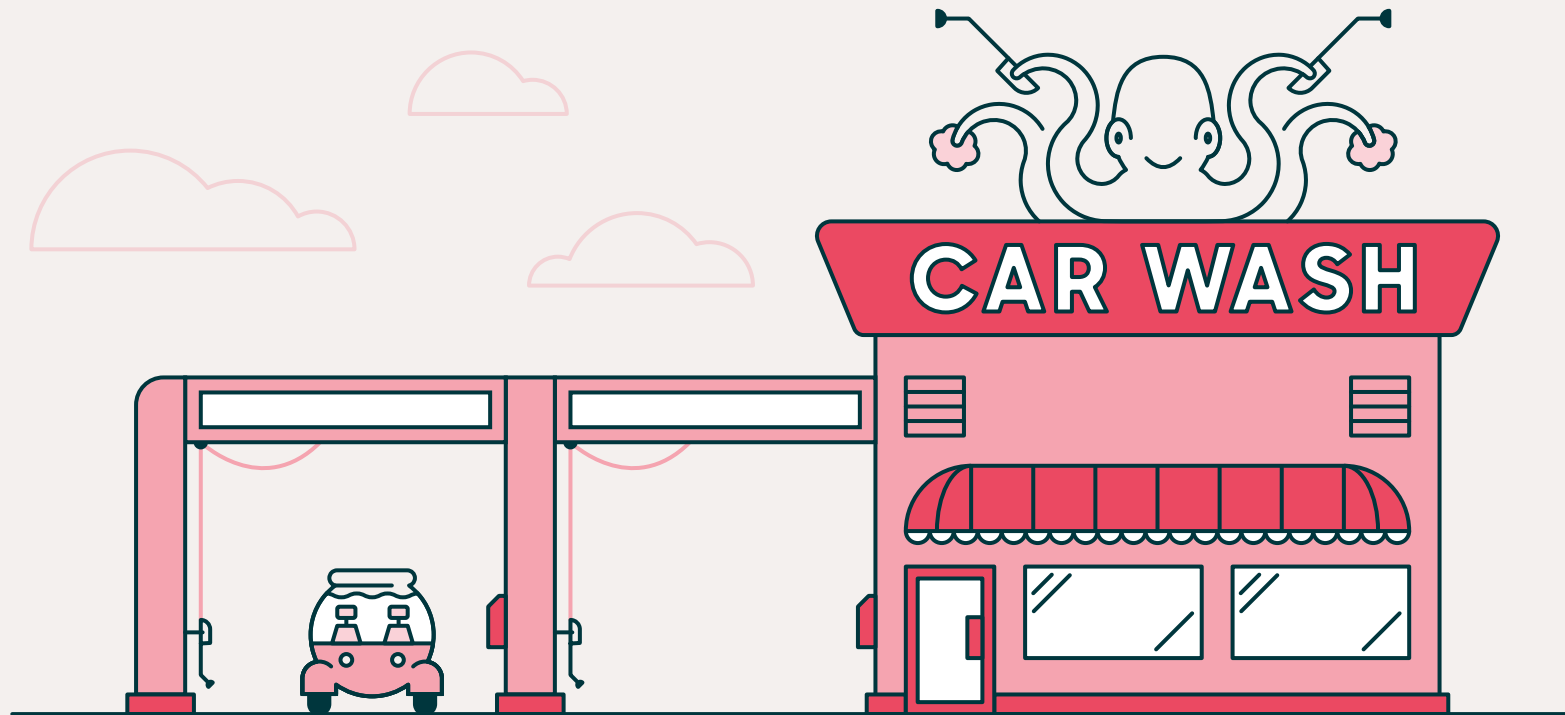


# Guida introduttiva per Zendesk Guide



# Introduzione

Non c'è niente di più gratificante che risolvere un problema senza l'aiuto di qualcuno. Ed è per questo che, quando si parla di assistenza clienti, il 73% dei consumatori vuole risolvere autonomamente i problemi relativi a prodotti e servizi e il 90% di essi ora si aspetta dalle aziende l'implementazione di un portale di assistenza self-service.

Il supporto self-service offre l'accesso ininterrotto alle informazioni, senza dover aspettare una risposta da parte di un agente. È uno dei canali più economici per fornire un servizio clienti di valore con tassi di risoluzione elevati. Tuttavia, il successo dell'assistenza self-service online dipende dalle caratteristiche di qualità, quantità e accessibilità dei contenuti della Knowledge base.

È utile quindi introdurre il concetto di gestione della conoscenza. Secondo Gartner, la gestione della conoscenza, o Knowledge management, è “un approccio integrato alla gestione del capitale intellettuale di un'azienda, ossia l'elaborazione di tutte le informazioni riguardanti le 'best practice', i processi essenziali e l'ambiente operativo dell'organizzazione”.

Per fornire soluzioni self-service utili, le aziende devono creare una Knowledge base con contenuti in grado di rispondere alle domande più complesse dei clienti.

La difficoltà è capire quale tipo di contenuti inserire nella Knowledge base e come migliorare costantemente le soluzioni self-service dell'organizzazione. Ecco perché abbiamo introdotto Zendesk Guide, una Knowledge base intelligente per un'assistenza self-service che sia più efficace per i clienti e più efficiente per gli agenti.

Guide è l'unica soluzione basata su Knowledge base che funziona in modo nativo in Zendesk Support per ricavare utili contenuti dai ticket risolti, fornire risorse self-service perfettamente integrate e permettere agli agenti di rispondere ai clienti in modo rapido e preciso. Guide è l'evoluzione del Centro assistenza ed è stata sviluppata per mettere a frutto le conoscenze degli agenti e fornire un maggior numero di contenuti pertinenti con nuove funzioni avanzate, come il Suggeritore automatico, uno strumento basato su algoritmi di intelligenza artificiale.

Questo eBook contiene istruzioni per muovere i primi passi con Guide e suggerimenti dettagliati per fornire un'esperienza clienti ottimizzata e assistenza più rapida e intelligente tramite soluzioni self-service contestuali.

Il percorso verso il self-service può essere suddiviso in tre fasi principali.

## Fase 1

# Creazione di una Knowledge base di qualità

Una Knowledge base è più di un semplice database di informazioni; è una libreria self-service online dinamica, utilizzabile sia dai clienti che dagli agenti. Mettere insieme una Knowledge base è relativamente semplice; più difficile è arricchirla di informazioni di qualità e facilmente accessibili. Con contenuti gestiti correttamente, però, la Knowledge base può aiutare a rispondere alle domande ripetitive, in modo che gli agenti siano liberi di risolvere i casi più complicati.



## Raccolta di informazioni utili

### Ticket risolti al primo contatto

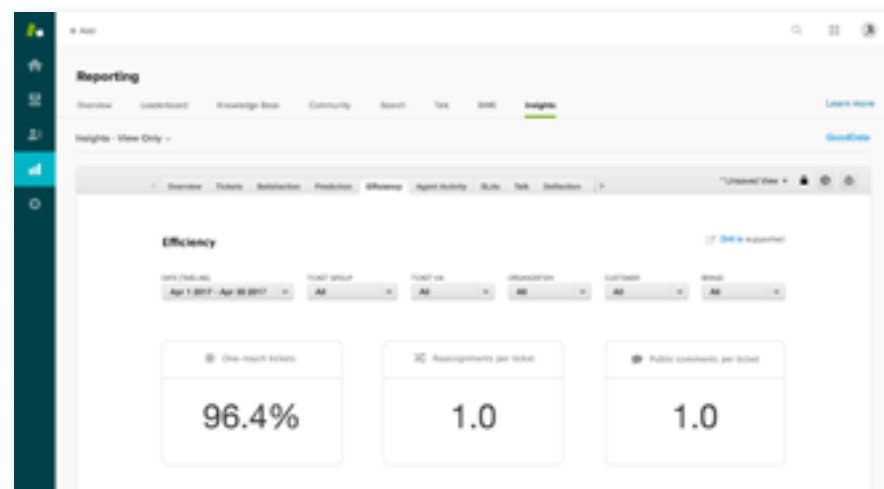
Il tempo degli agenti è prezioso. Se sono sovraccarichi di domande semplici, non possono risolvere i casi più complessi. È vero che alti tassi di soluzione al primo contatto sono indice di efficienza, ma è altrettanto vero che possono rappresentare un'ottima opportunità per fornire risposte più immediate tramite soluzioni self-service, come una pagina FAQ. I ticket risolti al primo contatto possono offrire dettagli su quali siano le richieste ricevute più di frequente dal team e quale tipo di contenuti self-service l'organizzazione dovrebbe sviluppare. Per calcolare la percentuale di ticket risolti al primo contatto, il team può selezionare la scheda Efficienza nel dashboard Insights di sola visualizzazione di Zendesk Support. Tale percentuale è indicata nell'angolo in alto a sinistra ed è utile per valutare quanto tempo gli agenti dedicano alla soluzione dei ticket più semplici, che potrebbero essere risolti con articoli self-service.

### Risposte automatiche

Un'altra fonte di informazioni per la creazione di contenuti utili sono le 5-10 macro più usate dal team del servizio clienti, che possono essere trasformate in brevi articoli self-service per il Centro assistenza. Le macro sono risposte automatiche preparate per rispondere rapidamente alle domande più comuni.

### Knowledge base interna

Le aziende che dispongono di una wiki interna o di altre fonti di informazioni rilevanti possono metterle a disposizione dei clienti come contenuti self-service.



## Creazione di un chiaro flusso di contenuti

I clienti vogliono risposte semplici e lineari.

Per creare contenuti self-service chiari e facilmente utilizzabili:

- il testo deve essere breve e conciso;
- il linguaggio deve essere semplice, senza gergo specialistico;
- gli elementi multimediali, come video e immagini, sono utili e devono essere inclusi quando possibile.

## Maggiore visibilità della Knowledge base

Una Knowledge base con contenuti di qualità è utile solo se i clienti sono in grado di sfogliare con efficacia il Centro assistenza. Gartner evidenzia che ottimizzando la presentazione dei contenuti contestuali agli agenti o ai clienti, si possono ridurre i tempi di risposta del 20-80%. Seguono alcuni suggerimenti per migliorare la visibilità dei contenuti.

### Etichettatura degli articoli

Guide permette di etichettare gli articoli pertinenti con parole chiave che li rendano più facilmente reperibili. Guide è anche compatibile con le tecniche di ottimizzazione SEO, grazie alle quali i motori di ricerca come Google suggeriscono la Knowledge base ai clienti che cercano informazioni su un particolare argomento.

### Aiuto contestualizzato

- La Guida contestuale all'interno del Web Widget permette di presentare direttamente i contenuti più rilevanti; in questo modo, i clienti non devono uscire dal sito web quando hanno bisogno di assistenza. Con la Guida contestuale, i principali contenuti relativi a una pagina web vengono proposti istantaneamente al visitatore, prima ancora che inizi a digitare una ricerca.
- Le aziende che dispongono di un'app mobile, possono usare l'SDK per dispositivi mobili per fornire aiuto direttamente all'interno dell'app. Ulteriori informazioni.

### Accessibilità ai contenuti self-service

I clienti spesso contattano l'azienda perché non sanno che è disponibile un Centro assistenza online o perché vogliono una risoluzione rapida senza dover cercare. Il Suggeritore automatico di Guide consiglia istantaneamente gli articoli self-service più pertinenti a ciascuna richiesta, incoraggiando velatamente i clienti a trovare la soluzione in modo autonomo. Quando i contenuti suggeriti sono sufficienti a risolvere il problema, al cliente viene offerta la possibilità di chiudere la richiesta. In caso contrario, il cliente può fornire il proprio feedback mentre viene trasferito a un agente dell'assistenza. Il Suggeritore automatico di Guide risolve le richieste ripetitive e aumenta la consapevolezza dei clienti in merito alle soluzioni self-service dell'azienda.

## Fase 2

# Potenziamento dell'efficienza degli agenti

Una Knowledge base riservata agli agenti può potenziarne l'efficienza per un servizio più preciso e coerente e tassi di risoluzione più elevati. Un servizio di assistenza più rapido e intelligente si basa anche sull'accesso istantaneo a informazioni chiave come le procedure da seguire per ricercare le cause dei problemi. Tuttavia, può essere difficoltoso per il team attingere dalle conoscenze dei singoli agenti. Ecco perché la centralizzazione del capitale intellettuale del team è così importante.



## Creazione, condivisione e ricerca delle conoscenze degli agenti

Sebbene gli agenti siano una miniera di informazioni preziose, spesso queste conoscenze non sono documentate. Può essere difficile trovare il tempo per documentare e condividere le informazioni con il team, specialmente se per farlo gli agenti devono seguire un workflow con cui non hanno dimestichezza. Spesso si tratta di attività aggiuntive alle normali mansioni degli agenti e le organizzazioni possono non avere le risorse per garantire che ciò venga fatto.

L'app [Revisione contenuti](#) di Guide permette agli agenti di creare contenuti non appena risolvono un ticket, semplicemente scegliendo uno dei modelli disponibili. L'app consente anche di segnalare gli articoli eventualmente da aggiornare. Con gli strumenti giusti, il team dell'assistenza può riutilizzare rapidamente e senza sforzo soluzioni già fornite con efficacia nel passato, arricchire in modo semplice e continuativo la Knowledge base e offrire un servizio efficiente e coerente.

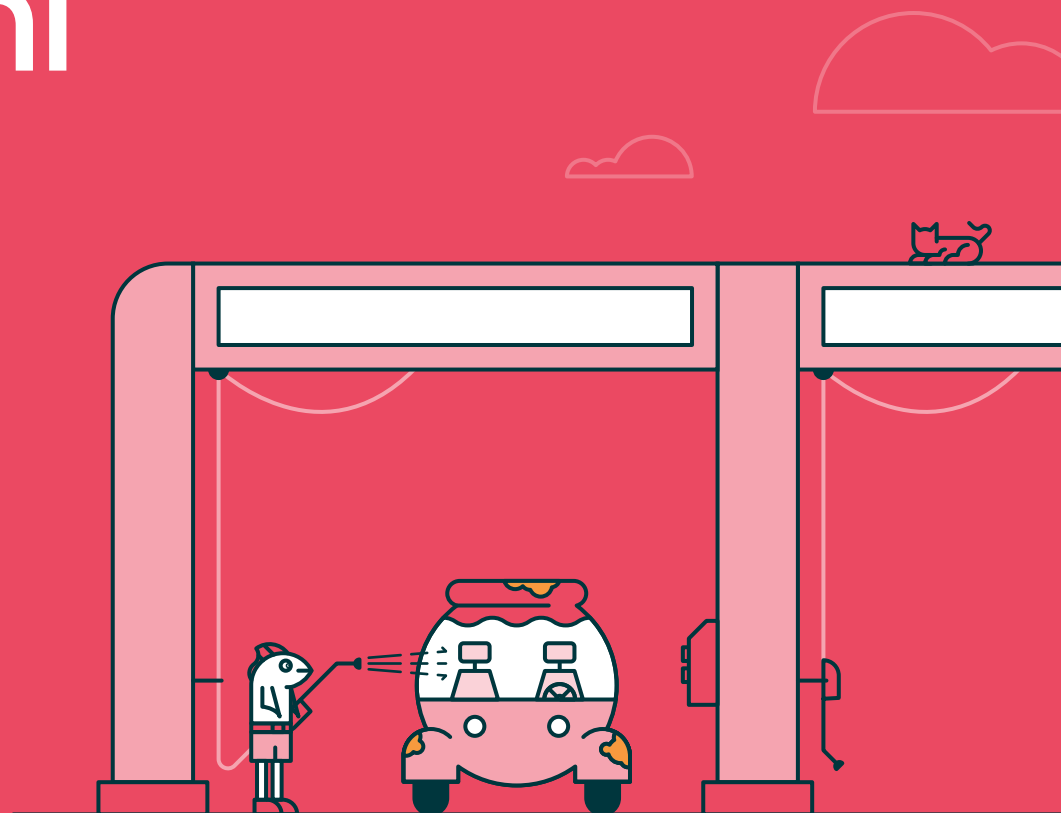
## Creazione di una Knowledge base riservata agli agenti

La creazione di una Knowledge base privata aiuta ulteriormente il team a trovare rapidamente le risposte più accurate. Guide permette agli agenti di contribuire all'arricchimento dei contenuti e condividere informazioni man mano che risolvono i ticket dall'interfaccia agenti. Ogni contenuto creato può essere inserito privatamente nella Knowledge base centralizzata oppure pubblicato nel Centro assistenza visibile ai clienti. La pronta disponibilità delle conoscenze dell'organizzazione, permette anche di rendere più rapida ed efficace la formazione dei neoassunti. Secondo la [KCS Academy](#), l'ottimizzazione delle risorse può migliorare la soddisfazione dei dipendenti del 20%-40%. Accedendo alla conoscenza collettiva, i nuovi agenti non devono affidarsi unicamente ai colleghi più esperti e possono attingere autonomamente a una risorsa centrale per trovare le risposte a problemi interni o alle richieste dei clienti.

## Fase 3

# Ottimizzazione delle soluzioni self-service

L'ottimizzazione e il miglioramento continuo dei contenuti self-service dovrebbero essere abitudini integrate nella cultura aziendale. Le organizzazioni che dispongono di un Centro assistenza attivo troveranno utili i suggerimenti inclusi in questa sezione per consolidare le risorse self-service.





## **Evoluzione della Knowledge base**

Con gli strumenti giusti è più facile migliorare le soluzioni self-service. L'app [Pathfinder](#) offre alle aziende dettagli sulle attività self-service dei clienti, indicando se questi hanno consultato i forum della community o gli articoli del Centro assistenza prima e dopo aver inviato i ticket. Gli agenti possono usare l'app per scoprire ciò che i clienti fanno prima di chiedere aiuto. Possono inoltre valutare l'efficacia dei diversi articoli e segnalare quelli che necessitano di aggiornamenti con l'app [Revisione contenuti](#).

L'app [Revisione contenuti](#) è fondamentale per preparare e arricchire i contenuti della Knowledge-base. Consente agli agenti di creare risorse all'istante e di contrassegnare gli articoli che devono essere migliorati. Per ogni segnalazione degli agenti, l'app crea un ticket di aggiornamento. In Zendesk Support è possibile elencare successivamente tutti i ticket in una vista dedicata per esaminare gli articoli e le modifiche necessarie.

## Valutazione delle prestazioni tramite l'analisi dei report

I report sono essenziali per valutare l'efficacia dei contenuti self-service. I tre dashboard Insights di Zendesk Support sono un'importante risorsa di informazioni. L'icona con il grafico a barre sulla sinistra dell'account apre la sezione Generazione rapporti, con le schede dei dashboard Knowledge base, Community e Ricerca sotto l'intestazione della pagina. Come nel dashboard Panoramica, che si apre inizialmente nella sezione, il filtro temporale permette di esaminare i tre mesi precedenti.

### Dashboard Knowledge base

La sezione Knowledge base mostra informazioni essenziali, come il numero di articoli pubblicati, il totale delle visualizzazioni, i voti di valutazione, le iscrizioni agli articoli da parte dei visitatori e i commenti riguardanti gli articoli. È possibile passare da un grafico all'altro, definire un intervallo di date, filtrare i dati in base al brand e persino estrarre uno specifico canale dalla visualizzazione predefinita delle statistiche riguardanti il Centro assistenza, l'SDK per dispositivi mobili e il Web Widget.



## Dashboard Community

La presenza di una community incoraggia i clienti a collaborare fra loro e con l'azienda. Offre uno spazio per porre domande, fornire feedback e soprattutto consentire agli utenti di aiutarsi l'un l'altro. Il dashboard Community presenta statistiche come: il numero di domande pubblicate, il totale delle visualizzazioni, i voti, quante conversazioni vengono seguite e quante risposte sono state postate.

In una situazione ideale, il traffico dovrebbe rimanere costante o tendere all'aumento; se però si nota un drastico calo, può essere utile indagare per comprendere come i clienti si muovono all'interno della community. Consigliamo di usare [Google Analytics](#) su tutti i siti aziendali, incluso il Centro assistenza o la community di Guide, per analizzare i percorsi presi dagli utenti e individuare eventuali tendenze. Basta inserire l'ID di monitoraggio nelle Impostazioni generali di Guide; comparirà il flusso di eventi che evidenzia nell'account Google Analytics i percorsi degli utenti fra le pagine e gli articoli.



## Dashboard Ricerca

Spesso i clienti, per motivi diversi, non riescono a trovare le risposte disponibili nel Centro assistenza. La scheda Ricerca di Guide mostra i termini esatti inseriti dagli utenti nelle ricerche. Si tratta di informazioni preziosissime in quanto, comprendendo il modo in cui vengono formulate le domande, l'organizzazione può comunicare meglio con i clienti e contrassegnare i contenuti con etichette più efficaci.

Le ricerche senza risultati o selezioni indicano che gli utenti non sono riusciti a trovare informazioni importanti, che avrebbero potuto ridurre il volume di ticket. L'analisi dei dati evidenzia, inoltre, le opportunità di miglioramento dei contenuti. Questo dashboard è stato ideato per consentire all'azienda di scoprire i contenuti maggiormente ricercati dagli utenti e valutare l'efficacia delle risorse pubblicate.



# Conclusione

Una Knowledge base con opzioni self-service contestuali può aiutare a ottimizzare l'assistenza fornita grazie a migliori tassi di soluzione, ridotti costi operativi e un servizio continuativo 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana. Le risorse self-service aiutano i clienti a trovare soluzioni in autonomia e, di conseguenza, liberano gli agenti, che possono concentrarsi su problemi più complessi.

**[Scarica Zendesk Guide qui.](#)**

