



Ripensare il Customer Service in un mondo post-Covid

Come sono cambiate
le aspettative dei clienti durante il Covid19



WEBINAR

18 settembre 2020
dalle ore 11.30 alle 12.30



Ripensare il Customer Service in un mondo post-Covid

WEBINAR 18 settembre 2020



Agenda

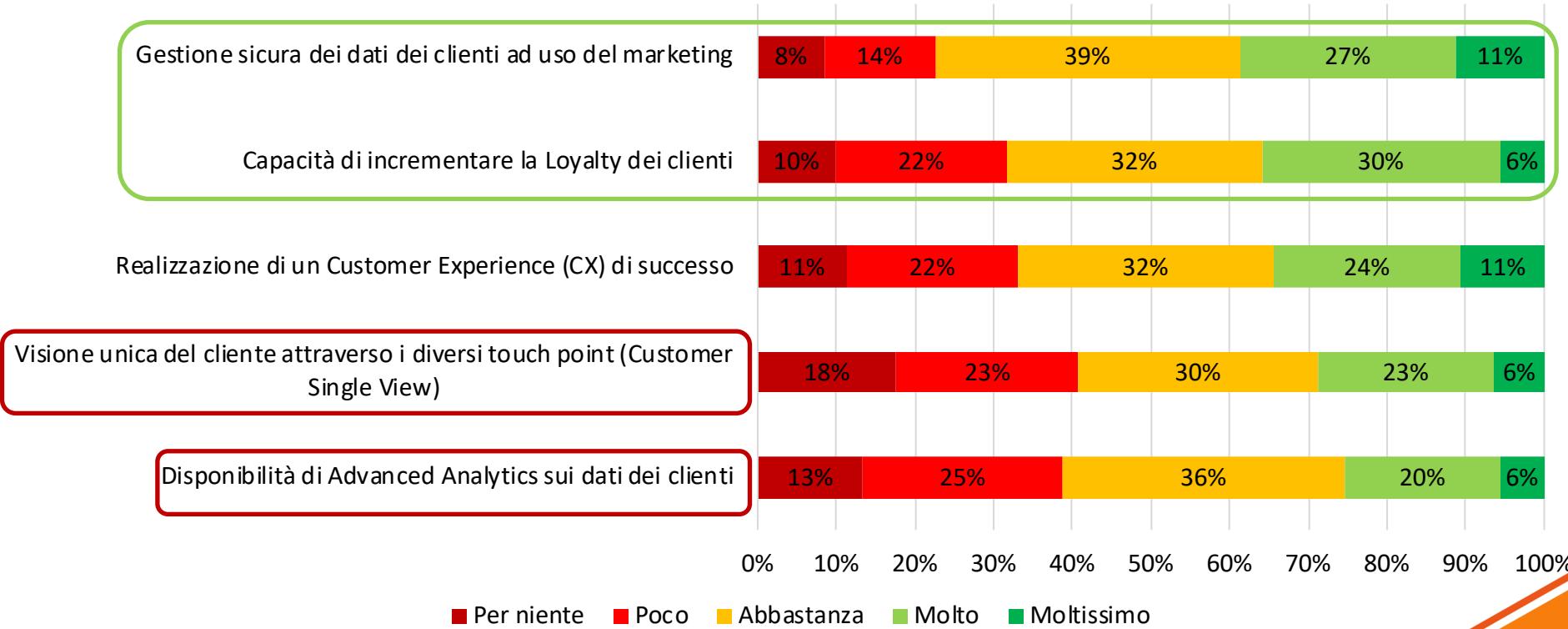
La pandemia ha accelerato il processo di centralizzazione del cliente: per uscire dalla crisi, è oggi più che mai evidente la necessità di tenere il passo con le **aspettative dei clienti**. Con un ricorso sempre più ampio al digitale, in poco tempo le distanze tra le aziende e il proprio mercato si sono rapidamente accorate. Per incontrare i clienti là dove sono, bisogna comunicare tramite i social, la chat, WhatsApp e Facebook, canali che danno un riscontro più immediato e sempre di più sostituiscono le mail. In tempi difficili come questi, quello che le persone si aspettano è **velocità e vicinanza**: il Customer Service è chiamato a svolgere un'attenzione più, a tener conto della criticità della situazione.

- 11.30 – 11.35 **Elena Vaciago**, Associate Research Manager, **The Innovation Group**
- 11.35 – 11.50 **Gian Carlo Mocci**, Presidente, **AICEX** (Associazione Italiana Customer Experience)
- 11.50 – 12.05 **Sergio Valerio**, Senior Account Executive, **Zendesk**
- 12.05 – 12.20 **Valentina Colombo**, Country Manager Italy, **WeRoad**
- 12.20 – 12.30 Sessione conclusiva di **Domande e Risposte** con la partecipazione del pubblico.



MATURITÀ DIGITALE NELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE: mancanza di un approccio olistico e scarsa disponibilità di analytics avanzati sui dati dei clienti i principali ambiti di miglioramento

Come si posiziona la Sua azienda con riferimento ai seguenti obiettivi di relazione con il cliente?



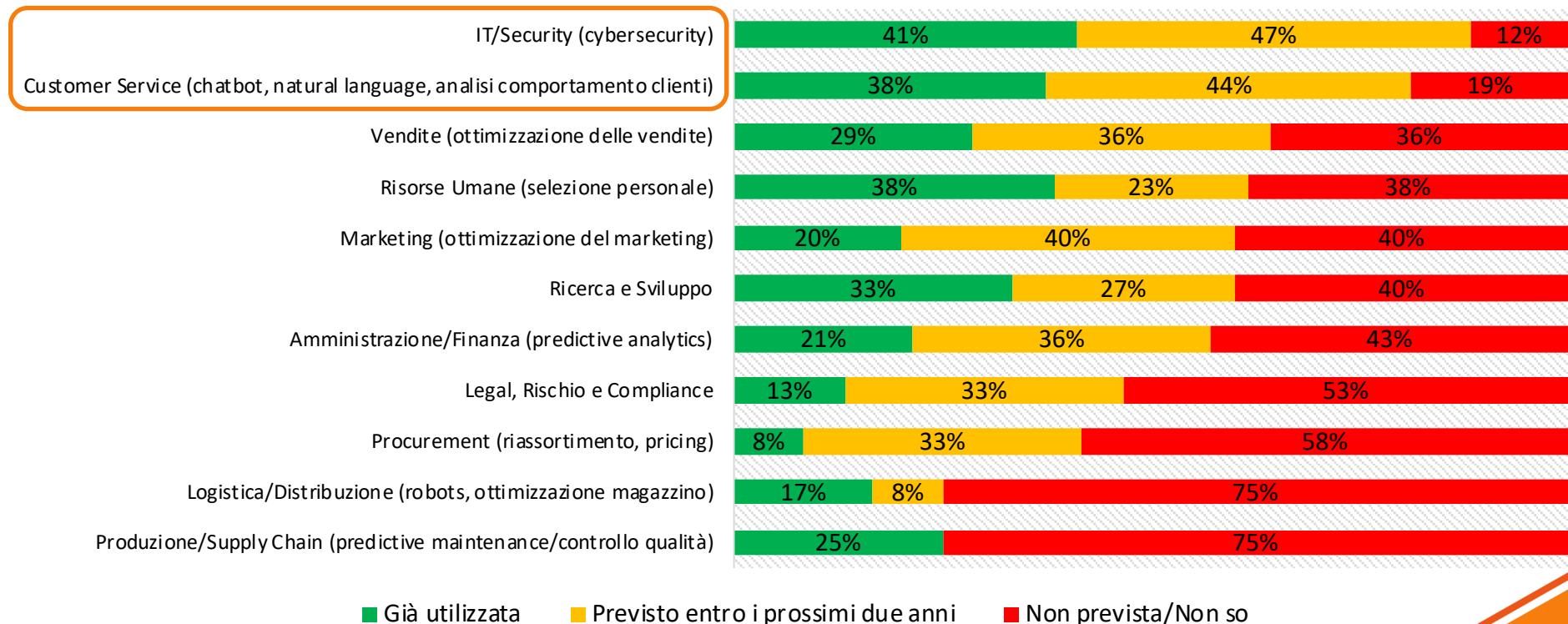
■ Per niente ■ Poco ■ Abbastanza ■ Molto ■ Moltissimo

Fonre: The Innovation Group, Digital Business Transformation Survey 2020, Gennaio 2020, N=142 rispondenti LoB + IT Manager



Security e Customer Service i principali ambiti aziendali in cui vengono applicate soluzioni di AI, confermati anche per i prossimi anni. Crescita prevista nel Marketing e Procurement

In quali divisioni dell'azienda avete applicato/intendente applicare soluzioni di Intelligenza Artificiale?



■ Già utilizzata

■ Previsto entro i prossimi due anni

■ Non prevista/Non so