



**BECLLOUD**  
Solutions for innovation

Unifica. Semplifica. Scala:  
**la CX secondo**  
**BeCloud**

E come chi cresce davvero la costruisce

[becloudsolutions.com](https://becloudsolutions.com)





# Il paradosso dell'efficienza

I costi del customer service continuano ad aumentare, così come gli investimenti tecnologici. Tuttavia, l'efficienza non cresce allo stesso ritmo.

Oltre l'  
**80%**

delle organizzazioni **aumenta gli investimenti nella propria CX** ma, parallelamente, riscontra anche una **crescita di complessità operativa.**

Il problema non risiede nella mancanza di strumenti, ma nel modo in cui questi strumenti sono progettati, strutturati e integrati.

**Non è questione efficienza  
ma del sistema che la supporta.**





# Customer Service come motore di ricavi

Oggi il customer service non è più una semplice funzione di supporto. È diventato un driver fondamentale di ricavi, fidelizzazione e differenziazione competitiva. **I clienti non percepiscono le organizzazioni come insiemi di canali o reparti separati.** Vivono un'unica esperienza continua.



## L'Impatto sul Customer Life Value (CLV):

Un incremento immediato della velocità di risoluzione si traduce in un aumento diretto della fidelizzazione del cliente sul lungo periodo.

**Tasso di abbandono (Churn Rate) ridotto al 15%**

## L'impatto è misurabile



**Il 96% dei clienti** afferma che il servizio clienti influenza la scelta del brand.



I clienti sono **4 volte più propensi** a cambiare business a causa di un servizio cliente scadente rispetto a problemi di prezzo.



**I clienti sono disposti a pagare fino al 16%** in più per una Customer Experience omnicanale veloce, migliorata e ben gestita.



# Complessità come principale driver di costi

La maggior parte delle organizzazioni cerca di migliorare il servizio clienti aggiungendo nuove funzionalità:



**Nuovi  
Canali**



**Nuove  
Automazioni**



**Nuovi  
Sistemi**

Nel tempo, questo crea un contesto in cui i processi si sovrappongono, i dati vengono duplicati e le interazioni risultano... *scollegate*.

***Il risultato non è efficienza  
ma attrito operativo.***



delle organizzazioni gestisce pienamente i processi operativi quotidiani all'interno di un unico ambiente omnicanale.



# Omnicanalità e le sue sfide

Il punto dolente. La maggior parte delle aziende crede di essere omnicanale. I clienti, invece, riscontrano una realtà assai differente.

**56%**

dei clienti si ritrovano a **ripetere la stessa problematica** tra canali di comunicazione differenti.

Solo il  
**07%**

Trova una **Customer Experience davvero Omnicanale.**

## Quali fattori considerare per una CX Omnicanale

**Canali** Come avviene l'interazione

**Dati** Come vengono raccolte le interazioni

**AI** Automazione

Questi fattori esistono - ma spesso operano in maniera separata. La *vera* efficienza emerge quando sono **allineati e connessi tra di loro.**

# Con BeCloud



## Il tuo CRM aziendale

- Leader di mercato
- custom

## Tutti i tuoi canali

- Voce
- Mail
- Webchat
- SMS, RCS
- WhatsApp Business
- e molto altro

*Integrati*



## Una piattaforma cloud

*per gestire tutti i tuoi canali ASSIEME.*

## Una AI Suite

*Per liberare i tuoi agenti da task ripetitive.*

## Funzionalità uniche

*IVR, ACD, reportistica e molto altro.*

## Una visione complessiva

*strumenti di analitica e dashboard personalizzabili.*

## Integrazione CRM

*Tutti i tuoi dati aggiornati grazie alla nostra integrazione nativa.*



**BECLLOUD**

Solutions for innovation

**Scopri di più**

**[becloudsolutions.com](https://becloudsolutions.com)**

[marketing@becloudsolutions.com](mailto:marketing@becloudsolutions.com)

