EVOLUZIONE DELLE COMUNICAZIONI CON I CLIENTI VERSO IL CLOUD:

la guida definitiva al CCM SaaS



quadient

Indice dei contenuti

Soddisfazione o delusione? 3

- ☐ L'evoluzione del Customer Communications Management (CCM)
- ☐ Crescita e maturità del CCM nel cloud
- ☐ A chi si rivolge questa guida?
- ☐ Come usare questo libro

Comunicazioni con i clienti: cosa sono e perché sono importanti? 6

- ☐ Che cos'è una comunicazione con i clienti?
- ☐ Che cos'è un canale di comunicazione?
- ☐ Cosa è il CCM?
- ☐ Perché il CCM è importante?
- ☐ Che cos'è una Marketing Automation Platform?
- ☐ La mia MAP è basata sul cloud. Perché non posso utilizzarla per il CCM?
- ☐ E dove mettiamo il sistema di Customer Experience Management (CXM)?
- ☐ Cosa ricercare quando si valuta una soluzione CCM SaaS?
- ☐ Tendenze nella gestione delle comunicazioni con i clienti

E così, avete una piattaforma CCM. Perché dovreste passare al cloud? 12

- ☐ Criticità comuni nella tecnologia legacy

Il passaggio al cloud 14

- ☐ Che cos'è il cloud?
- ☐ Chi ha paura del cloud?
- ☐ Qual è il cloud giusto per voi?
- ☐ Velocità di commercializzazione
- ☐ Velocità di innovazione

Aspetti da considerare quando si passa al cloud 18

- ☐ Costi nascosti nella migrazione
- ☐ Costi nascosti in termini di prestazioni
- ☐ Costi nascosti in termini di eccedenze
- ☐ Complessità nascoste
- ☐ Non complichiamoci la vita
- ☐ Quando il cloud non è un cloud
- ☐ A chi interessa il vostro successo?

Evolvere verso le comunicazioni come servizio: una lista di controllo 23

Iniziate il vostro percorso verso la soddisfazione dei clienti. 27

quadient

Quadient® e il logo Quadient sono marchi registrati del gruppo Quadient. Tutti i nomi delle altre società e degli altri prodotti potrebbero essere marchi registrati e sono di proprietà dei rispettivi proprietari. Tutte le informazioni contenute nel presente documento, ivi incluse le descrizioni relative a caratteristiche, funzionalità, prestazioni e specifiche sono soggette a modifica in qualsiasi momento senza preavviso scritto. www.quadient.com



Soddisfazione o delusione?

Ogni interazione che la vostra azienda ha oggi con i vostri clienti è un'opportunità per avvicinarli o allontanarli. Il 63% dei clienti che si sentono trattati come un numero anziché come individui rischia di passare a un concorrente[1]. Tuttavia, per il 94% dei clienti che sperimentano un'interazione a basso sforzo è più probabile rimanere fedeli e acquistare di più[2]. Dato che il 60-80% di tutte le interazioni con i clienti richiede una qualche forma di comunicazione con loro, è ormai imperativo soddisfare le loro aspettative garantendo che quei punti di contatto siano altamente personalizzati, significativi e senza intoppi. Offrire questo livello di customer experience è ora una strategia aziendale fondamentale.

Il 60-80% di tutte le interazioni con i clienti richiede di comunicare in qualche modo con loro.

1 Simon Mulcahy (2021). State of the Connected Customer: 4th Edition. Salesforce Research

2 Heather Pemberton Levy (2019). Effortless Experiences Explained. Gartner

L'evoluzione del Customer Communications Management (CCM)

Forse il vostro percorso per ottimizzare le comunicazioni con i clienti è appena iniziato, o forse state prendendo in considerazione la migrazione da una tradizionale soluzione CCM on-premise a una piattaforma Communications-as-a-Service basata su cloud. È importante comprendere che il panorama CCM si sta evolvendo parallelamente al mutamento delle condizioni di mercato, all'aumento della complessità delle comunicazioni, al cambiamento delle preferenze dei consumatori e ai nuovi approcci resi possibili dalle innovazioni tecnologiche.

Le preferenze dei clienti in fatto di comunicazione sono cambiate, ed è cambiata anche la loro richiesta di contenuti personalizzati. Le startup, veloci e agili, sono state in grado di offrire esperienze personalizzate ai clienti, che ora si aspettano esperienze analoghe da tutti i fornitori, indipendentemente dalle dimensioni o dalla maturità dell'azienda.

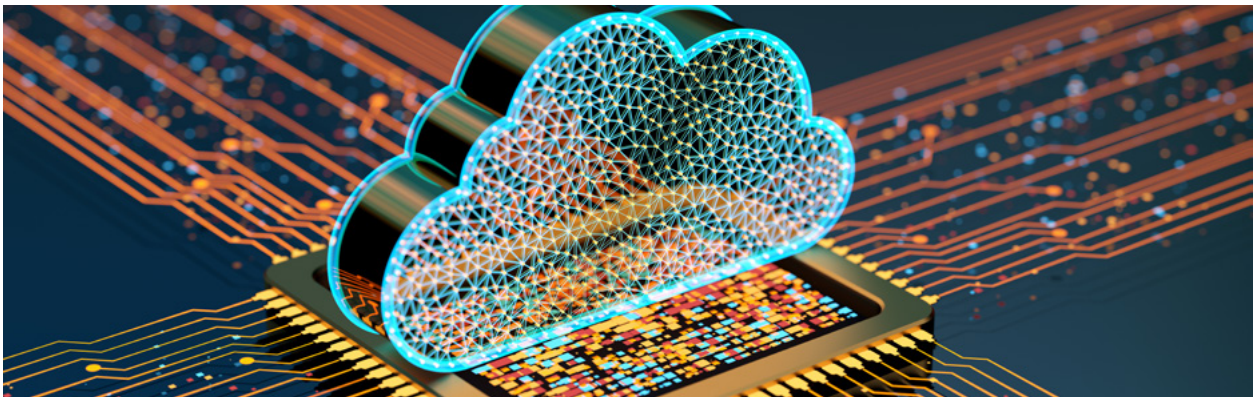
Allo stesso tempo, la complessità è maggiore a causa dell'aumento, oltre che dei canali di comunicazione, anche dei silos di dati che devono essere collegati alle comunicazioni con i clienti. Con la crescita esponenziale della quantità e del valore dei dati dei clienti, cresce anche il rischio di perdita dei dati o di violazioni della sicurezza o della privacy da parte delle organizzazioni. Nel frattempo, i clienti esigono maggiore cautela nel trattamento dei loro dati personali e i governi stanno esercitando un maggiore controllo normativo sul trattamento dei dati dei loro cittadini.

Crescita e maturità del CCM nel cloud

Non c'è da stupirsi se il mercato dei software CCM sta crescendo più rapidamente che mai. Un report di Insight Partners dimostra che il mercato crescerà dell'11,4% nel periodo 2022-2028, fino ad attestarsi sui 2,75 miliardi di dollari a livello globale.

Allo stesso tempo, cresce rapidamente anche l'interesse per la migrazione da strumenti di comunicazione con i clienti legacy e compartimentalizzati a un moderno software di gestione in grado di fornire un'esperienza omnicanale unificata, preservando al contempo la conformità alle normative e al controllo sui dati.

Nel periodo 2022-2028, il mercato CCM crescerà dell'11,4% fino a 2,75 miliardi di dollari a livello globale



La prossima generazione di sistemi CCM passa da soluzioni software on-premise basate su infrastrutture e con licenza perpetua a offerte software-as-a-service basate su cloud con modelli di licenza flessibili basati sul consumo. L'approccio di Quadient fa un ulteriore passo avanti: la sua offerta any-premise prevede soluzioni enterprise-ready, disponibili indipendentemente dal modello di distribuzione scelto. .

Il passaggio al cloud offre molti vantaggi, da un time-to-value più rapido a una maggiore flessibilità e agilità. Inoltre, ottimizza le strutture di costo e riduce la domanda di personale e infrastrutture IT interne. Allo stesso tempo, occorre fare delle valutazioni in termini di costi di hosting, strutture di licenza, protezione dei dati, sicurezza, conformità alle normative e adeguamenti operativi.

A chi si rivolge questa guida?

Questa guida si rivolge a chiunque ricopra un ruolo relativo a comunicazione con i clienti, customer experience o leadership aziendale e desideri una risposta alle seguenti domande:

1. Una soluzione CCM basata su cloud/SaaS è adatta alla nostra organizzazione nella sua attuale fase di maturità del CCM?
2. In che modo il passaggio a un SaaS andrebbe a vantaggio della mia organizzazione?
3. Il passaggio al cloud è così semplice come sembra?
4. Come intendiamo garantire il valore attuale e futuro di una soluzione CCM SaaS?
5. In che modo un CCM SaaS avvicinerà la mia azienda alla trasformazione dell'esperienza cliente?

Come utilizzare questo libro

Potete leggere questo libro dall'inizio alla fine per avere una buona comprensione del CCM e del cloud. Oppure, potete anche saltare direttamente alle sezioni sui vantaggi e sulle considerazioni, se sapete già di dover eseguire la migrazione. Alla fine di questo libro troverete una lista di controllo per aiutarvi a pianificare il percorso di migrazione al cloud del sistema CCM.

Siamo sicuri che trarrete enorme vantaggio dalla lettura di questo eBook. E se desiderate saperne di più, potete mettervi in contatto con un esperto Quadient in qualsiasi momento.



Comunicazioni con i clienti: cosa sono e perché sono importanti?

Che cos'è una comunicazione con i clienti?

Le comunicazioni con i clienti sono un mezzo per lo scambio di informazioni tra un marchio e un cliente. Il messaggio può essere costituito da informazioni di marketing, preventivi e contratti, dichiarazioni, aggiornamenti dell'account, fatture, notifiche e risposte alle loro domande. Nella gestione delle comunicazioni con i clienti, si parla di comunicazioni "individuali" anche quando il messaggio viene trasmesso a un gruppo di clienti, perché ogni cliente si aspetta che queste comunicazioni siano personalizzate.

Un esempio potrebbe essere una bolletta dell'elettricità altamente personalizzata, con le informazioni di contatto del cliente, il consumo di elettricità, le tariffe, le raccomandazioni per il risparmio energetico e lo stato dei pagamenti. Queste comunicazioni sono spesso trascurate, in quanto non sempre servono a generare ricavi. Ma queste interazioni creano un rapporto di fiducia e fedeltà attraverso la costanza, la personalizzazione e le aspettative preferenziali, e sono fondamentali per offrire un'esperienza cliente di altissimo livello, che vada oltre il marketing e l'acquisizione per arrivare alla fidelizzazione.

Che cos'è un canale di comunicazione?

Un canale è il mezzo o lo sbocco attraverso il quale viene recapitata una comunicazione al cliente. Tradizionalmente poteva essere limitato alla posta, ma negli ultimi anni i modi in cui i clienti vogliono comunicare si sono notevolmente ampliati.

I clienti si aspettano, idealmente, un'esperienza coerente su tutti i supporti di comunicazione. Pensiamo a un cliente che riceve la bolletta dell'elettricità e individua un possibile errore: potrebbe inviare un messaggio tramite il portale web online dell'operatore, aspettandosi una risposta tempestiva, coerente e personalizzata attraverso un canale digitale, nonché una risoluzione del problema, seguita da una fattura corretta e inviata immediatamente.

Questi sono i momenti in cui i clienti possono restare soddisfatti o delusi. Se un cliente vi contatta e riceve una notifica automatica che non risponde alla sua domanda, potrebbe sentirsi frustrato, fare una lunga chiamata al servizio clienti e infine passare a un altro fornitore.

Cosa è il CCM?

Definizione di CCM

La tecnologia CCM è la soluzione utilizzata per creare, gestire e fornire le interazioni personalizzate critiche con i propri clienti. Un sistema CCM dovrebbe sempre aiutare a gestire in maniera centralizzata le comunicazioni personalizzate, in batch e su richiesta nei canali preferiti dagli utenti, offrendo un'esperienza coerente.

Il CCM è particolarmente importante in ambienti altamente regolamentati, in cui i messaggi ai clienti devono soddisfare specifici requisiti di conformità normativa per proteggere i dati dei clienti e fornire informazioni accurate e tempestive. Queste comunicazioni richiedono un controllo più rigoroso da parte dei professionisti della conformità, che spesso devono verificare e approvare i messaggi creati dai responsabili delle unità aziendali.

Le informazioni di identificazione personale (PII) necessitano di una sicurezza più rigorosa per prevenire violazioni accidentali di dati privati e sono oggetto di normative quali HIPAA e GDPR. Tra i settori di questa categoria citiamo sanità, banche, servizi finanziari, assicurazioni, pubblica amministrazione, istruzione e servizi pubblici. Qualsiasi settore, però, può trarre vantaggio da una soluzione CCM.

Perché il CCM è importante?

Immaginate di gestire una compagnia di assicurazioni. Un cliente aderisce a un prodotto assicurativo e non vede l'ora di ricevere il pacchetto di benvenuto per la sua nuova polizza. Passa un mese, e il pacco non arriva a causa di un errore di stampa. Quando il cliente chiede aiuto online, vede la vostra chat di supporto e inserisce una richiesta. Un chatbot lo indirizza a un messaggio standardizzato che risponde alla domanda sulla polizza, nel quale si legge che i pacchetti di benvenuto sono spediti entro 10 giorni. Ma per questo cliente sono già trascorsi 30 giorni. Allora, il cliente va su Twitter per inviare un messaggio al vostro servizio di assistenza, che consiglia di aprire un ticket attraverso lo strumento di chat online.

Agli occhi del cliente, questo sarebbe un esempio di fallimento della comunicazione multicanale, che genera rabbia e frustrazione. Il cliente ha appena iniziato il percorso con voi e già non crede più che la vostra azienda possa fornire i servizi e il supporto di cui ha bisogno, ha la sensazione di aver perso tempo prezioso a destreggiarsi fra le inefficienze del vostro backend e starà chiedendosi se ha fatto l'investimento giusto. Questo è un problema importante per le aziende, perché il 60-80% di tutti i punti di contatto con i clienti comporta delle comunicazioni su uno o più canali.

Ogni punto di contatto con il cliente e ogni comunicazione che deve essere personalizzata sono potenzialmente costosi, poiché richiedono inserimento manuale e approvazione della conformità. Senza una soluzione CCM, possono essere necessari molto tempo e sforzi manuali per estrarre informazioni specifiche sui clienti dai sistemi a compartimenti stagni. Nell'esempio della compagnia assicurativa, è possibile che l'operatore del servizio clienti debba estrarre i dati della polizza da una piattaforma principale, i dati del cliente da un CRM e le informazioni di spedizione e tracciamento da un sistema terzo appartenente a una ditta di spedizioni. Successivamente, deve copiare e incollare tutti i dati nello strumento di chat, e allo stesso tempo scrivere manualmente una risposta.

Le soluzioni CCM possono favorire efficienze operative notevoli, poiché si integrano e connettono diverse origini di dati per creare rapidamente messaggi automatizzati, ma altamente personalizzati. Questo può migliorare i tempi di risposta e consentire un'assistenza clienti autonoma 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Inoltre, riduce il numero di richieste al contact center e diminuisce i tempi delle chiamate, poiché le informazioni sono subito a portata di mano degli operatori.

Per di più, i sistemi CCM possono contribuire a migliorare sia la conformità normativa che la coerenza del marchio, facilitando ai team di conformità e ai responsabili delle unità aziendali la creazione di messaggi approvati, in base a modelli che i comunicatori possono adattare rapidamente alla situazione.

A lungo termine, la gestione centralizzata delle comunicazioni può anche fornire spunti preziosi sul comportamento dei clienti e migliorare i ricavi grazie a messaggi marketing di cross-selling altamente mirati.

Che cos'è una Marketing Automation Platform (MAP)?

Una piattaforma di automatizzazione del marketing (Marketing Automation Platform, o MAP) automatizza i messaggi di marketing attraverso i canali utilizzati dai clienti, tra cui e-mail, web, social, SMS e altro ancora. Questi messaggi possono essere broadcast (newsletter) o personalizzati (offerte). In genere vengono inviati automaticamente utilizzando modelli e avviati da trigger specifici. L'obiettivo di una MAP è coltivare i lead, aumentando quelli qualificati, migliorare i tassi di conversione e generare vendite, riducendo al contempo gli sforzi di marketing e di vendita. Le MAP più note includono Salesforce Marketing Cloud, Marketo e Hubspot.

La mia MAP è basata sul cloud. Perché non posso utilizzarla per il CCM?

Alcune organizzazioni potrebbero ritenere che la loro Marketing Automation Platform (MAP) sia la soluzione giusta per le comunicazioni con i clienti, ma vi sono alcune differenze chiave tra una MAP e un CCM.

Le MAP sono ottime per gestire le comunicazioni di marketing, ma non sono progettate per gestire i dati complessi dei clienti e le informazioni sensibili.

Le MAP sono ottime per gestire le comunicazioni di marketing, ma non sono progettate per gestire i dati complessi dei clienti e le informazioni sensibili. Un esempio potrebbe essere una fattura medica. La MAP potrebbe non essere in grado di integrarsi facilmente nel sistema di fatturazione appropriato e potrebbe non essere conforme alla gestione dei dati riservati dei pazienti. La fattura in sé, poi, può essere eccessivamente complessa per una MAP, perché contiene pagine e pagine di informazioni in cui sono presentati in dettaglio i vari servizi erogati a un paziente: tutti dati che non vorremmo mai fossero archiviati in una soluzione progettata per le campagne di marketing.

Le MAP non sono la soluzione ideale neanche per gestire la progettazione e la creazione di documenti strettamente regolamentati. La collaborazione alla progettazione delle fatture e alla messaggistica richiederebbe continui rimpalli tra il team di compliance e il reparto di fatturazione, nessuno dei quali utilizza di solito la piattaforma di marketing.

Una soluzione CCM può anche trasformare le comunicazioni statiche in esperienze interattive, estrapolando dati dai silos e applicandovi informazioni, magari mostrando a un paziente il costo medio attuale dei servizi rispetto a tre ospedali concorrenti. Le MAP sono invece limitate a comunicazioni relativamente statiche tramite canali interattivi.

Le capacità della MAP non sono adeguate neanche per la gestione di processi di onboarding complessi, né per la protezione dei dati sensibili nell'interazione con le fonti di dati che necessitano delle informazioni di onboarding. Nel nostro esempio in ambito medico, ciò può includere un modulo di anamnesi pre-intervento chirurgico che il paziente compila online: il modulo estrae i dati dalle procedure passate e dai database medici centrali e consente al paziente di elencare eventuali dubbi che vengono inviati automaticamente all'équipe che eseguirà l'intervento.

In breve, una MAP può attrarre un potenziale cliente, ma è il CCM a determinare l'esperienza che avrà dopo essere diventato cliente.

E dove mettiamo il sistema di Customer Experience Management (CXM)?

Ora, vi starete forse chiedendo come si inserisce il sistema di gestione dell'esperienza cliente (Customer Experience Management, o CXM) nel sistema di gestione delle comunicazioni. La realtà è che il CCM sta diventando un CXM, perché il vostro obiettivo dovrebbe essere quello di fornire un'esperienza costantemente positiva ai vostri clienti. E la gestione delle comunicazioni è una parte fondamentale di questo processo.

Cos'è un CXM? È una soluzione che offre una comprensione completa del percorso del cliente durante il suo ciclo di vita, nonché della creazione di un'esperienza ottimale in ogni fase di tale percorso. I professionisti della customer experience di solito costruiscono mappe dettagliate del percorso per ogni customer persona e pianificano strategicamente risultati migliori a ogni punto di contatto del ciclo di vita del cliente. Questa orchestrazione in genere comporta almeno una comunicazione, oltre a passaggi operativi che il cliente non vede ma di cui si aspetta di ricevere i risultati.

Facciamo un esempio di percorso del cliente con un'assicurazione auto. In caso di incidente, il cliente dovrà contattare il proprio assicuratore per ricevere assistenza e presentare domanda di risarcimento. E questo attraverso il suo canale preferito.

Dopo aver spiegato l'incidente all'agente che si occupa dei sinistri, si aspetterà di ricevere istruzioni su cosa fare in seguito: dove portare l'auto, come noleggiare una macchina sostitutiva, come ottenere preventivi per le riparazioni, quali medici e terapisti consultare, e così via.

A questo punto, l'esperienza ottimizzata include comunicazioni in tempo reale, precise ed empatiche con il cliente. A tal fine, l'agente deve passare attraverso le fasi operative per trovare fornitori per il noleggio, preventivi di riparazione, operatori sanitari, ecc.

Il sistema di Customer Experience Management considera l'intero scenario. Le migliori soluzioni per la gestione delle comunicazioni con i clienti si sono evolute per ottimizzare perfettamente l'interazione e i punti di contatto tra il cliente e l'agente.



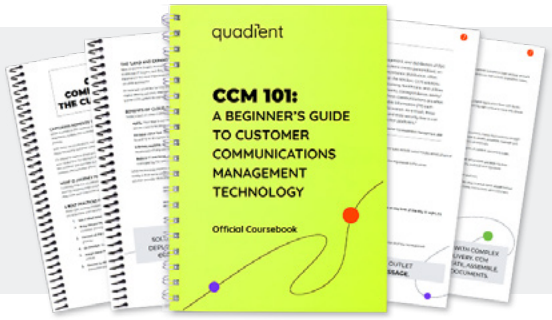


Cosa cercare quando si valuta una soluzione SaaS CCM?

Se state prendendo in considerazione una soluzione CCM, dovreste cercare una piattaforma altamente avanzata per quanto riguarda il set di funzionalità, l'interoperabilità e la sicurezza, ma abbastanza facile da usare per consentire agli utenti non tecnici di creare e utilizzare i modelli, al fine di realizzare interazioni personalizzate con i clienti sui loro canali preferiti. Dovrebbe aiutarvi ad abbattere i silos organizzativi, consentire interazioni bidirezionali e supportare processi aziendali complessi come l'onboarding digitale.

Tendenze nella gestione delle comunicazioni con i clienti

Le funzionalità dei servizi di CCM sono in continua evoluzione: è quindi necessario considerare anche ciò di cui si ha bisogno per offrire un'ottima esperienza cliente oggi e porre le basi per il futuro. I sistemi CCM si stanno spostando sempre più da piattaforme legacy on-premise a varie soluzioni cloud e SaaS, che analizzeremo nella prossima sezione.



Volete saperne di più sul CCM?

Richiedete qui una copia del nostro manuale CCM 101 Beginners Guide.



E così, avete una piattaforma CCM. Perché dovreste passare al cloud?

Investire in un sistema CCM non è uno sforzo da poco. Richiede una notevole quantità di tempo, valutazioni e diligenza per cercare una soluzione, implementarla e mantenerla.

Mentre cercate di rendere le comunicazioni ancora più efficienti e soddisfare meglio le aspettative dei clienti, potreste (giustamente) chiedervi: vale la pena di adottare il cloud?

Le preferenze di comunicazione dei clienti si sono evolute rapidamente, specialmente negli ultimi cinque anni. Se non evolvete anche voi, in termini di tecnologia, strategia e obiettivi, rischiate di non soddisfare le aspettative dei clienti nel lungo termine.

In ultima analisi, la decisione di intraprendere il passaggio al cloud, totale o parziale, dipende dalle sfide che state affrontando al momento.

Criticità comuni nella tecnologia legacy

I tradizionali sistemi on-premise hanno il grande svantaggio di richiedere ingenti risorse IT da gestire, competenze, infrastruttura fisica, spazio e risorse dei data center, nonché licenze perpetue.

Di solito sono preventivate come CAPEX (spese in conto capitale), che richiedono un'allocazione del budget per le spese iniziali, e OPEX (spese operative) continue per la manutenzione. Pertanto, sono più difficili da scalare sia a livello operativo che finanziario. Se si esaurisce la capacità del sistema corrente, occorre negoziare e allocare più risorse del data center, acquistare più licenze, e così via, il che richiede tempo sia per la pianificazione che per il budget.

Questi sistemi spesso non vengono aggiornati con la stessa frequenza dai fornitori, e la vostra installazione potrebbe restare indietro di qualche versione. Ciò significa che potreste non supportare i canali di comunicazione più aggiornati, che potrebbero mancare alcuni controlli per le nuove normative o funzionalità aggiornate per fornire un'esperienza utente omnicanale, o che potrebbero non esserci integrazioni adeguate per facilitare la necessaria collaborazione.

L'innovazione può anche essere soffocata dalla strategia di sviluppo dei fornitori stessi. Negli ultimi anni, molte soluzioni CCM sono state acquistate da grandi aziende e il supporto R&D è stato ridotto per migliorare i margini di profitto sui pagamenti di manutenzione esistenti. E il software acquistato un decennio fa potrebbe non avere più una roadmap definita e innovativa che soddisfi le vostre esigenze.

Il risultato è che il vostro sistema attuale potrebbe non fornire tempestivamente i messaggi più rilevanti ai consumatori nei loro canali preferiti. Inoltre, la gestione dei messaggi da parte del team CCM potrebbe richiedere un maggiore impegno e comportare una maggiore difficoltà nel rispettare gli audit interni e il controllo di qualità.

Se queste sfide rispecchiano quelle che state affrontando, potrebbe essere il momento di valutare l'integrazione di una soluzione di Communication-as-a-Service basata sul cloud nella vostra strategia CCM. Le soluzioni di questo tipo sono concepite per essere sempre (e automaticamente) aggiornate. Sono più facili da gestire, più convenienti e migliorano l'esperienza cliente senza compromettere la conformità.





Il passaggio al cloud

Anche se questa non è la vostra prima grande migrazione al cloud, la sezione seguente potrà essere utile per la prossima migrazione importante.

Che cos'è il cloud?

Il cloud è un modello per l'archiviazione e l'utilizzo di informazioni elettroniche, inclusi i software, su server remoti. I servizi cloud sono spesso definiti anche "off-premise", in quanto non contengono hardware da tenere presso la vostra struttura. Il termine è spesso usato per descrivere la commercializzazione di Internet fornendo accesso su richiesta a risorse informatiche, come server, storage e capacità di rete.

Esistono tre tipi di modelli cloud: **IaaS**, **PaaS**, e **SaaS**.

- L'**IaaS** (Infrastructure-as-a-Service) fornisce ai clienti l'accesso all'infrastruttura sottostante di una piattaforma, come server, storage e rete.
- Il **PaaS** (Platform-as-a-Service) fornisce una piattaforma su cui i clienti possono creare e implementare applicazioni. Alcuni fornitori (come Quadient) offrono la piattaforma e la gestione quotidiana per conto del cliente.
- **Un SaaS** (Software-as-a-Service) fornisce applicazioni direttamente su Internet, per un'efficienza e una convenienza ottimali.

Il cloud è già utilizzato in molte applicazioni professionali, tra cui:

- Applicazioni di ufficio, come Microsoft Office 365, Salesforce e Google Docs
- Contenuti digitali, come hosting di contenuti di marketing e video
- Applicazioni aziendali, come contabilità e gestione delle relazioni con i clienti.

Chi ha paura del cloud?

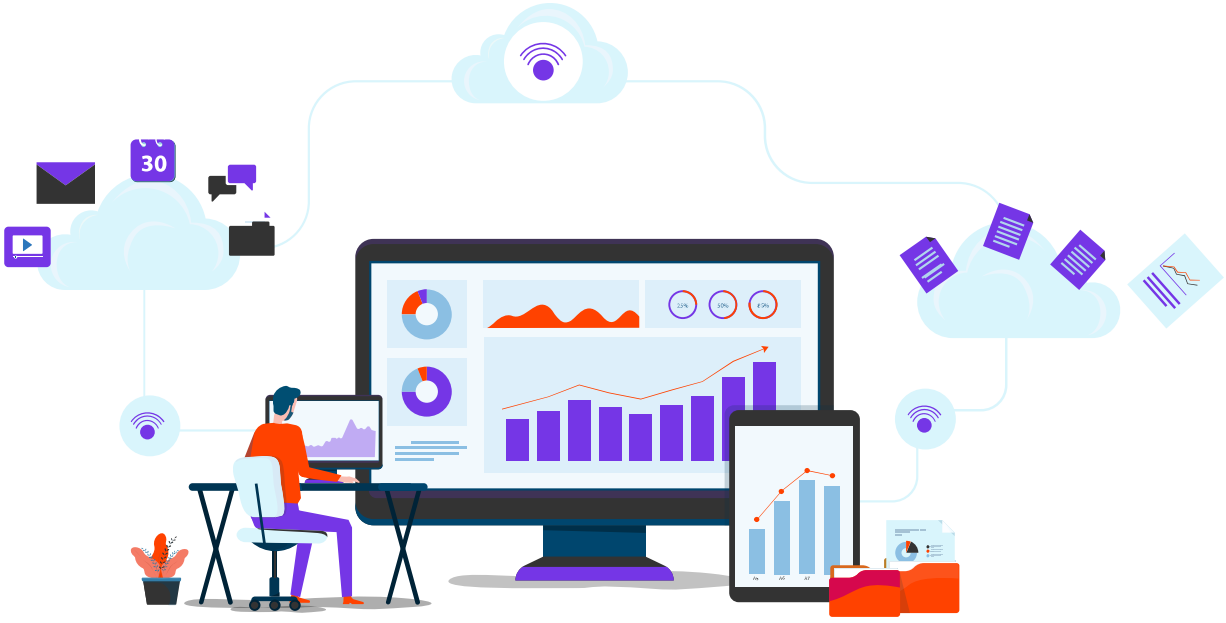
Nei dibattiti sul cloud emergono sempre alcune preoccupazioni per la sicurezza dei dati. Tuttavia, gran parte della vostra organizzazione utilizza già soluzioni SaaS basate sul modello cloud. Ad esempio, Salesforce, Workday e molte altre soluzioni SaaS leader del settore funzionano tutte nel cloud. Vengono eseguite nel cloud anche, ad esempio, Slack, Microsoft Office, Google Docs e molte altre popolari applicazioni per la gestione di progetti e documenti.

Il cloud è semplicemente un modello per l'archiviazione e l'utilizzo di informazioni elettroniche, inclusi i software, su server remoti. Non è una nuova tecnologia: esiste da anni e la sicurezza dei dati continua a migliorare a ogni nuova versione.

L'adozione di soluzioni SaaS e PaaS per la vostra organizzazione non solo è efficiente e conveniente, ma è anche sicura. Le soluzioni SaaS e PaaS di livello enterprise sono generalmente basate su modelli di sicurezza moderni, che sono superiori alle applicazioni software tradizionali. Ad esempio, le soluzioni SaaS e PaaS di Quadient sono sempre crittografate, il che significa che i dati sono sicuri anche quando sono in transito.

Quindi, se siete preoccupati per la sicurezza dei dati, smettete di preoccuparvi. Il cloud è un modo sicuro e protetto per archiviare e utilizzare informazioni elettroniche; e, probabilmente, lo state già utilizzando in vari reparti della vostra organizzazione.

Un altro vantaggio del cloud è che, essendo un modello per abbonamento, pagate solo le risorse che utilizzate, quindi non dovete preoccuparvi di spendere troppo. E, poiché il cloud offre accesso su richiesta alle risorse di calcolo, potete sempre aumentare le risorse di cui avete bisogno, quando ne avete bisogno, senza problemi.



Qual è il cloud giusto per voi?

Dunque, avete deciso di passare a un modello cloud. Ma qual è il modello cloud più adatto per la vostra organizzazione? Una soluzione completa come un CCM può essere implementata come SaaS o PaaS, oppure auto-implementata in un ambiente cloud IaaS pubblico o privato. La scelta che fate influirà molto sui tempi di implementazione, sulle risorse e sul controllo.

Vediamo alcuni dei fattori da considerare quando si sceglie un ecosistema cloud:

Modello di maturità delle applicazioni cloud

	SaaS	PaaS	IaaS
Livello di maturità del cloud	Alto	Medio	Basso
Cosa controllate voi	Dati Flussi di lavoro Integrazioni	Dati Flussi di lavoro Integrazioni Applicazione	Dati Flussi di lavoro Integrazioni Applicazione Middleware OS
Cosa gestiscono altri	Applicazione Middleware OS Infrastruttura	Middleware OS Infrastruttura	Infrastruttura
Time to value	Da giorni a settimane	Mesi	Da mesi a anni
Fattori di costo	Solo costi variabili di utilizzo	Costi variabili di utilizzo Costi fissi di gestione e assistenza	Costi fissi per lo sviluppo di applicazioni Costi variabili di infrastruttura
Costi nascosti/indiretti	Possibili costi legati alle prestazioni	Costi legati alle prestazioni	Costi della larghezza di banda Commissioni di uscita Software di backup Software di sicurezza

Come possiamo notare, man mano che si scende nel modello di maturità del cloud, aumenta il livello di responsabilità per la soluzione nel suo complesso e si devono considerare più costi fissi.

Velocità di commercializzazione

Un SaaS offre funzionalità in pochi minuti e consente quindi di iniziare a lavorare più velocemente per raggiungere gli obiettivi aziendali. Tra i modelli di servizio sopra menzionati, probabilmente il più grande vantaggio delle soluzioni cloud SaaS è che l'implementazione e l'integrazione possono avvenire immediatamente, riducendo i tempi di inattività e consentendo di continuare a lavorare come al solito.

Altre alternative, come le IaaS e i servizi di implementazione on-premise, possono richiedere settimane o mesi, ma le soluzioni cloud SaaS possono essere operative in poche ore. Questo perché il software è molto più facile da installare e integrare in tutti i sistemi, sia sui server locali che sui computer, poiché le piattaforme software utilizzate sono già state configurate e progettate.

Tutto ciò che serve agli utenti per ottenere l'accesso dopo l'installazione è una connessione a Internet stabile, un browser adeguato e le informazioni di login. Ciò significa che le soluzioni cloud SaaS sono perfette per le aziende e gli amministratori delegati che cercano una supervisione dei dati rapida ed efficace e soluzioni cloud complete che siano abbordabili e implementabili immediatamente. I risultati sono immediati e i benefici visibili a tutti i livelli.

Velocità di innovazione

La velocità di innovazione è un altro grande vantaggio della migrazione alle soluzioni cloud SaaS. In un panorama digitale in continua evoluzione, è essenziale rimanere al passo con gli standard di settore, le misure di sicurezza e le best practice. Purtroppo, la maggior parte dei software tradizionali viene aggiornata solo ogni 2-3 anni, creando problemi significativi come:

- **Costi di aggiornamento aggiuntivi:** a meno che non siano automatizzati e accuratamente controllati, gli aggiornamenti più tradizionali spesso comportano costi imprevisti per garantire che l'aggiornamento più recente sia compatibile con il software e i sistemi esistenti e che possa essere integrato correttamente. Questo di solito richiede test retrospettivi e altri metodi di supervisione che comporteranno costi aggiuntivi per l'azienda.
- **Colli di bottiglia:** un altro problema comune quando si eseguono gli aggiornamenti tradizionali è il consumo di risorse, che sottrae tempo e personale ad altri compiti in cui sono più necessari. Questa tensione crea spesso la cattiva abitudine di saltare o ritardare gli aggiornamenti del software che includono migliori capacità di contatto con i clienti, mettendo a rischio l'esperienza cliente offerta dall'azienda.
- **Supporto esteso:** se un'azienda ritarda gli aggiornamenti richiesti fino all'ultimo momento, ciò comporterà inevitabilmente la necessità di un supporto esteso (a un costo aggiuntivo) e potrebbe persino causare una perdita di affari, poiché le aziende si concentrano sul mantenere in ordine i propri sistemi, a discapito del servizio clienti.

Le migliori soluzioni SaaS sono progettate per essere costantemente aggiornate in tempo reale e hanno meccanismi di aggiornamento automatizzati che richiedono solo test minimi. Distribuire le modifiche agli utenti in modo incrementale è anche molto vantaggioso, poiché consente loro di adattarsi alle nuove funzionalità lentamente e con il tempo, anziché imporre cambiamenti significativi ogni pochi anni, che poi richiedono molto tempo per essere metabolizzati.



Aspetti da considerare quando si passa al cloud

Quando si tratta di migrare a una soluzione SaaS, ci sono alcuni fattori che le aziende devono conoscere per assicurarsi di ottenere i migliori servizi possibili. È importante notare che, nella maggior parte dei casi, quasi tutte le aziende del vostro settore utilizzeranno probabilmente una qualche forma di servizi cloud. Ridurre al minimo le difficoltà del passaggio dall'on-premise al cloud può allora diventare un modo per superare la concorrenza.

Costi nascosti nella migrazione

Uno dei costi più importanti per la modernizzazione della piattaforma CCM è il costo di migrazione associato allo spostamento delle comunicazioni. La maggior parte delle piattaforme CCM non offre una funzione di esportazione, quindi i modelli dovranno essere completamente ricostruiti, il che può essere molto costoso e richiedere molto tempo.

! **Suggerimento:** cercate soluzioni SaaS che rendano semplici e non tecniche la progettazione e la gestione delle comunicazioni, e puntate a collaborare con aziende che dispongono di strumenti basati sull'intelligenza artificiale per automatizzare il più possibile la migrazione.

Costi nascosti in termini di prestazioni

Quando si parla di migrazione al cloud, uno degli aspetti che le aziende devono tenere d'occhio sono i costi aggiuntivi nascosti che potrebbero non essere evidenti a tutti. Ad esempio, possono essere previsti costi e commissioni associati a diversi servizi, ed è importante essere certi di investire in qualcosa che non solo soddisfi il vostro scenario più ottimistico, ma anche gli eventi imprevisti.

I fornitori SaaS condividono le risorse infrastrutturali con molti clienti, e le loro politiche interne possono limitare la quantità di servizi o prestazioni che forniscono a un singolo cliente in un dato momento.

È quindi importante valutare alcuni fattori critici, come le soluzioni da implementare immediatamente per migliorare la comunicazione, il flusso di lavoro, la protezione dei dati e così via, oltre alle aspettative per il futuro.

! **Suggerimento:** se in futuro volete espandere l'attività, avete bisogno di una soluzione cloud scalabile e in grado di gestire facilmente la crescita attraverso tecnologia innovativa, automazione e altre funzionalità, senza la necessità di pagare per ogni step prestazionale aggiuntivo .

Costi nascosti in termini di eccedenze

Anche con la supervisione più completa, si verificheranno sempre eventi imprevisti impossibili da preconizzare. Se da un lato si possono avere modelli di comunicazione prevedibili con i clienti, dall'altro si possono attraversare altri momenti in cui si supera il volume previsto. Ciò può portare a costi in eccesso inaspettati, ed è importante capire quali spese verranno addebitate dal provider.

Alcuni provider SaaS offrono diversi pacchetti per eccedenze e, una volta raggiunta una determinata larghezza di banda o un determinato volume per utente, o per ora, o per mese, essenzialmente addebitano le quantità in eccesso.

! **Suggerimento:** se si verifica un evento di comunicazione inatteso che richiede il massimo sforzo da parte di tutti, è bene essere a conoscenza delle eventuali penali da pagare per gestire la situazione. In alcuni casi, è possibile addirittura incorrere in penali per l'invio di una comunicazione che contiene un'immagine ad alta risoluzione, motivo per cui è essenziale una totale trasparenza tra voi e il vostro provider SaaS.

Complessità nascoste

I sistemi cloud e SaaS sono risorse condivise e presentano complessità aggiuntive che bisogna considerare prima di procedere con una migrazione.

SICUREZZA DEI DATI

Per capire chi è responsabile della sicurezza dei dati, sarà necessario leggere attentamente il contratto firmato con il fornitore cloud/SaaS, comprese le note sepolte a piè di pagina. In molti casi, i fornitori hanno un modello di responsabilità condivisa, il che significa che probabilmente voi sarete responsabili dei vostri dati, mentre il fornitore sarà responsabile dell'applicazione e dell'infrastruttura. Dovrete garantire buone pratiche di sicurezza, abilitare un'autenticazione a più fattori o Single Sign-On e assicurarvi che i dati siano crittografati sia a riposo che in transito.

LIMITAZIONI DELLE FUNZIONALITÀ

La scelta di un provider cloud può limitare il controllo che si ha sullo sviluppo delle funzionalità. Bisogna quindi assicurarsi che il provider SaaS disponga di una roadmap per il prodotto sufficientemente sofisticata da dimostrare che soddisferà le vostre esigenze future, nonché di un vasto team di sviluppatori per garantire che le nuove funzionalità vengano aggiunte frequentemente e tempestivamente.

Non complichiamoci la vita

Se da un lato è importante pianificare tenendo a mente la complessità e prepararsi agli imprevisti in qualsiasi importante migrazione o cambiamento di piattaforma, dall'altro è fondamentale non rimanere bloccati nella "paralisi da analisi". La fase di pianificazione potrebbe anzi nascondere il maggiore ritardo nell'intero progetto. La chiave del successo del cloud consiste nell'identificare rapidamente il formato di applicazione più adatto alla propria organizzazione e nel mettere subito in opera la soluzione.

Un altro grande vantaggio di un ambiente CCM basato su SaaS è la possibilità di iniziare in piccolo. Dato che il servizio è già costruito e disponibile entro poche ore, si può iniziare in piccolo con un gruppo di lavoro mirato per testare e dimostrare i vantaggi per l'organizzazione, senza investimenti su larga scala in infrastrutture e team di sviluppo.

Mentre migrate altri team, potete anche mantenere sia il vostro CCM legacy che il CCM modernizzato basato su SaaS, assicurando una transizione fluida invece di una migrazione repentina e destabilizzante.



Quando il cloud non è un cloud

Come si può vedere sopra, esistono molte opzioni diverse di servizi cloud, e molte aziende che ne offrono. Tuttavia, uno dei punti chiave da tenere a mente è anche come determinare se il fornitore offre una soluzione SaaS vera e propria. Purtroppo, dal momento che "cloud" è un termine largamente utilizzato, alcune aziende offrono solo soluzioni ibride, piuttosto che servizi SaaS basati sul cloud vero e proprio.

Ad esempio, le soluzioni appliance-based che offrono una configurazione ibrida di servizi cloud online ed elaborazione on-premise non offrono una vera e propria configurazione SaaS, questo perché nessuno dei dati viene sottoposto regolarmente a backup off-premise. Sebbene la soluzione possa integrarsi con varie applicazioni e piattaforme, non può essere paragonata ai vantaggi offerti da una soluzione SaaS propriamente detta, come la sicurezza e la scalabilità per soddisfare le esigenze di picco. Inoltre, il modello appliance-based è generalmente molto più costoso e complesso.

A chi interessa il vostro successo?

Cerchiamo di essere realistici per un momento: eseguire la migrazione del CCM sul cloud non significa necessariamente che la soluzione sarà un successo. Secondo un recente rapporto, il 49% di tutti i progetti IT enterprise alla fine non riesce a raggiungere i propri obiettivi, e le implementazioni SaaS non fanno eccezione.

Come mai? La risposta va ricercata in ciò che accade dopo aver implementato una soluzione SaaS.

GARANTIRE L'ADOZIONE

Solo perché la soluzione è stata creata da voi, non vuol dire che gli utenti la useranno automaticamente. E, senza adozione, non si può creare valore. Non cadete nella trappola di pensare che state acquistando tecnologia. Quello che state acquistando è un rapporto continuativo con un fornitore SaaS che dovrebbe avere un interesse condiviso per il vostro successo. Di certo non vorrete che vi vengano consegnate le chiavi della vostra nuova soluzione CCM senza alcuna attivazione degli utenti.

Non cadete nella trappola di pensare che state acquistando tecnologia. Quello che state acquistando è un rapporto continuativo con un fornitore SaaS che dovrebbe avere un interesse condiviso per il vostro successo.

Anche le soluzioni più semplici richiedono formazione e supporto continuo per incoraggiare l'adozione da parte degli utenti. Gli utenti devono essere pienamente formati sulle funzionalità e sui flussi di lavoro, e gli eventuali punti di attrito e problemi di supporto vanno risolti. Collaborate con il vostro fornitore SaaS e i team interni di apprendimento e sviluppo per personalizzare i programmi di formazione e certificazione, in modo da garantire che tutti gli utenti siano dotati degli strumenti e delle conoscenze necessarie per utilizzare la soluzione in modo efficace. Il fornitore dovrebbe cooperare appieno in questo, per tutta la durata del contratto.

È inoltre necessario misurare il coinvolgimento degli utenti interni e i loro punteggi di soddisfazione, per capire dove l'adozione è in ritardo, dove è in calo o dove gli utenti si trovano in difficoltà, e rivedere regolarmente queste metriche con il fornitore SaaS.

SCEGLIERE IL FORNITORE GIUSTO

L'acquisto di una soluzione SaaS consente di implementare rapidamente i progetti. Ma non dimenticate uno dei vantaggi principali dell'evoluzione verso una soluzione SaaS: sarete sempre aggiornati con le ultime funzionalità. Tuttavia, questo vantaggio è valido solo se il fornitore è interessato al vostro successo a lungo termine, anche dopo la vendita iniziale, ed è disposto a reinvestire fondi in una roadmap di prodotto innovativa che manterrà la vostra azienda all'avanguardia delle comunicazioni, oggi come domani.

Assicuratevi di esaminare la soddisfazione dei clienti e i net promoter score: così potrete essere certi di scegliere un fornitore con un'esperienza comprovata, che dimostri che siete molto più di una semplice "opportunità di vendita". State passando a una soluzione in grado di supportare i vostri progetti di trasformazione della customer experience, quindi assicuratevi che il fornitore scelto sia all'altezza della situazione.



Evolvere verso le comunicazioni come servizio: una lista di controllo

Finora abbiamo analizzato i vantaggi del SaaS e gli aspetti da considerare attentamente rispetto ai vostri obiettivi aziendali. Ora è il momento di valutare attivamente se un CCM SaaS può sostenere meglio i vostri obiettivi in fatto di esperienza cliente.

Vi presentiamo Inspire Evolve

Inspire Evolve è una soluzione CCM SaaS ad alte prestazioni di livello enterprise creata da Quadient, il provider CCM più fidato al mondo. Progettato per il futuro dal più grande team di ricerca e sviluppo del settore, consente agli utenti aziendali non tecnici di progettare, personalizzare e fornire comunicazioni sicure incentrate sull'essere umano, con il minimo sforzo lato IT.

Le funzionalità principali includono:

PROGETTAZIONE DI MODELLI DI COMUNICAZIONE
Progettazione di modelli di comunicazione scalabili.

- ☑ Creazione intelligente di contenuti
- ☑ Gestione efficiente dei contenuti
- ☑ Workflow approvativi
- ☑ Versioning

PERSONALIZZAZIONE DELLE COMUNICAZIONI
Possibilità di personalizzare le comunicazioni in un ambiente controllato per i dipendenti a contatto con i clienti.

- ☑ Workflow approvativi
- ☑ Personalizzazione uno a uno
- ☑ Contenuto dinamico

GENERAZIONE DI COMUNICAZIONI IN BATCH E SU RICHIESTA
Invio di comunicazioni uno a uno, uno a molti o nell'ambito di un processo batch.

- ☑ Utilizzo di dati da qualsiasi fonte alimentante
- ☑ Approvazione personalizzata e workflow aziendali
- ☑ Monitoraggio delle comunicazioni cartacee, e-mail o SMS

ARCHIVIAZIONE DELLE COMUNICAZIONI
Ricerca e recupero delle comunicazioni già inviate ai clienti.

- ☑ Ricerca avanzata
- ☑ Rapida ripresentazione dei documenti
- ☑ Archiviazione a lungo termine

Utilizzate questa pratica lista di controllo per valutare in modo completo le soluzioni CCM SaaS, come Inspire Evolve di Quadient, e per confrontare facilmente i vantaggi del vostro sistema attuale rispetto all'offerta di altri fornitori.

REQUISITI DI MIGRAZIONE DEL CCM	VANTAGGI OFFERTI DA QUADIENT INSPIRE EVOLVE
Velocità di commercializzazione/ time to value	• Soluzione SaaS completa di livello enterprise con funzionalità complete, facili e altamente personalizzabili • La progettazione e la consegna omnicanale creano un'esperienza cliente universale pronta all'uso • L'importazione avanzata delle comunicazioni basata sull'intelligenza artificiale accelera la migrazione dei modelli esistenti dalle piattaforme legacy • Un vasto team globale di esperti di servizi professionali assicura risultati più rapidi
Facilità d'uso	• La soluzione è progettata per essere utilizzata da utenti aziendali, non da esperti tecnici • I progettisti possono creare modelli in base alle regole di branding e personalizzazione • I contenuti sono creati una sola volta e utilizzati più volte su tutti i modelli e i canali
Supporto e formazione	• Supporto globale 24 ore su 24, 7 giorni su 7, disponibile in più lingue • Programmi di formazione di persona e da remoto disponibili per gli utenti aziendali • Certificazioni e valutazioni formali • Accesso a Quadient University, la nostra piattaforma di conoscenza sicura, e forum dedicati ai clienti per interagire con colleghi di diversi settori
Conformità e sicurezza	• I flussi di lavoro di approvazione altamente personalizzabili garantiscono il mantenimento della conformità in tutti i reparti • Certificazioni SOC2, ISO27001, ISO27017, ISO 27018, Hitrust v9.1 • Conforme al GDPR • Conforme alle norme HIPAA • … e molto altro ancora

REQUISITI DI MIGRAZIONE DEL CCM	VANTAGGI OFFERTI DA QUADIENT INSPIRE EVOLVE
Evitare le spese nascoste	• Fatturazione prevedibile • Report sull'utilizzo in tempo reale e mensili • Nessuna penale per eccedenze • Prestazioni enterprise-ready per ogni cliente, senza costi graduati in base alle prestazioni • Nessun costo di uscita • Nuove funzionalità incluse/non addebitabili
Prestazioni	• Realizzata fin dall'inizio con codice ottimizzato per la massima efficienza nel rendering delle comunicazioni • Velocità leader del settore con potenza sufficiente anche per le attività di comunicazione più complesse
Aumentare l'agilità IT e ridurre i costi operativi	• Hosting nel cloud Quadient • Creata per ridurre al minimo la necessità di competenze tecniche • Risorse IT libere di lavorare su altri progetti
Anticipare le esigenze dei clienti e le mosse dei concorrenti	• Processo di sviluppo agile con sviluppo continuo di funzioni e roadmap a lungo termine • Ciclo di rilascio di 2 mesi • Il più grande team di ricerca e sviluppo dedicato del settore
Interoperabilità	• Possibilità di inviare ed estrapolare dati da qualsiasi fonte (interna, sistemi legacy, terze parti) per creare comunicazioni uno a uno completamente personalizzate e di alto valore
Globalizzazione	• Tutte le interfacce sono disponibili in 11 lingue

Iniziate il vostro percorso verso la soddisfazione dei clienti

La soddisfazione dei clienti inizia con una soluzione di gestione delle comunicazioni ben pianificata, che consenta agli utenti aziendali di fornire comunicazioni con i clienti altamente personalizzate, significative e conformi attraverso i canali preferiti. La soluzione deve essere facile da implementare, gestire e mantenere. Deve abbattere i silos di dati all'interno dell'organizzazione in modo da esaltare il valore del cliente e migliorare l'esperienza cliente complessiva.

Ecco cos'è una soluzione di Communication-as-a-Service.



Volete saperne di più su Quadient Inspire Evolve e su un nuovo standard per le comunicazioni cloud?

Iniziate il vostro percorso da QUI.

quadient

Informazioni su Quadient®

Quadient è la forza propulsiva delle esperienze più significative per i clienti di tutto il mondo. Concentrandosi sull'automazione delle comunicazioni intelligenti, sulle soluzioni per i depositi di pacchi e sulle soluzioni per la posta, Quadient aiuta centinaia di migliaia di clienti in tutto il mondo a semplificare la connessione tra le persone e ciò che conta.

Per ulteriori informazioni su Quadient, visitare il sito **quadient.com**.