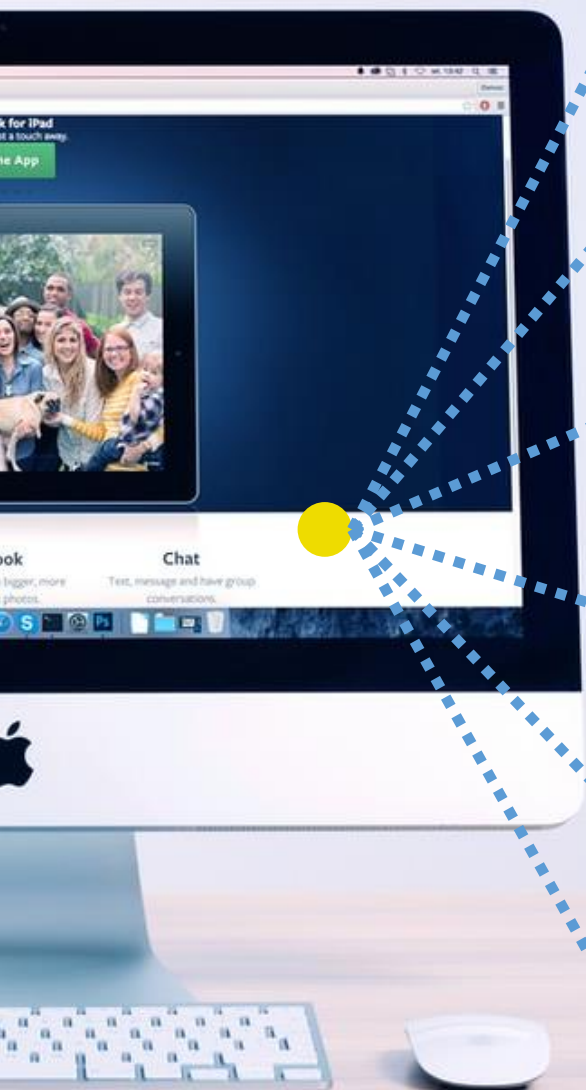
SUPPORTO E  
SVILUPPO  
COMPETENZE

SOSTITUZIONE  
UOMO -  
MACCHINA

Focus: **richieste più complesse** (le standard sono indirizzate dalla tecnologia!) ed **education** all'uso di nuovi mezzi

Focus: **progettazione dell'interazione uomo-macchina** e su coordinamento della stessa

# RACCOMANDAZIONI



**1.**

NON ABBASSARE MAI LA GUARDIA SU PAURE E FIDUCIA DI TUTTI I TARGET

**2.**

INTERSCAMBIO ITERATIVO CON GLI STAKEHOLDERS

**3.**

NON PERDERE MAI DI VISTA LA ROTTA TRACCIATA

**4.**

IMPROVEMENT A TUTTO TONDO: IL CLIENTE E' IL RIFERIMENTO (UNA COMBO FATTA DI FEEDBACK CLIENTE, COMMENTI, SCARTI, LAMENDELE E BENCHMARK)

**5.**

UN INGRESSO IN PUNTA DI PIEDI (LA POLITICA DEI PICCOLI PASSI)

**6.**

L'IMPORTANZA DEL CHANGE MANAGEMENT E DELL'INCLUSIONE