

Cloud Contact Center

Un Cloud Contact Center è una suite completa di strumenti, applicazioni e servizi in hosting su cloud per contact center di tutte le dimensioni che richiedono più canali di comunicazione (incluse telefonate e messaggistica), instradamento delle chiamate, gestione degli agenti e analisi. Un software in cloud ha un'elevata facilità di accesso, le sue funzionalità consentono di tenere in sicurezza i dati dell'azienda grazie a protocolli specifici. Si può usare un software in cloud da qualunque parte del mondo, basta avere un pc e una connessione internet. Una piattaforma per Cloud Contact Center permette di interagire simultaneamente con tutti i tuoi clienti sui diversi canali di contatto configurabili. Utilizzando un'unica interfaccia web, gli operatori possono gestire le interazioni e avere, in un'unica schermata, tutte le informazioni del cliente.

Passando da un canale di contatto all'altro si può tenere traccia di tutto il customer journey potendo consultare tutte le statistiche di contatto con i clienti. Le piattaforme Cloud Contact Center integrano telefonia, messaggistica, videoconferenze, e-mail, chat, social messaging. Non richiedono l'installazione di apparati o software presso la sede dei clienti e offrono varie funzionalità come IVR, ACD Omnicanaale, sistemi di Automatic Speech Recognition e di Text To Speech, recording, gestione delle campagne, oltre che integrazioni con gli altri sistemi aziendali come CRM, ERM, Knowledge Management.

A cosa serve?

- Riduci i costi perché non ci sono investimenti hardware e non occorre avere personale IT dedicato.
- Ottieni facilità di utilizzo grazie alle interfacce personalizzabili che non richiedono una formazione specifica ai dipendenti
- Paghi solo ciò che utilizzi
- Azzeri i costi di manutenzione e hai un aggiornamento

costante delle funzionalità

- Hai funzionalità per monitorare le chiamate, registrare i clienti e aggiornare i database e valutare la qualità del servizio offerto.
- Puoi integrare la piattaforma con altri sistemi usati nella tua azienda.
- Accedi da qualsiasi postazione collegata ad Internet
- Aggiungi nuovi canali in modo semplice e immediato

Per approfondire

Gli strumenti omnicanale per i contact center oggi sono disponibili anche su cloud, pubblico o privato, di solito sono proposti in modalità as a service che permette di implementare solo le funzioni che realmente sono necessarie per la propria azienda e di pagare per l'utilizzo che se ne fa. Le piattaforme cloud per i contact center presentano anche numerose possibilità di integrazione con altri sistemi aziendali grazie all'utilizzo delle API.

Le piattaforme in cloud consentono un monitoraggio costante di tutti i clienti registrati, possono anche essere svolte azioni di remarketing e quindi gli utenti che non sono stati raggiunti precedentemente possono essere ricontattati. Una soluzione Cloud Contact Center in genere:

- integra più canali di comunicazione in un unico sistema in modo che gli agenti possano comunicare con clienti o clienti tramite telefonate, e-mail o messaggistica istantanea e mantenere un registro coerente di tutte le comunicazioni indipendentemente dal formato.
- include l'instradamento avanzato delle chiamate , assistito dall'assistente automatico e talvolta dalla risposta vocale interattiva (IVR), per garantire che clienti e clienti possano parlare con un agente qualificato nel reparto giusto il più rapidamente possibile.
- utilizza servizi automatizzati come l'assistente automatico e la musica di attesa per ridurre il numero

di personale necessario per fornire il servizio di contact center e per prendersi cura dei chiamanti fino a quando un agente non diventa disponibile.

- dispone di strumenti di gestione della forza lavoro in modo che agenti e supervisor possano gestire il proprio tempo in modo efficace.
- offre ai supervisor l'accesso a dashboard di alto livello e analisi dettagliate, inclusi dati come la durata media delle chiamate, il tempo di attesa delle chiamate e il tempo di inattività degli agenti, in modo che i supervisor possano ottimizzare il loro contact center.
- è ospitato nel cloud da un fornitore di servizi, come un operatore di rete di telecomunicazioni o un servizio di contact center dedicato, eliminando la necessità per l'organizzazione del contact center di implementare o mantenere qualsiasi sistema hardware diverso dai computer e dai telefoni che agenti e supervisor devono accedere al sistema.

Come è fatta

Una piattaforma per Cloud Contact Center permette di interagire simultaneamente con tutti i tuoi clienti sui diversi canali di contatto configurabili. Utilizzando un'unica interfaccia web, gli operatori possono gestire le interazioni ed avere, in un'unica schermata, tutte le informazioni del cliente.

Passando da un canale di contatto all'altro si può tenere traccia di tutto il customer journey potendo consultare tutte le statistiche di contatto con i clienti. Le piattaforme cloud contact center integrano telefonia, messaggistica, videoconferenze, e-mail, chat, social messaging. Le piattaforme cloud non richiedono l'installazione di apparati o software presso la sede dei clienti. Le soluzioni offrono IVR, ACD Omnicanale, sistemi di Automatic Speech Recognition e di Text To Speech, recording, gestione delle campagne e integrazioni con gli altri sistemi aziendali come CRM, ERM, Knowledge Management.

Da sapere

Come faccio a gestire tutti i canali di contatto in modo coerente?

Le aziende sono impegnate a realizzare soluzioni che connettano tra loro i diversi canali in modo che il cliente non li percepisca come separati ma si senta al centro di un'unica relazione con l'azienda, che prescindano dai canali e dai touchpoint tramite i quali avviene l'incontro.

Interagire con i clienti senza soluzione di continuità su più canali è un approccio sempre più diffuso (seamless). L'integrazione delle soluzioni già adottate è possibile grazie alle API sempre più potenti. Oppure si può optare per una delle piattaforme tecnologiche omnicanale, scegliendo quella più adatta alle proprie esigenze, che permette di rimanere in contatto con i propri utenti, fan e clienti nei momenti fondamentali.

Utilizzando questi strumenti, per lo più cloud e con contratti as a service, si possono creare e gestire workflow personalizzati e sofisticati, convogliare conversazioni disperse su molteplici fonti in un unico centro digitale, arricchirle di ulteriori dati utili integrandole con il CRM e analizzare i dati con un motore di intelligenza artificiale per estrarre le informazioni necessarie al momento giusto.

Come posso scegliere la soluzione omnicanale?

La piattaforma omnicanale perfetta per te dipende dagli obiettivi che vuoi raggiungere. Puoi scegliere una piattaforma in base alla capacità di supportare un team, per esempio il team del servizio clienti. Oppure potresti cercare una piattaforma altamente flessibile e utilizzabile su più team. Tuttavia, sono 8 gli aspetti da considerare:

- **Sicurezza dei dati.** Quando affidi a un software di terze parti i tuoi dati, devi assicurarti che la sicurezza sia solida. I dati dei clienti devono essere sempre protetti,

l'hashing e la crittografia dovrebbe essere utilizzata dove appropriato. È inoltre necessario che gli operatori possano avere accesso solo alle informazioni di cui hanno bisogno per svolgere il loro ruolo e solo quando svolgono il loro ruolo.

- Pronta all'uso. I tempi di implementazione sono ridotti se puoi utilizzare immediatamente la piattaforma.
- Aggiornamenti continui. È fondamentale poter contare su una tecnologia capace di seguire l'evoluzione dei progressi dell'innovazione.
- Flessibilità e scalabilità. Assicurati che la piattaforma possa crescere a seconda delle tue esigenze.
- Prezzi chiari. Verifica cosa potrai effettivamente fare a seconda del prezzo che scegli di pagare
- Analisi dei dati. La piattaforma che scegli dovrebbe avere un tool di analisi di dati che ti permetta di prendere decisioni aziendali, costruire nuovi obiettivi e parametri di riferimento per la tua attività.
- Interfaccia utente semplice da utilizzare. Questo è un requisito indispensabile per rendere rapido ed efficace il lavoro degli operatori.
- Supporto clienti. Quanto è tempestivo il supporto del tuo fornitore quando hai una domanda da porre.

Quali funzionalità sono strategiche in una piattaforma omnicanale?

Le soluzioni più evolute sfruttano appieno le potenzialità dell'intelligenza artificiale che permettono sia di gestire meglio le interazioni sia di trarre informazioni utili da ogni contatto.

Una piattaforma che preveda l'uso di chatbot, risponditori automatici, IVR intelligenti e tutto ciò che l'intelligenza

artificiale può offrire, migliora il customer journey e allo stesso tempo fornisce un supporto fondamentale al personale che segue i clienti. Azioni e compiti ripetitivi possono essere gestiti con sistemi automatizzati basati sull'intelligenza artificiale, lasciando all'operatore la gestione di attività più complesse che richiedono una competenza specializzata o capacità di contatto prettamente umane.

Un'altra funzionalità strategica è l'analisi dei dati provenienti dai sistemi di interazione coi clienti, per sfruttarli appieno in un'ottica di strategia di marketing e miglioramento della relazione. Secondo l'Osservatorio Omnichannel Customer Experience del Politecnico di Milano, la quasi totalità delle aziende italiane raccoglie e immagazzina dati anagrafici e dati sullo storico di un acquisto (86%). Circa tre su quattro lo fanno anche per i dati provenienti da sistemi di analytics su canali proprietari (79%), per le indagini di mercato e i sondaggi sulla customer satisfaction (76%) e per i risultati delle campagne pubblicitarie online (74%). Tuttavia, quasi un quarto delle aziende non integra ancora nessuna di queste informazioni per avere una fotografia unica sui suoi clienti. Chi lo fa (solo il 40%), lo fa gestendo due o tre tipologie di informazioni, tendenzialmente quelle più semplici. Unire un approccio omnicanale all'ascolto dei clienti, permette di creare una relazione fluida e pertinente indipendentemente dal canale utilizzato.

Oltre a ciò, vi sono funzionalità aggiuntive che facilitano la creazione di una relazione continua e positiva con i clienti. Il social listening permette di rispondere alle richieste sui social media da un'unica interfaccia e di tenere traccia delle menzioni del tuo marchio. In questo modo puoi monitorare il sentiment del cliente, parlargli sul canale preferito e rispondere pubblicamente ai reclami.

Avere a disposizione strumenti di reportistica avanzata permette di comprendere come i clienti utilizzano ciascun canale, quali problemi incontrano, quali canali vengono abbandonati e richiedono il passaggio a un canale diverso perché non soddisfano le richieste.

Le funzionalità di co-browsing e video consentono in molti casi di capire meglio il problema del tuo cliente e offrire un'assistenza migliore.

Indirizzare le richieste al canale e all'agente più adatto è una delle azioni che garantisce maggiore soddisfazione al cliente, che si vedrà accolto da chi è in grado di prendere in mano la situazione e risolverla. Lo puoi fare se la piattaforma omnicanale ha funzionalità avanzate per il routing, che solo con poche domande possono comprendere il problema del cliente e instradare la richiesta correttamente.

Le informazioni contestuali e la gestione della knowledge base permettono di personalizzare la conversazione e di essere certi che su ciascun canale le risposte siano complete e coerenti.

L'integrazione dei sistemi di pagamento nella piattaforma omnicanale è particolarmente utile per mantenere la conversazione sul canale in cui si sta svolgendo, rinforzando la fiducia e aumentando la soddisfazione del cliente.

Infine, avere la possibilità di utilizzare la firma digitale direttamente sul canale di contatto permette di chiudere i contratti senza interruzioni e in modo più semplice anche per il cliente.