



Comunicazioni aziendali nell'era della nuova normalità



Panoramica

Nella prima metà del 2020 il termine "senza precedenti" è diventato un cliché.

Il nostro modo di vivere, di acquistare e di lavorare è stato improvvisamente capovolto. La crisi sanitaria globale ha costretto, quasi da un giorno all'altro, intere attività a chiudere i battenti e famiglie a restare a casa.

Tutto ciò ha avuto un impatto significativo in molti ambiti, incluso quello delle comunicazioni aziendali. Molti contact center hanno dovuto affrontare una notevole sfida per resistere al vertiginoso aumento della domanda. Allo stesso tempo, le aziende hanno scoperto di essere impreparate per operare in un contesto in cui l'ufficio tradizionale non era un'opzione percorribile.

Ora, man mano che il mondo riprende la normalità e i paesi riaprono gradualmente le attività, tutte le organizzazioni devono avere un piano. Gli attuali leader di mercato devono garantire di essere pronti a fornire le esperienze che dipendenti e clienti si aspettano.

Le soluzioni cui domani si affideranno le aziende per assicurare le comunicazioni avranno un impatto significativo sul loro futuro.



Il nuovo posto di lavoro: l'ascesa del telelavoro

Il lockdown imposto a causa della pandemia ha innescato una massiccia trasformazione a più livelli nelle aziende di oggi. D'improvviso, dal mattino alla sera, il telelavoro e il lavoro a distanza sono aumentati vertiginosamente. Le aziende hanno riconosciuto che l'unico modo per garantire [la continuità di business](#) in questo periodo di crisi era consentire ai collaboratori di lavorare a distanza.

Sebbene per molte organizzazioni il passaggio al telelavoro sia stato un processo senza problemi (considerando le circostanze), esistono insidie che le dirigenze aziendali non dovrebbero sottovalutare. Il passaggio a un ambiente di lavoro a distanza post-pandemia richiederà un approccio strutturato e una pianificazione adeguata.

Nonostante si siano venute a creare alcune circostanze sfavorevoli, le aziende hanno avuto la possibilità di scoprire i vantaggi del lavoro a distanza¹ ed è improbabile che assisteremo a un ritorno alla modalità precedente. Il luogo di lavoro non è più ufficialmente un luogo specifico. I membri del team possono essere produttivi ovunque si trovino, purché dotati di una connessione internet e di servizi di comunicazione adeguati.

I responsabili delle aziende, che si preparano alla nuova normalità, riconoscono che il lavoro a distanza sarà ancora, in futuro, una strategia vincente. Questo significa che è il momento ideale per iniziare a consolidare gli strumenti necessari ai team per creare un ambiente di lavoro flessibile a lungo termine.

Nel preparare il rientro in ufficio, l'obiettivo non dovrebbe essere quello di riportare quanto prima tutti al loro posto dietro la scrivania. Il lento "rientro al lavoro" pianificato dai governi di tutto il mondo renderebbe comunque impossibile questa operazione. E' il momento di prendere del tempo per valutare quali strumenti hanno aiutato i dipendenti a ottenere i massimi risultati negli ultimi mesi.

Di chiedersi come poter migliorare il gap tecnologico per lavorare da remoto e per far ottenere ai dipendenti risultati migliori. Il feedback dei membri del team, combinato con i dati di adozione raccolti dagli strumenti di collaborazione e da quelli basati sul cloud, saranno preziosi in questo ambito.

1 <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/coronavirus-covid19-remote-working-office-employees-employers>



Prepararsi per il futuro

Gli esperti ritengono che per il prossimo futuro le aziende si affideranno a strategie di lavoro a distanza per almeno una parte del personale, con oltre i [due quinti dei collaboratori](#) che continueranno a lavorare in remoto. Come abbiamo potuto constatare negli ultimi mesi, il lavoro a distanza presenta numerosi vantaggi. Oltre ad offrire continuità di business durante un periodo di crisi, un posto di lavoro basato sul cloud e il lavoro a distanza possono anche migliorare la produttività e la soddisfazione dei dipendenti.

Con la strategia di lavoro a distanza corretta, le aziende possono anche ridurre le spese generali dell'ufficio, il che è sicuramente essenziale in un'economia incerta. La domanda è: come assicurarsi di avere la tecnologia adeguata?

È importante riconoscere che, se da un lato la telefonia aziendale e la collaborazione in team sono fondamentali in questo nuovo ambiente, dall'altro sono comunque due elementi diversi.

- **Telefonia:** la voce sarà ancora il vettore principale della maggior parte delle comunicazioni aziendali. I team che si connetteranno e lavoreranno da remoto dovranno accedere allo stesso set completo di strumenti telefonici aziendali, ricchi di funzionalità di cui dispongono in ufficio. Sfruttare l'infrastruttura di comunicazione esistente ove possibile e considerare i vantaggi di passare al cloud per la flessibilità. È anche possibile che si debba fornire ai membri del team telefoni fissi o softphone efficienti per soddisfare le loro esigenze. Potenziare la mobilità dando al personale l'accesso alla casella vocale, alla gestione delle chiamate e ad altri strumenti in modo flessibile.
- **Collaborazione:** la strategia di collaborazione dovrà rientrare nel piano di investimento [Unified Communications \(UC\)](#) e [Unified Communications as a Service \(UCaaS\)](#). Prima di avviare il passaggio verso la nuova normalità, bisognerà riflettere su come dotare il personale di servizi di collaborazione. Un approccio basato sul cloud aiuterà a prepararsi al futuro. Potrebbe tuttavia essere necessario combinare strumenti di collaborazione offline e online. Tra gli strumenti di collaborazione offline possono figurare la condivisione di file e le discussioni in chat, mentre tra le opzioni online saranno contemplate videochiamate e condivisione dello schermo.

2 <https://www.computerweekly.com/news/252481579/Coronavirus-More-than-two-fifths-of-employees-likely-to-continue-remote-working-after-pandemic>



Trasformare i servizi aziendali a distanza

Il confinamento a causa della diffusione della pandemia globale ha evidenziato un'enorme richiesta di servizi digitali efficienti. Alla maggior parte delle attività è stato chiesto di chiudere quasi dalla sera alla mattina. Tuttavia, anche con i negozi fisicamente chiusi, era comunque viva e forte l'esigenza di fornire assistenza ai clienti. Molte attività, in particolare del settore dei viaggi, del comparto sanitario e della vendita al dettaglio, hanno ricevuto migliaia di richieste di informazioni sugli acquisti.

Anche se la domanda da soddisfare potrebbe non essere così consistente, non appena si allenterà la situazione di isolamento imposta per contrastare la pandemia, occorrerà comunque avere una strategia per rendere più efficiente il servizio clienti e trovare una soluzione per continuare ad assistere i clienti con un organico distribuito su più sedi remote.

Per soddisfare le esigenze aziendali nella nuova normalità, si deve:

- **Fornire ai collaboratori gli strumenti adeguati:** i dipendenti a contatto con i clienti hanno bisogno delle stesse soluzioni di comunicazione e applicazioni per il servizio clienti cui si affidano quando lavorano in ufficio. La tecnologia cloud renderà più facile fornire la stessa tecnologia in qualsiasi ambiente.
- **Capacità multicanale potenziata:** i picchi della domanda dei clienti imputabili a un aumento delle chiamate vocali generano code di chiamate più lunghe, facendo sì che alcuni consumatori inizino a cercare il servizio altrove. Le capacità multicanale saranno necessarie per fornire una user experience coerente in ogni ambiente.
- **Integrazione con le applicazioni aziendali:** la futura strategia di servizi digitali deve integrarsi con le applicazioni aziendali esistenti che il personale sta già utilizzando. Questo potrebbe significare

trovare un servizio che si integri con il CRM aziendale o con gli strumenti di ticket di assistenza esistenti

- **Potenziamento del self-service:** clienti che potrebbero non essere in grado di accedere ai servizi di un'impresa così rapidamente come desiderano, dovrebbero poter optare per il self-service. Questo significa avere inserito gli strumenti adeguati, tra cui chatbot intelligenti per i siti web e IVR con routing intelligente per la voce
- **Collaborazione migliore di back-end:** gli agenti sono più efficienti quando lavorano insieme come un team. Una buona soluzione collaborativa garantisce che i dipendenti possano interagire su problemi complessi. L'integrazione con UCaaS attraverso API aperte e soluzioni CPaaS (Communications Platform as a Service) è essenziale. Grazie a questo approccio sarà possibile combinare il back-end e il front-end della strategia di comunicazione.



Fornire il servizio che i clienti si aspettano

Già prima della crisi sanitaria, una ricerca di PwC ha rilevato che il 59% dei clienti a livello globale percepiva che le aziende stavano perdendo il contatto con l'elemento umano presente nella loro strategia di servizio e, la stessa relazione ha riportato che il 75% dei clienti intervistati ha affermato di preferire di interagire ancora con un essere umano anziché con una macchina automatica.³

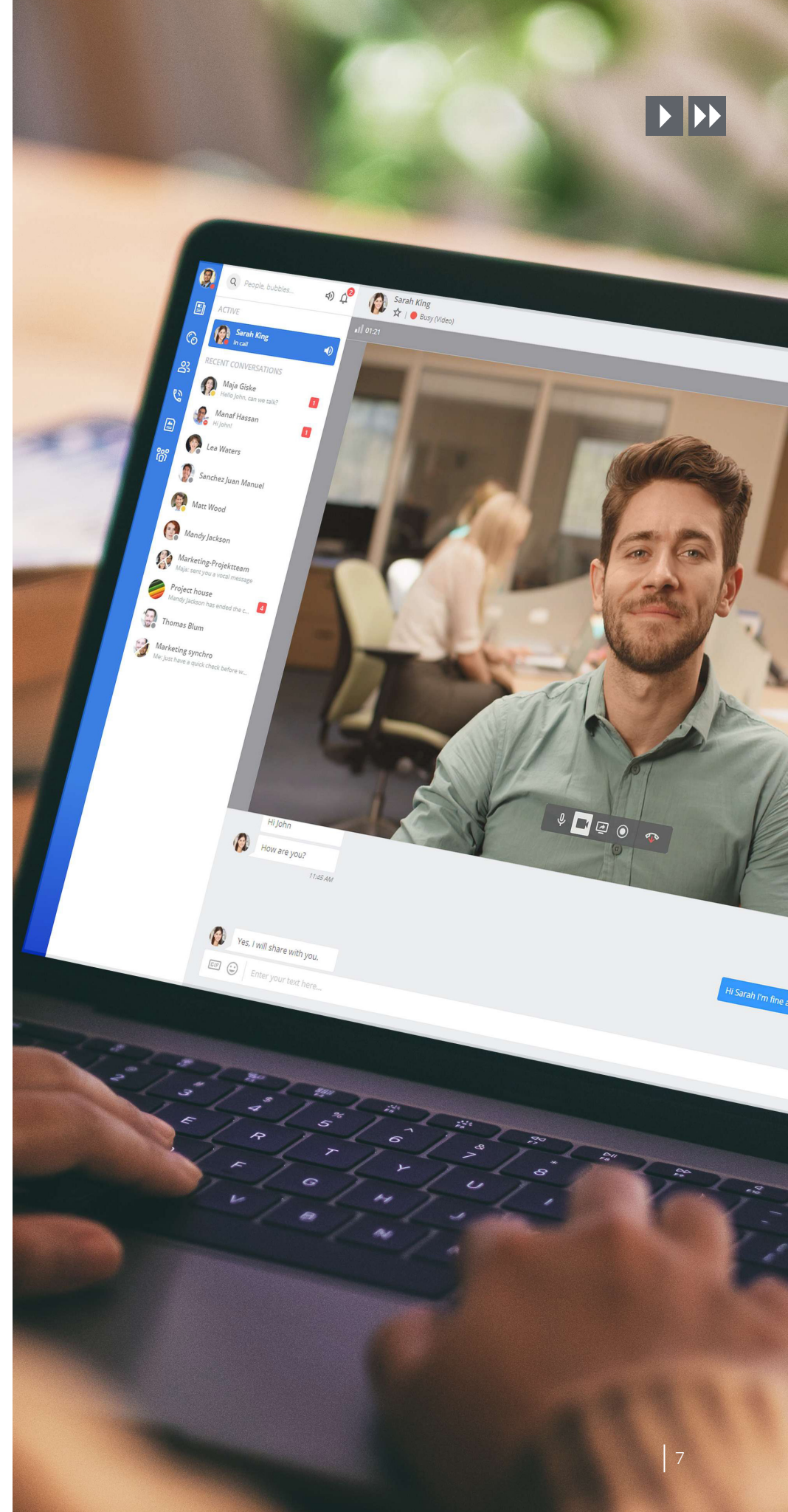
La giusta combinazione di opzioni self-service e sistemi di assistenza clienti multicanale può consentire di soddisfare al meglio le esigenze di tutti i clienti. Basta assicurarsi di non automatizzare eccessivamente nel tentativo di mantenere contenuti i costi. La nuova normalità probabilmente evidenzierà la necessità di una presenza umana nelle interazioni con i clienti.

Con lo sviluppo del nuovo contesto, le aziende dovranno chiedersi quali sono le esigenze dei clienti attuali e futuri. Il self-service potrebbe non essere quello che i clienti desiderano quando si rientrerà sul posto di lavoro. Tuttavia, nelle fasi successive, quando le cose assumeranno un assetto più normale, i clienti potrebbero essere più propensi a tornare alle abitudini del self-service, se ciò significa risparmiare tempo in termini di spostamento.

Come sempre, il processo di fidelizzazione dei clienti nei mesi e negli anni successivi alla crisi sanitaria globale inizierà con l'analisi dei viaggi dei clienti. La raccolta di informazioni degli strumenti di UC e di contact center sarà essenziale nell'ottica di determinare ciò di cui i clienti hanno bisogno. Con il declino della spesa economica globale è molto importante per i responsabili aziendali creare nuovi modi per fidelizzare i clienti.

Strumenti intelligenti che si utilizzano per migliorare le conversazioni con i clienti, come l'analisi dei clienti e i chatbot, possono offrire spunti di riflessione. Non si deve sottovalutare il potere delle informazioni. Questi dati possono anche aiutare ad anticipare cosa accadrà in futuro.

³ <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>





Imparare da un'esperienza assolutamente unica

La pandemia globale è stato uno degli eventi più significativi della nostra storia. Questo vuol dire che offre anche un'opportunità di apprendimento e di crescita per le aziende.

Quasi tutte le principali società di analisi concordano sul fatto che il mondo è cambiato radicalmente negli ultimi mesi. L'era del contactless per il coinvolgimento digitale dei clienti è arrivata a un ritmo incredibilmente sostenuto. Ora le aziende sono sotto pressione per soddisfare le esigenze di una clientela che si è evoluta molto più rapidamente di quanto ci si aspettasse.

Non sappiamo cosa ci riserva il futuro post pandemia. Tuttavia, le nostre esperienze degli ultimi mesi ci offriranno preziose lezioni su come prepararsi per il futuro. Ora è il momento che le organizzazioni pensino a come strutturarsi per non farsi cogliere impreparate nel caso scoppiasse una nuova crisi. In fin dei conti, il futuro non è mai scolpito nella pietra. Nel giro di pochi anni potrebbe esserci una crisi finanziaria o un'altra crisi sanitaria.

Questa è un'opportunità significativa per tutti di apprendere ciò che ha funzionato negli ultimi mesi e ciò che deve evolvere per prepararsi agli anni a venire. Ad esempio, il primo e più importante compito per molte aziende sarà quello di sviluppare strategie di lavoro a distanza. Il lavoro a distanza non è più solo una strategia per il futuro. Le aziende dovranno prepararsi al telelavoro ininterrotto per garantire un'autentica continuità di business.

Allo stesso tempo, è importante ripensare l'esperienza del cliente e al significato che assumerà negli anni a venire. Per molte aziende questo significa compiere nuovi passi verso una strategia di trasformazione digitale. Da anni ormai, un'eccellente user experience è il principale fattore di differenziazione per qualsiasi attività. Tuttavia ora sappiamo per certo, che quando tutto il resto non è in grado di tenere il passo, poter offrire un servizio di livello superiore può lasciare spalancati i battenti di un'azienda.



Impostate l'esperienza del cliente a un livello superiore

Oltre a consentire il lavoro a distanza, l'esperienza del cliente e quella del personale sono i due concetti più significativi da considerare nell'era della nuova normalità. Di seguito sono elencate quattro cose su cui le aziende dovranno riflettere:

- **Cloud:** tutti i servizi che le aziende proporranno in futuro dovranno essere accessibili ovunque e sempre. Questa soluzione sarà possibile solo grazie alla flessibilità del cloud.
- **Informazioni:** tutte le informazioni, dalle registrazioni storiche, all'analisi della percezione e alla profilazione dei clienti sono preziose. Questi dati aiutano a contestualizzare ogni interazione.
- **Mobilità:** tutti i servizi devono essere accessibili da ogni dispositivo. Significa

garantire che i clienti possano raggiungervi anche dallo smartphone.

- **Social (collaborazione):** quando il personale collabora efficacemente nel back-end, può fornire migliori esperienze ai clienti.

Questa è un'ottima opportunità per le aziende di qualsiasi dimensione, di prendere nota di ciò che è adatto alla loro attività e di ciò che non lo è. I processi obsoleti richiederanno una riprogettazione ed emergeranno nuovi obiettivi, ad esempio come mantenere i dipendenti connessi e mentalmente sani. In fin dei conti, l'esperienza dei collaboratori è essenziale per offrire una buona esperienza ai clienti.

Se i dipendenti non ricevono il sostegno di cui hanno bisogno con gli strumenti forniti loro, non saranno in grado di soddisfare le esigenze dei clienti. Negli ultimi mesi, l'attenzione rivolta alla

sicurezza e al benessere dei dipendenti è aumentata nettamente. Le aziende dovranno continuare ad impegnarsi a sostenere nei mesi a venire i membri dei loro team.

Quando e se le persone ritorneranno in ufficio, i dirigenti dovranno garantire un posto di lavoro più sicuro e più accogliente. Dovranno essere adottate soluzioni di avviso, di notifica e di emergenza per aiutare i membri del team ad affrontare eventuali problemi. Inoltre, sarà necessario un nuovo approccio riguardo ad aspetti quali la condivisione di apparecchiature e terminali. I responsabili aziendali dovranno pensare a come proteggere la salute dei dipendenti.

Se si coglie l'opportunità di entrare nella nuova era delle comunicazioni, informati e consapevoli, sapendo dove occorre un processo di crescita, il potenziale per l'attività è illimitato.



Alcatel-Lucent Enterprise.

Rimani sempre connesso grazie a tecnologie realizzate appositamente per soddisfare le tue esigenze. La nostra presenza globale e il nostro focus locale ci consentono di fornire soluzioni di rete e di comunicazione.