



Distinguersi nel 2025

Customer Service Experience

INDICE

Introduzione	03
Aspettative sempre più alte	04
Dove s'inceppa l'ingranaggio	07
Servizio clienti come asset strategico	10
Tecnologia e umanità	12
Costruisci, non improvvisare	14

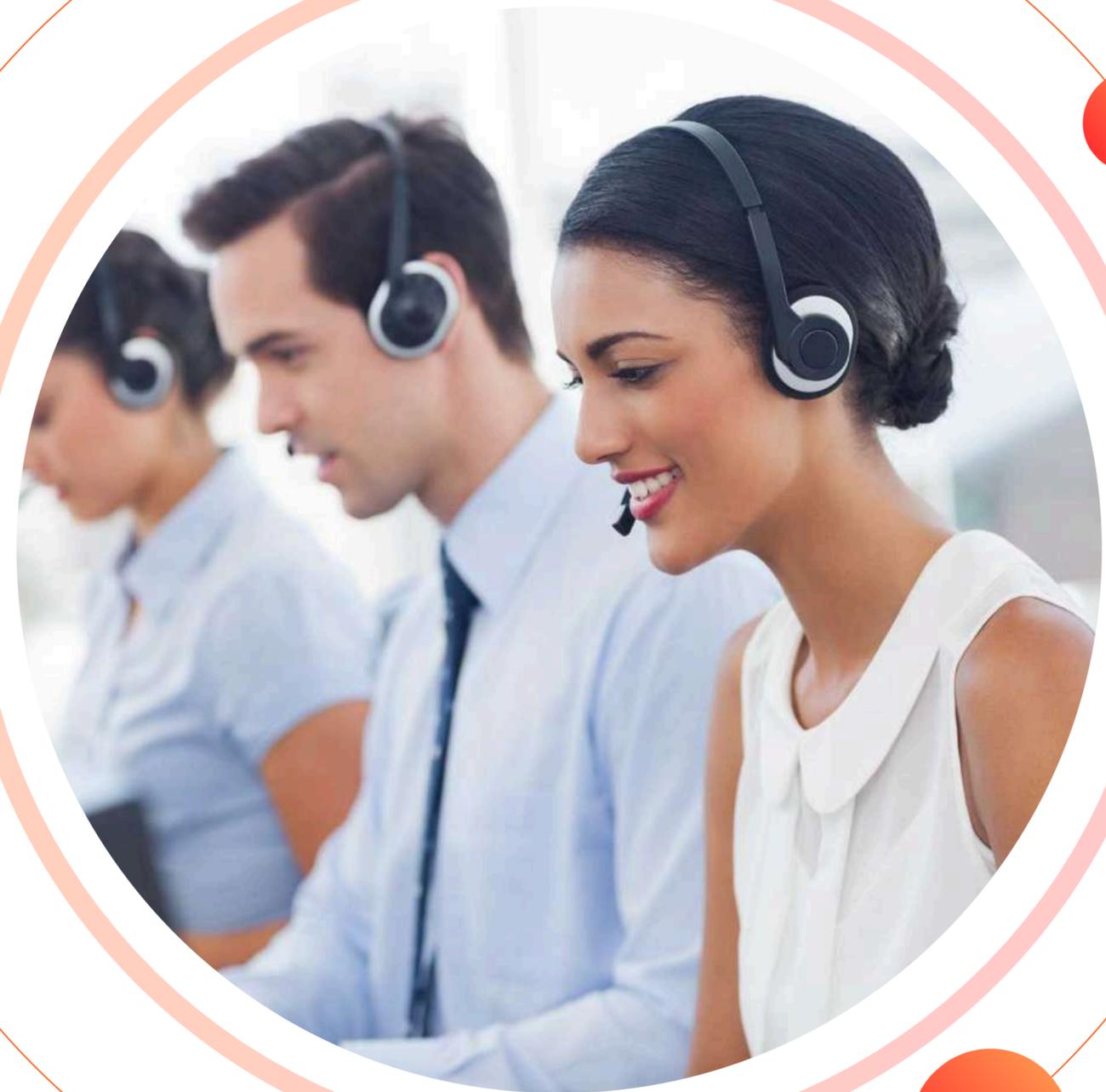


Il cliente non scrive, chiama o chatta per fare conversazione. Ma perché ha un problema, un dubbio, un'urgenza.

E proprio in quel momento si gioca tutto: credibilità, fiducia, continuità della relazione.

Non importa quanto sia eccellente il prodotto o quanto sia curato il sito web - se la **Customer Service Experience** fallisce, l'intera esperienza crolla.

Tempo di ripensare al servizio clienti come leva competitiva: chi riesce a costruire un'esperienza davvero efficace non solo trattiene i clienti, ma trasforma ogni contatto in un'opportunità di crescita concreta.



**ASPETTATIVE
SEMPRE PIÙ ALTE**





86%

dei consumatori è disposto a pagare di più per ottenere una Customer Experience superiore

degli utenti dichiara di abbandonare un brand dopo una sola esperienza negativa.

32%



dei consumatori si aspetta che le aziende comprendano le proprie esigenze in maniera istantanea.



dei consumatori richiede esperienze uniformi su tutti i canali, digitali e tradizionali.



DOVE SI INCEPPA L'INGRANAGGIO?





- **Tecnologie frammentate e non integrate:** molti contact center usano strumenti isolati e non integrati, causando inefficienze, attività duplicate e scarsa visibilità sul percorso cliente.
- **Processi rigidi e obsoleti:** procedure lente, silos interni e poca autonomia nei team rallentano le risposte e peggiorano l'esperienza cliente.

- **Assenza di una cultura centrata sul cliente:** il servizio clienti è spesso visto come un costo, con pochi investimenti in formazione e innovazione. La leadership fatica a promuovere un vero approccio orientato al cliente.
- **Esperienze incoerenti e impersonali:** canali non connessi costringono il cliente a ripetersi, generando frustrazione. Le interazioni risultano fredde e poco personalizzate.



SERVIZIO CLIENTI COME ASSET STRATEGICO





CRESCITA DELLA CUSTOMER SATISFACTION

+ 05%

per aziende che NON investono nella Customer Experience.

+ 20%

per aziende che investono in una Customer Experience Omnicanale.

+ 02%

CRESCITA DEI RICAVI

per aziende che NON investono nella Customer Experience.

+ 15%

per aziende che investono in una Customer Experience Omnicanale.

TECNOLOGIA E UMANITÀ QUESTIONE D'EQUILIBRIO





Il vero vantaggio competitivo nasce dalla combinazione di:

- **Tecnologie intelligenti** capaci di rendere i processi più fluidi, veloci e personalizzati.
- **Formazione del personale** in grado di gestire le interazioni con empatia e competenza.
- **Una visione integrata del cliente** per offrire esperienze coerenti e rilevanti lungo tutto il percorso.

COSTRUISCI, NON IMPROVVISARE





Investire nella **customer service experience** non è un lusso, ma una necessità.

Le aziende che trascurano questo ambito si condannano a una crescente irrilevanza.

I clienti non ricordano solo cosa hai fatto per loro. Ricordano come li hai fatti sentire.

E in un mondo sempre più connesso, quella sensazione può - e deve - fare la differenza.



BECLOUD
Solutions for innovation

GRAZIE



+ 39 02 2107 1005



marketing@becloudsolutions.com



www.becloudsolutions.it

