

Tu chiamale se vuoi conversazioni:

9 modi per migliorare l'esperienza clienti con la messaggistica



Sommario

- 3 La rivoluzione della messaggistica
- 4 Conversazione: la nuova realtà del mercato
- 5 Trasformare l'assistenza
 - 5 Offrire un'assistenza clienti omnicanale
 - 6 Incorporare un servizio di messaggistica moderno in siti web e app
 - 7 Guidare le azioni dei clienti durante la conversazione
 - 8 Integrare i chatbot per un self-service su vasta scala
 - 9 Avviare la conversazione con il cliente
- 10 Estendere la conversazione
- 11 Parlare la lingua dei clienti
- 12 Condividere le conversazioni con i collaboratori
- 13 Monitorare il flusso della conversazione

La rivoluzione della messaggistica

Nell'ultimo decennio, la messaggistica ha cambiato radicalmente il nostro modo di interagire con amici e parenti nella vita privata. Grazie ad app dedicate come Facebook Messenger e WhatsApp, ormai è facilissimo entrare in contatto con chiunque, in ogni parte del mondo, e condividere i contenuti che ci interessano con le persone a cui teniamo di più. Diversamente dalle chat, la messaggistica è pensata in un'ottica di praticità e continuità, per rendere le relazioni digitali più piene.

Questa rivoluzione della messaggistica ha trasformato di pari passo le aspettative della clientela globale, che oggi esige di poter comunicare con la stessa completezza e agilità anche negli scambi commerciali, al di là della sfera privata.

I brand, consapevoli della novità, cercano di instaurare rapporti più personali proprio attraverso la messaggistica, rendendosi disponibili su tutti i canali frequentati dai clienti e sforzandosi di garantire un'interazione mirata e senza intoppi. In risposta alla crescente domanda globale di servizi di messaggistica B2C, colossi come Facebook, Google ed Apple stanno facendo a gara per proporre alle aziende soluzioni su misura.

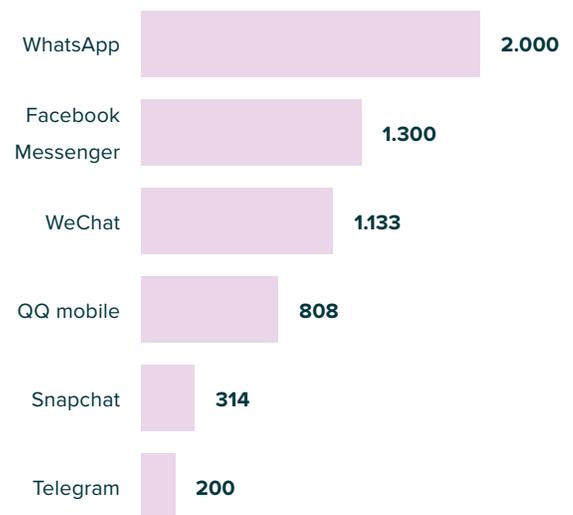
Per ogni nuovo canale, i brand devono fare in modo di offrire ai clienti un'esperienza coerente e un quadro dettagliato del loro rapporto con l'azienda, basato sui dati degli utenti connessi e su una funzionalità

9 clienti su 10

vogliono scambiare messaggi con i brand.

[Fonte](#)

Le app di messaggistica più popolari per utenti attivi ogni mese (in milioni)



a trecentosessanta gradi. Immagina cosa vuol dire per i clienti avere a disposizione i tuoi prodotti, gli ordini e molto altro attraverso un'esperienza in-app interattiva.

Spinte dalle aspettative sempre più alte dei clienti, le aziende sono in cerca di nuove soluzioni di messaggistica per entrare in contatto con loro. E le piattaforme di messaggistica integrate sono il modo migliore non solo per soddisfare queste attese e regalare ai clienti un'esperienza ottimale ovunque si trovino, ma anche per mettere un'ipoteca sul futuro del business. Queste piattaforme riuniscono i messaggi provenienti da qualsiasi canale in un'unica conversazione e danno agli sviluppatori tutta la flessibilità e gli strumenti indispensabili per creare esperienze di messaggistica scalabili. Il risultato? Una marcia in più in termini di coinvolgimento, soddisfazione dei clienti e costruzione di un rapporto basato sulla conversazione.

Conversazione: la nuova realtà del mercato

Le conversazioni in ambito commerciale stanno trasformando completamente le dinamiche di interazione fra brand e clienti. Usare la messaggistica come mezzo di coinvolgimento implica una maggiore praticità e flessibilità sia per gli agenti che per i clienti stessi, che sono liberi di leggere e rispondere quando sono più comodi.

Oltre a contenere le spese operative, i grandi brand che si affidano a funzioni di automazione, chatbot e messaggistica complete hanno l'opportunità di favorire il self-service e spingere i clienti ad agire in completa autonomia dall'interfaccia di comunicazione. Puntare sulla conversazione significa non limitarsi a prestare assistenza, ma creare nuove occasioni per coinvolgere e convertire i clienti, arrivando al punto di completare le transazioni tramite messaggistica.

Una piattaforma di messaggistica aperta per un'esperienza clienti basata sulla conversazione

Quando si parla di conversazione in ambito aziendale, la piattaforma di messaggistica [Sunshine Conversations](#) non teme rivali. L'API singola unifica i messaggi provenienti da tutti i canali in un solo profilo cliente e una sola conversazione, mentre i potenti SDK per il web e i dispositivi mobili consentono di attivare un avanzato sistema di messaggistica in-app su qualsiasi dispositivo, per avviare conversazioni più coinvolgenti sui prodotti e sui servizi di cui i clienti usufruiscono quotidianamente.

Sunshine Conversations è aperta e flessibile: l'esperienza "chiavi in mano" si può ottimizzare in qualsiasi momento con opzioni di automazione, chatbot ed estensioni che vanno ben oltre la finestra di conversazione. La visualizzazione condivisa del cliente, inoltre, offre il doppio vantaggio di poter inserire altri collaboratori o sistemi nella conversazione e di mettere a frutto i dati ricavati dall'interazione per trasformare l'assistenza in un'occasione di business conversazionale in qualsiasi step del percorso dei clienti.

Ecco 9 consigli su come utilizzare Sunshine Conversations e le piattaforme di messaggistica aperte per passare da un servizio clienti standard a una conversazione proficua per l'attività commerciale.



Dall'assistenza alla conversazione con Sunshine Conversations

1 Offrire un'assistenza clienti omnicanale

Se le conversazioni rimangono isolate al sito web, all'app mobile o ai canali social in cui avvengono, diventa piuttosto complicato riconoscere un cliente nel momento in cui si rivolge al servizio di assistenza. Senza una visione unificata della conversazione, ai team responsabili del coinvolgimento clienti manca un prezioso elemento: il contesto, in tutti i punti di contatto.

Con Sunshine Conversations, invece, i clienti sono liberi di avviare la conversazione nel canale che preferiscono e di passare da uno all'altro a loro totale discrezione. L'API unificata si collega a decine dei canali di messaggistica più diffusi per implementare una strategia di comunicazione a prova di futuro. Non solo: la piattaforma cresce insieme all'attività dell'azienda, grazie alla possibilità di aggiungere facilmente nuovi canali, e conserva un solo registro della conversazione con il cliente.



Nel settore dei media e dell'intrattenimento, ad esempio, gli utenti possono inoltrare richieste in merito al loro servizio di streaming preferito da qualsiasi app o dispositivo. Sunshine Conversations dà modo agli agenti di riprendere la conversazione e visualizzare lo storico dei messaggi scambiati online in qualsiasi canale, per risolvere i problemi in tempo record.



Le società che offrono servizi finanziari possono avviare una conversazione su canali pubblici come Facebook Messenger e in un secondo momento, prima di richiedere i dati personali o le informazioni finanziarie a norma di legge, trasferire il cliente allo strumento di messaggistica nativo del proprio sito web o dell'app mobile, dove la conformità e la crittografia end-to-end sono garantite al 100%.

Incorporare un servizio di messaggistica moderno in siti web e app

Oggi come oggi, i clienti si aspettano che l'esperienza di messaggistica sui siti e nelle app dei brand rispecchi quella dei leader di settore, come Facebook o la Business Chat di Apple.

Tradotto: le proprietà digitali dell'azienda devono essere in grado di gestire una conversazione asincrona e slegata dalla sessione, che non si limiti ai semplici SMS.

Sunshine Conversations si avvale delle ultimissime tendenze nel campo della messaggistica, che sono integrate in modo nativo negli SDK per i siti web e le app. La comunicazione diventa persistente e asincrona sia sul web che su Android e iOS, grazie a conferme di lettura, indicatori di digitazione, contenuti avanzati (le GIF, per citarne uno), risposte rapide e condivisione della posizione.



Per fornire un servizio all'insegna della massima comodità, gli operatori del settore delle telecomunicazioni devono da un lato modernizzare l'esperienza sul proprio sito e dall'altro ottimizzare il numero di dipendenti. In questo modo, i clienti possono aprire una conversazione senza soluzione di continuità per informarsi sui nuovi servizi o chiedere assistenza, anche quando il tempo di replica non è immediato.



Gli sviluppatori di app possono incorporare la messaggistica direttamente nei loro prodotti per semplificare l'assistenza. La cronologia dell'intera conversazione è sempre disponibile e, inviando immagini o link a tutorial, la risoluzione dei problemi risulta molto più snella da entrambe le parti.

Guidare le azioni dei clienti durante la conversazione

Nelle normali sessioni di chat, i clienti possono solo porre domande lineari e ricevere risposte *hic et nunc*, ma adesso non basta più: l'esperienza di scambio deve consentire a chi si trova davanti allo schermo di agire autonomamente e di fare di più in tutte le fasi del ciclo di vita.

Sunshine Conversations dà accesso a messaggi avanzati come caroselli, elenchi a discesa e moduli e fornisce agli sviluppatori gli strumenti per creare esperienze integrate che permettono agli utenti di intervenire in prima persona nel corso del ciclo di vita. Le estensioni basate su webview portano i clienti oltre la finestra di conversazione, permettendo loro di effettuare prenotazioni, prendere appuntamenti e completare i pagamenti senza mai abbandonare la chat.



Gli operatori del commercio al dettaglio online possono creare app che mettono i clienti in condizione di chattare con gli stilisti, farsi consigliare outfit e accessori personalizzati, sceglierli comodamente dai caroselli e completare l'acquisto nella conversazione, trasformando l'app in una fonte di guadagno.



I ristoranti possono dare ai clienti la possibilità di prenotare pranzi e cene alla data e all'orario che preferiscono tramite menu a tendina e risposte rapide, selezionando persino il tipo di tavolo e il posto da elenchi e moduli ad hoc.

4 Integrare i chatbot per un self-service su vasta scala

L'ascesa dei chatbot e dell'AI è stata determinante per automatizzare e semplificare le interazioni con i clienti in base all'evoluzione dell'azienda. Non disporre di questi strumenti significa rinunciare all'opportunità di automatizzare i task più semplici, di ridurre i costi operativi e di fare in modo che gli agenti si concentrino sul lato umano della conversazione.

Sunshine Conversations permette di integrare AI e chatbot nelle app di messaggistica per modellare esperienze automatiche, ma al tempo stesso personalizzate, che faranno la differenza rispetto ad altre esperienze digitali.

L'API conversazioni è la chiave per attingere ai dati di terzi e contestualizzare i messaggi, aumentando esponenzialmente l'autonomia degli utenti.



I fornitori di servizi finanziari possono incorporare nei siti web e nelle app native chatbot capaci di assistere i clienti nelle operazioni di routine, come verificare il saldo del conto corrente, disporre un pagamento, trasferire denaro o persino visualizzare il merito creditizio online.



Sfruttando il potenziale dell'AI e dei bot, le compagnie assicurative possono stilare preventivi per l'assicurazione auto insieme ai clienti a partire dai dettagli ricavati dalla conversazione (informazioni sul veicolo, chilometraggio, attestato di rischio, patente).

Avviare la conversazione con il cliente

Nell'era digitale, i clienti sono distratti e può essere difficile trovare il momento giusto per coinvolgerli nell'arco del ciclo di vita. Per fidelizzarli, le aziende devono individuare i loro problemi, facendo leva sugli strumenti giusti.

Sunshine Conversations consente di [avviare la conversazione](#) con i clienti e inoltrare automaticamente i messaggi sul canale che preferiscono. Personalizzare i punti di contatto della messaggistica lungo il customer journey è fondamentale per aumentare il grado di coinvolgimento e soddisfazione dei clienti, indipendentemente da quanti sono.



I provider di servizi di telecomunicazione possono ovviare all'escalation dei ticket segnalando proattivamente ai clienti le spese extra per il consumo di dati e incrementare i profitti proponendo opzioni di upgrade. La conversazione è anche un'occasione per comunicare in anticipo eventuali interruzioni del servizio o ricordare i pagamenti imminenti o scaduti.



I retailer online possono ricorrere a una messaggistica proiettata verso l'esterno per suscitare l'interesse dei clienti con promozioni personalizzate, o riportarli al carrello per completare una transazione.

Estendere la conversazione

Le relazioni con i clienti sono diventate articolate e spesso coinvolgono più parti, interne o esterne all'azienda. L'avvento dei marketplace e della gig economy ha generato nuove esigenze, nello specifico mettere in contatto venditori e acquirenti, fornire assistenza a gruppi di clienti e gestire collaborazioni complesse fra i team interni. Senza una soluzione in grado di riunire le conversazioni one-to-one frammentate, clienti e aziende brancolano nel buio.

Una soluzione esattamente come Sunshine Conversations, pensata per riunire gli interlocutori in un'unica conversazione con tutte le funzionalità della messaggistica moderna. [Multiparty per Sunshine Conversations](#) gestisce i partecipanti e monitora le conversazioni per garantire il pieno controllo delle richieste di assistenza su più fronti.



I marketplace possono mettere in collegamento gli acquirenti con i venditori e i corrieri con gli autisti e monitorare attivamente o passivamente ogni scambio di comunicazione, intervenendo per gestire escalation e contestazioni, se necessario.



Le società finanziarie possono attivare una comunicazione diretta fra broker o gestori di portafogli e clienti su qualsiasi canale. Grazie a Multiparty per Sunshine Conversations, possono tenere le fila della conversazione da entrambe le parti e accedervi in qualsiasi momento per generare report e procedere alle verifiche di conformità.

Parlare la lingua dei clienti

Globalizzare l'assistenza clienti, rendendola disponibile in tutte le possibili lingue, può essere impegnativo. Le aziende devono capire chiaramente il contesto e l'intenzionalità di tutte le problematiche sollevate dai clienti per offrire loro un'esperienza trasparente e perfettamente integrata.

Con Sunshine Conversations bastano pochi istanti per tradurre e arricchire i messaggi di preziosi elementi di contesto, ottimizzando l'interazione. Inserire servizi di terzi (come le traduzioni da e verso due lingue) e rilevare l'intenzionalità è fondamentale per prevedere le reazioni dei clienti e capire cosa vogliono dire veramente con un messaggio.



Gli operatori del settore dell'ospitalità e le catene alberghiere possono tradurre i messaggi dei viaggiatori di tutto il mondo in tempo reale per fornire allo staff dell'hotel il contesto della conversazione e consentire di rispondere nella lingua locale.



I provider di servizi di telecomunicazione possono ricorrere all'elaborazione del linguaggio naturale (NLP) per capire l'opinione del cliente e consigliare le azioni successive o procedere automaticamente all'escalation del ticket, riducendo il tasso di abbandono.

8 Condividere le conversazioni con i collaboratori

Il boom dei nuovi canali e dei software aziendali per il coinvolgimento dei clienti ha reso più difficile per i brand capire le relazioni con il loro pubblico. Più l'azienda cresce, più questo approccio crea conversazioni compartimentate che costringono i clienti a ripetersi e isolano i team di vendita, assistenza e marketing in mondi paralleli.

Sunshine Conversations prende gli scambi sui vari canali e li unifica in una sola conversazione, creando una visione olistica del cliente che favorisce la circolazione delle informazioni all'interno dell'azienda. Facendo riferimento a una discussione unica e ininterrotta, i vari reparti hanno accesso ai dati indispensabili per migliorare l'esperienza clienti e ridurre al minimo gli ostacoli indesiderati.



Gli istituti di credito possono tenere traccia dei clienti che richiedono assistenza su vari canali, tra cui WhatsApp, Facebook e il Web. A seconda del contesto, è possibile girare le domande sui mutui al reparto vendite, marketing o assistenza, mantenendole comunque all'interno di una conversazione continua con l'azienda.



I retailer e le aziende del settore manifatturiero possono ricorrere alla messaggistica per aggiornare i clienti sullo stato degli ordini nella value chain. In questo modo, in caso di problemi, tutti hanno sott'occhio i messaggi inviati durante il percorso dei clienti e la risoluzione sarà molto più rapida.

Monitorare il flusso della conversazione

Fra chatbot, automazione e infrastrutture di messaggistica multi-reparto, tenere sotto controllo le conversazioni con i clienti è un'impresa sempre più ardua. Alle aziende serve una soluzione per definire le regole di coinvolgimento a livello centrale, in modo tale da snellire il passaggio di consegne fra team e l'automazione di più sistemi, e di conseguenza l'esperienza clienti.

Orchestration per Sunshine Conversations è un tool pensato per centralizzare la progettazione e la gestione delle conversazioni tra bot, canali e tutti i software per il coinvolgimento dei clienti. Sfruttando le parole chiave, la logica condizionale e le opinioni dei clienti, si può creare un'esperienza di messaggistica di prossima generazione, non solo integrata ma anche personalizzata.



Gli e-commerce possono utilizzare i bot per deviare i ticket di routine e inoltrare le richieste ad alto impatto, complete della cronologia della conversazione, a un addetto alle vendite in carne e ossa, che potrà prestare assistenza. Il contesto della conversazione sarà utile ai team di marketing per aggiornare i segmenti di clientela e studiare campagne di upselling mirate.



Le aziende del settore delle spedizioni e della logistica possono trattare i dati basati sugli eventi per conoscere l'esatta posizione di un ordine e trasmettere automaticamente le conversazioni ai diretti interessati, ad esempio lo staff di un ristorante o l'autista che ha preso in carico la consegna.

Vuoi trasformare la conversazione nella carta vincente della tua azienda?

Ulteriori informazioni su www.zendesk.it/conversations

Consulta il report [Zendesk State of Messaging](#)



zendesk