Settima edizione

# State of Service

## Insight da oltre 6.500 esperti di assistenza clienti.



# Un messaggio dall'EVP



L'assistenza clienti sta entrando in una nuova era. La scorsa edizione del nostro report State of Service rilevava un aumento delle richieste dei clienti. Oggi, l'intelligenza artificiale (AI) sta aumentando la produttività, accelerando le tempistiche di risoluzione e fornendo maggiore supporto ai team di assistenza, riducendo al tempo stesso i costi. La rivoluzione dell'AI prometteva di trasformare il servizio clienti. E la promessa è stata mantenuta.

Abbiamo intervistato 6.500 professionisti dell'assistenza clienti per capire cosa funziona, ora che la tecnologia è passata dai programmi pilota alle operazioni quotidiane. Man mano che l'adozione dell'AI matura nel settore, gli occhi di tutti sono ora rivolti agli agenti AI: sistemi autonomi in grado non solo di fornire informazioni, ma di agire insieme ai team umani. I risultati del nostro sondaggio mostrano che la maggioranza dei responsabili dei servizi di assistenza (79%) ritiene che investire in agenti AI sia fondamentale per soddisfare le attuali esigenze aziendali.

Le aziende più competitive non si stanno limitando a utilizzare gli agenti AI. Stanno instaurando una vera e propria collaborazione tra esseri umani e agenti AI su tutti i loro canali digitali, con una strategia di dati unificante che rende queste partnership realmente efficaci su larga scala. Questo report analizza sia i successi che le difficoltà, rivelando come le aziende e i professionisti dell'assistenza si orientano in questo nuovo panorama attraverso la collaborazione fra esseri umani e AI.

Le prospettive condivise dai leader dei servizi di assistenza di oggi, quelli che affiancano l'AI agli esseri umani nelle loro operazioni quotidiane, definiranno il percorso da seguire. Ci auguriamo che questa nostra ricerca sia un punto di riferimento per aiutarvi a tracciare il futuro del servizio clienti: un futuro in cui gli esseri umani e gli agenti AI lavorano insieme per creare un successo senza precedenti.

*Kishan Chetan*

**Kishan Chetan**

EVP e GM
Salesforce Service Cloud

# In questo report

Per la settima edizione del report “State of Service”, Salesforce ha intervistato circa 6.500 professionisti del settore per scoprire come:

- Il numero limitato di risorse sta incentivando gli investimenti nell'AI
- Le tipologie emergenti di AI stanno decollando nelle organizzazioni di servizi di assistenza
- I responsabili stanno implementando l'AI nell'assistenza sul campo

I dati presentati in questo report sono il risultato di un sondaggio in doppio cieco condotto dal 25 aprile al 6 giugno 2025. Gli intervistati rappresentano 40 Paesi nei cinque continenti. Tutti gli intervistati fanno parte di un panel esterno.

Per ulteriori dati demografici sul sondaggio, cfr. pagina 37.

Salesforce Research offre informazioni approfondite basate sui dati che aiutano le aziende a trasformare il modo in cui incentivano il successo dei clienti.

Argentina
Australia
Austria
Belgium
Brazil
Canada
Chile
Colombia
Czech Republic
Denmark†
Finland†
France
Germany
Greece
India
Indonesia
Ireland
Israel
Italy
Japan
Mexico
Netherlands
New Zealand*
Norway†
Peru
Philippines
Poland
Saudi Arabia
Singapore
South Africa
South Korea
Spain
Sweden†
Switzerland
Thailand
Turkey
United Arab Emirates
United Kingdom
United States

**6.500** professionisti del servizio clienti intervistati in tutto il mondo

†Gruppo campione singolo

Icone bandiere: Getty Images

# Chi abbiamo intervistato

In questo report si fa riferimento ai seguenti gruppi di intervistati.

### Operatori dell'assistenza
Dipendenti in prima linea che supportano i clienti dalla propria abitazione, dal negozio o dall'ufficio in cui lavorano.

### Tecnici di assistenza sul campo
Dipendenti in prima linea che forniscono supporto sul campo, presso l'abitazione o l'azienda del cliente, di persona o virtualmente.

### Operazioni di assistenza
Professionisti dell'assistenza che supervisionano le operazioni e forniscono ai team interni strumenti, sistemi e processi.

### Responsabili dei servizi di assistenza
Vicepresidenti, direttori e team leader dell'assistenza che supervisionano sia i tecnici dell'assistenza sul campo che gli operatori dell'assistenza.

- **Responsabili dell'assistenza sul campo**
  Responsabili dei servizi di assistenza che sovrintendono solo all'assistenza sul campo.
- **Responsabili degli operatori**
  Responsabili dei servizi di assistenza che sovrintendono solo agli operatori dell'assistenza.

### Professionisti dell'assistenza clienti
Tutti gli intervistati, comprendenti tutti i gruppi sopra indicati.



# Sommario

**Introduzione** . . . . . 06

**Capitolo 1:** I team alle prese con le sfide dell'adozione dell'AI . . . . . 07

**Capitolo 2:** Gli agenti AI ridefiniscono il servizio clienti . . . . . 13

**Capitolo 3:** L'AI diventa conversazionale con interazioni vocali e multimodali. . . . . 19

**Capitolo 4:** L'AI agentica rende l'assistenza sul campo più sicura ed efficiente . . . . . 25

**Mappa** il tuo percorso nella maturità dell'AI . . . . . 30

**Appendice** . . . . . 32

**Dettagli del campione** . . . . . 36

# Introduzione

Le organizzazioni puntano sempre di più a offrire esperienze clienti eccezionali e l'AI è emersa come una forza trasformativa nei servizi di assistenza. Sebbene l'AI sia promettente nel campo della fornitura di servizi, la sua adozione non è priva di sfide. Le aziende che comprendono gli ostacoli che si interpongono all'implementazione dell'AI e ne sfruttano il potenziale possono migliorare le interazioni con i clienti, semplificare le operazioni e promuovere la crescita man mano che si evolvono in imprese agentiche.

## 01 I team alle prese con le sfide dell'adozione dell'AI

I team dell'assistenza devono affrontare molte sfide, tra cui soddisfare le richieste dei clienti con risorse limitate, ovviare alla carenza di talenti e implementare con successo l'AI. Tuttavia, **le aziende che hanno integrato i dati dei loro canali d'assistenza in un'unica piattaforma unificata definiscono la propria implementazione aziendale dell'AI "molto efficace" con una frequenza 1,4 volte superiore rispetto a quelle con sistemi isolati.**

## 02 Gli agenti AI ridefiniscono il servizio clienti

Le aziende stanno incorporando l'AI predittiva, generativa e agentica per offrire interazioni più rapide, accurate e personalizzate. I responsabili si aspettano che gli agenti AI amplifichino i risultati ottenuti in precedenza con l'AI e sostengono tale aspettativa con investimenti. **Il 79% dei responsabili dei servizi di assistenza afferma che l'investimento in agenti AI è essenziale per soddisfare le esigenze aziendali.**

## 03 L'AI diventa conversazionale con le interazioni vocali e multimodali

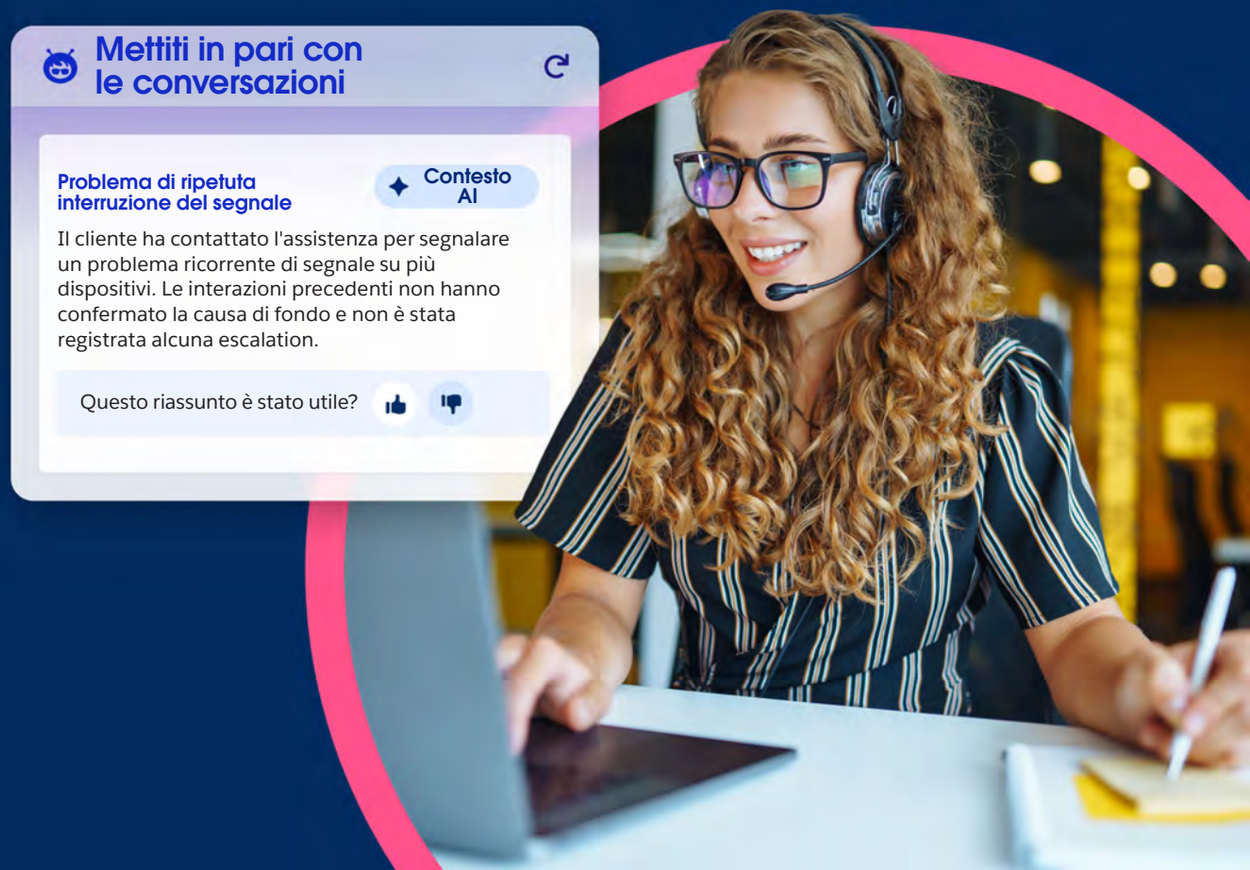
L'AI conversazionale sta trasformando la comunicazione con i clienti in tutti i canali digitali, come la messaggistica e le chat, aumentando i tassi di risoluzione self-service. Quando i casi richiedono l'attenzione umana, i giusti strumenti di AI mantengono il contesto. **L'85% dei professionisti dei servizi di assistenza che si avvalgono dell'AI vocale afferma che le transizioni a operatori umani sono fluide per i clienti.**

## 04 L'AI agentica rende l'assistenza sul campo più sicura ed efficiente

Le organizzazioni di assistenza sul campo devono affrontare inefficienze dovute ad attività amministrative, problemi di pianificazione e lunghe attese per i componenti. L'AI può venire in soccorso. **L'85% dei responsabili dell'assistenza sul campo dichiara che aumenterà gli investimenti in AI nel corso del prossimo anno.**

# 1

# I team alle prese con le sfide dell'adozione dell'AI



01

# I team faticano a soddisfare le richieste di assistenza

**L'82% dei professionisti dell'assistenza concorda sul fatto che le aspettative dei clienti sono più elevate rispetto al passato**. I clienti si aspettano molto, dall'assistenza 24 ore su 24, 7 giorni su 7, alle interazioni personalizzate.

E sebbene **l'81% degli operatori dell'assistenza affermi che costruire relazioni con i clienti sia una parte importante del proprio lavoro,** meno della metà del loro tempo (46%) è dedicata ai clienti, in parte a causa di attività amministrative e responsabilità interne.

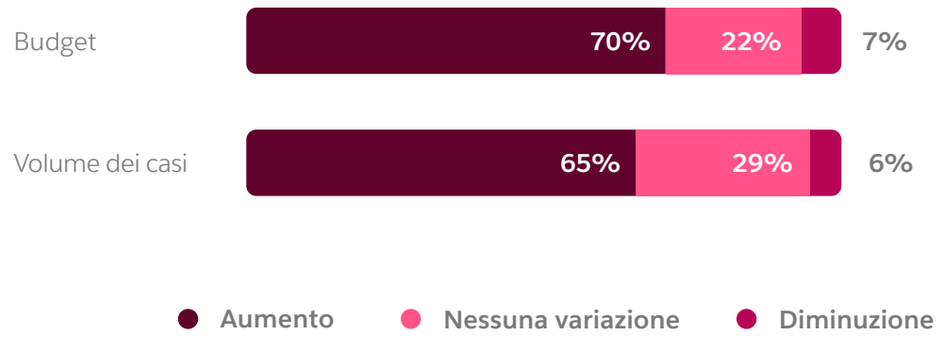
Se a questo si aggiunge un previsto aumento del volume dei casi nel corso del prossimo anno, si ottiene la ricetta per il burnout degli operatori dell'assistenza e per l'insoddisfazione di tanti clienti. Fortunatamente, i responsabili dei servizi di assistenza si aspettano anche un aumento del budget, che potrà essere utilizzato per apportare miglioramenti operativi.

**Il 43% dei consumatori afferma che un'esperienza scadente con il servizio clienti li indurrà a non ripetere l'acquisto.[1]**

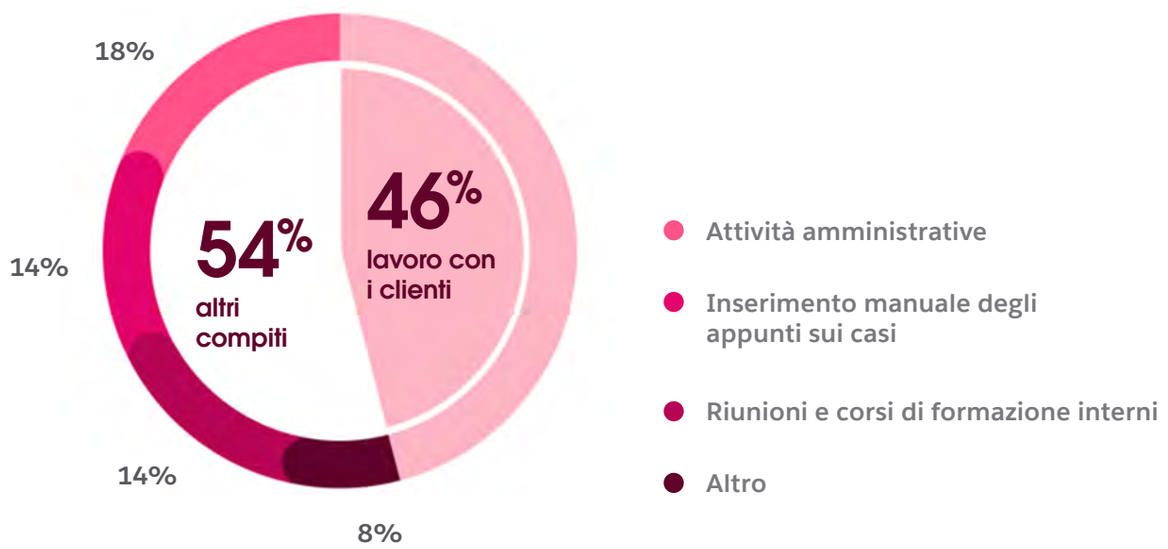
[1] Salesforce, State of the AI Connected Customer, 2024.

## L'assistenza deve far fronte ad aspettative elevate e a un aumento del carico di lavoro

**Cambiamenti che i responsabili dei servizi di assistenza prevedono per il prossimo anno**




**Come gli operatori dell'assistenza impiegano il loro tempo in una settimana tipo**



01

# La carenza di talenti mette a dura prova i team dell'assistenza

Oltre a dover stare al passo con le mutevoli aspettative dei clienti, tra le principali sfide i responsabili dei servizi di assistenza citano anche la difficoltà nell'assumere e trattenere i dipendenti.

**Nell'ultimo anno il 12% dei dipendenti del settore ha lasciato la propria azienda** e queste persone altamente qualificate sono spesso difficili da sostituire. Durante il processo di assunzione, più di un terzo dei team di assistenza fatica a soddisfare le richieste di un migliore equilibrio tra lavoro e vita privata e di stipendi più alti, nonché a trovare talenti con le giuste competenze.

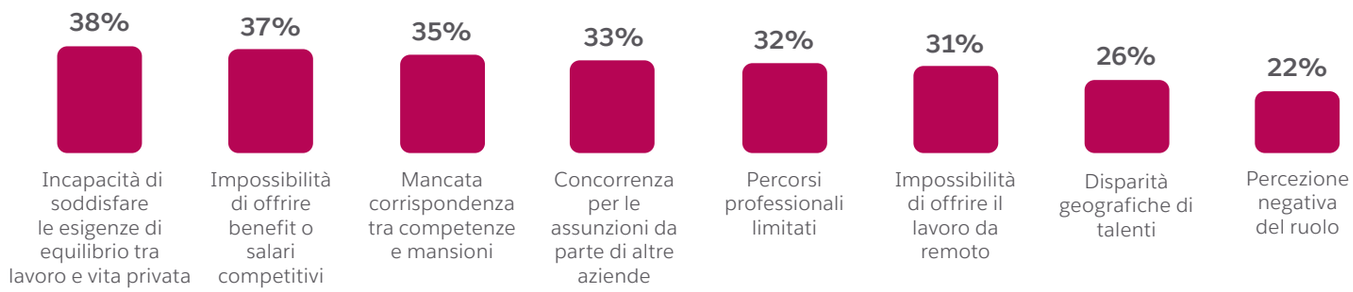
Per soddisfare le esigenze di capacità di assistenza, i responsabili affermano che le tattiche più efficaci sono l'espansione della formazione e dello sviluppo delle competenze e l'implementazione del self-service per i clienti. Nelle aziende che sfruttano l'AI, al secondo posto tra le tattiche citate dai responsabili c'è l'AI per l'uso da parte dei clienti.

## Assumere e trattenere lo staff diventa più difficile

**Principali sfide dell'assistenza clienti**

1. Rimanere al passo con le aspettative in continua evoluzione dei clienti
2. Costi operativi elevati
3. Difficoltà ad assumere e/o trattenere i dipendenti

**I responsabili affermano che le seguenti sfide rendono più difficile l'assunzione**




**Le tattiche più efficaci dei responsabili per soddisfare le esigenze di capacità dell'assistenza**

1. Espansione della formazione e dello sviluppo delle competenze
2. Self-service per i clienti
3. Valorizzazione del percorso professionale

01

# I problemi di sicurezza frenano l'adozione dell'AI

Man mano che la tecnologia diventa sempre più complessa, aumentano anche le minacce alla sicurezza informatica, con attacchi che vanno dal data poisoning alle violazioni del cloud.

I responsabili della sicurezza IT riconoscono che l'AI complica ulteriormente la questione: una preoccupazione che difficilmente svanirà data la sempre maggiore diffusione e autonomia della tecnologia.

## Il 75% dei responsabili della sicurezza IT ritiene che le minacce informatiche legate all'AI supereranno presto le difese tradizionali.[1]

Di fatto, **i responsabili dei servizi di assistenza citano i problemi di sicurezza come la sfida numero 1 durante l'implementazione dell'AI** e oltre la metà afferma che tali problemi hanno ritardato o limitato queste iniziative. Per combattere il problema, l'86% si dichiara disponibile a pagare di più per una tecnologia che mantenga i dati al sicuro.

1 Salesforce, State of IT: Sicurezza, 2025.

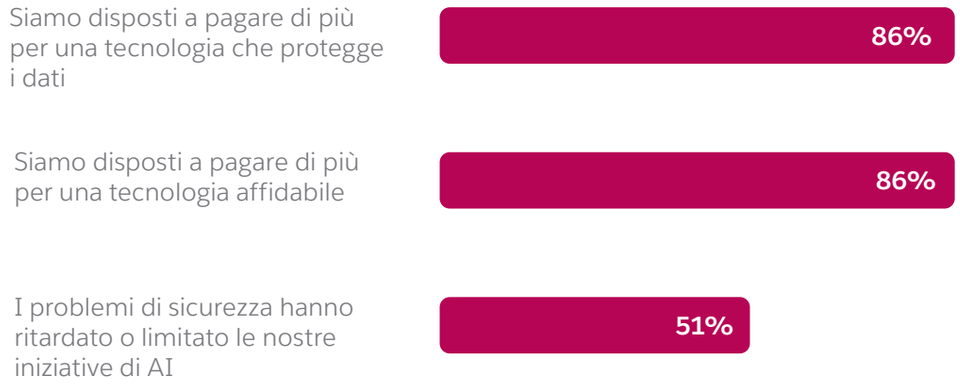
## Nella rivoluzione dell'AI, la sicurezza è la priorità per l'assistenza clienti

**Principali sfide nell'implementazione dell'AI**

1. Timori relativi alla sicurezza
2. Problemi di accuratezza e spiegabilità dell'AI
3. Mancanza di competenze in materia di AI
4. Costi elevati
5. Barriere all'adozione da parte dei clienti

Base: responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano l'AI.

**Responsabili dei servizi di assistenza che dichiarano quanto segue**



# In evidenza: L'integrazione aumenta l'efficacia dell'AI

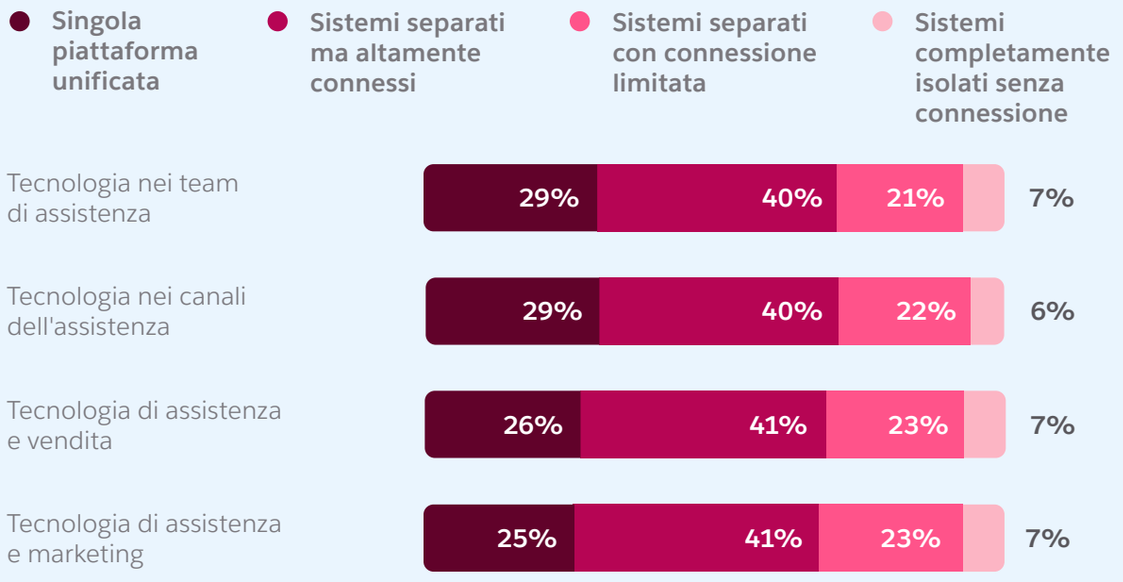
I silos tra team e tecnologie ostacolano molte attività, e l'implementazione dell'AI non fa eccezione. **Il 44% dei responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano l'AI afferma che i silos tecnologici hanno ritardato o limitato le loro iniziative di AI.**

Ma sempre più organizzazioni si stanno impegnando per connettere la propria tecnologia tra canali e team diversi, e quelle con tecnologia connessa segnalano un maggiore successo nell'implementazione dell'AI. **L'88% dei responsabili dei servizi di assistenza afferma di dare priorità all'integrazione tecnologica per supportare le proprie iniziative di AI.**

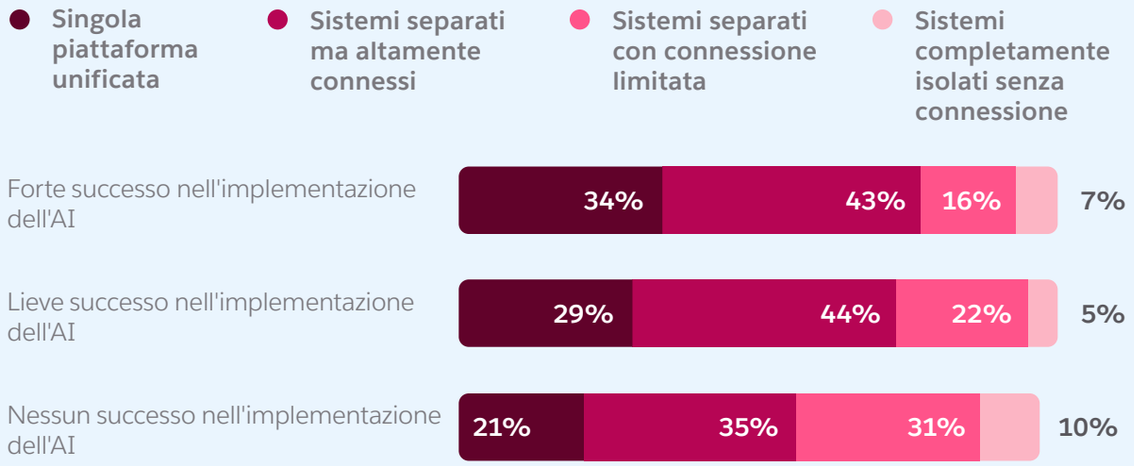
**Le organizzazioni che integrano i dati dei propri canali d'assistenza in un'unica piattaforma unificata definiscono la propria implementazione aziendale dell'AI "molto efficace" con una frequenza 1,4 volte superiore rispetto a quelle con sistemi isolati.**

## I sistemi connessi ottengono maggiore successo con l'AI

Misura in cui i seguenti sistemi sono collegati




## Le organizzazioni dotate di tecnologia integrata per il canale dell'assistenza registrano un maggiore successo con l'AI




Base: professionisti dell'assistenza che utilizzano l'AI.

# L'AI generativa aiuta il nostro team a concentrarsi sui clienti.”

**Tim Gough**
Chief Technology Officer, Simplyhealth

Simplyhealth fornisce piani sanitari e dentistici a quasi 3 milioni di clienti. Ha posto l'AI al centro della sua strategia per facilitare le interazioni, servendo digitalmente un numero maggiore di persone per aumentare la produttività e fornire esperienze eccezionali ai clienti.

Leggi la storia

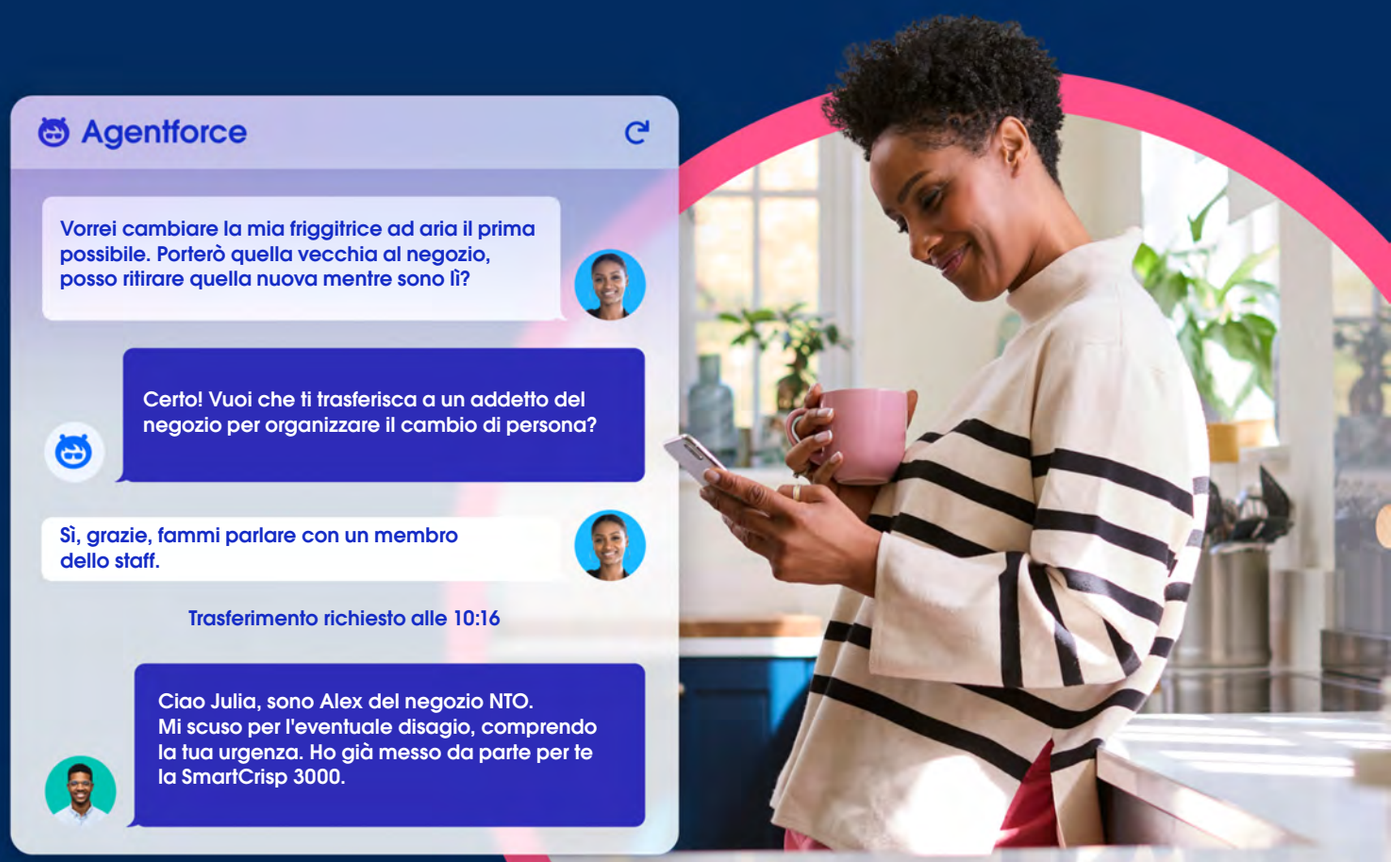
**90%**
in meno nei tempi di risposta alle e-mail

**30%**
delle query risolte dall'AI conversazionale

**90+**
ore settimanali di incremento della produttività di tutti gli agenti con l'AI generativa

# 2

# Gli agenti AI ridefiniscono il servizio clienti



02

# Le aziende incrementano gli investimenti in AI e agenti

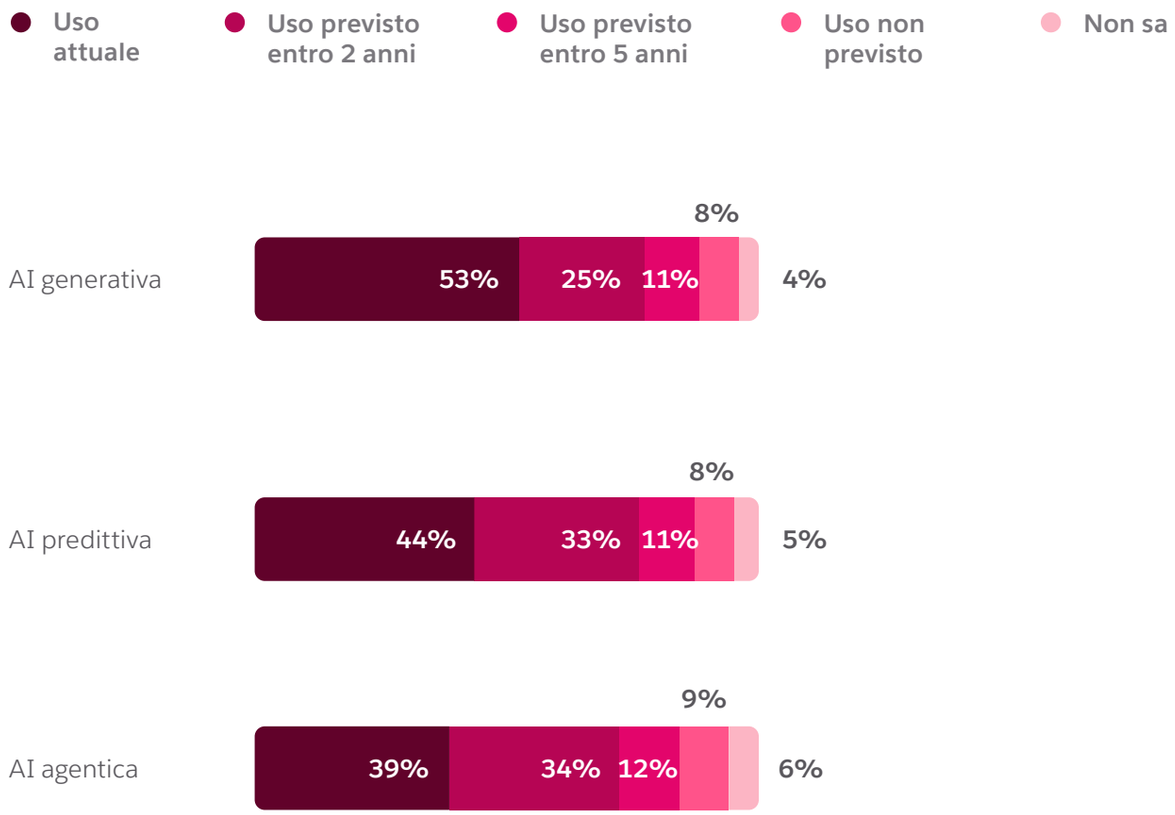
Le aziende stanno investendo in tutte e tre le forme di AI: predittiva, generativa e agentica. **Il 69% dei professionisti dell'assistenza afferma che la propria organizzazione utilizza almeno una forma di AI e il 39% dichiara di utilizzare l'AI agentica.**

L'AI predittiva prevede i problemi (ad esempio la probabilità che un cliente riscontri un problema con il proprio prodotto o servizio), l'AI generativa crea nuovi contenuti (come le risposte automatiche alle richieste dei clienti) e l'AI agentica intraprende azioni autonome (come il completamento di attività di routine, la fornitura di indicazioni in tempo reale e la collaborazione con i responsabili dei servizi di assistenza per risolvere problemi complessi dei clienti).

**Solo il 6% dei responsabili dei servizi di assistenza non prevede di utilizzare l'AI agentica entro cinque anni**, un dato coerente con quanto affermato dal 79%, secondo cui investire in agenti AI è essenziale per soddisfare le esigenze aziendali.

## Le organizzazioni di assistenza continuano ad adottare l'AI

**Utilizzo da parte delle organizzazioni di assistenza dei seguenti tipi di AI**



02

# Gli agenti AI forniscono risultati misurabili

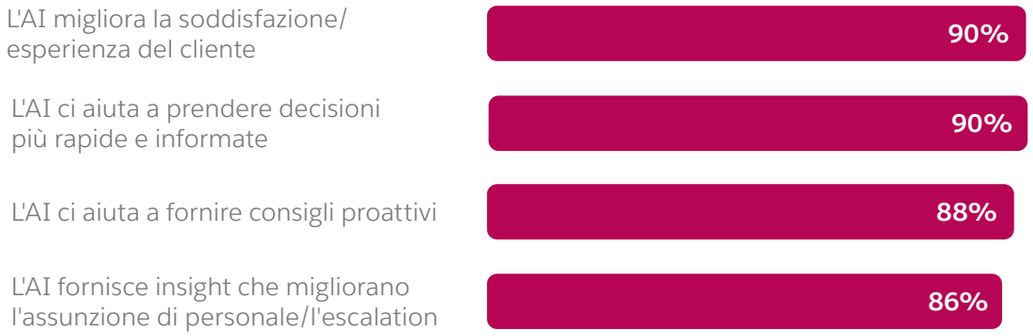
L'AI consente ai team di offrire interazioni più rapide e accurate. Dalla fornitura di raccomandazioni proattive ai clienti all'assistenza ai responsabili con insight in tempo reale, l'AI sta trasformando la natura del lavoro di assistenza.

Il risultato? Miglioramento del processo decisionale, maggiore efficienza e clienti più soddisfatti. E le aziende che utilizzano nello specifico gli agenti AI prevedono risultati migliori in tutti i KPI, dai punteggi di soddisfazione del cliente al reindirizzamento dei casi.

**Gli operatori e i responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano gli agenti AI prevedono una diminuzione media del 20% dei costi e dei tempi di risoluzione dei casi.**

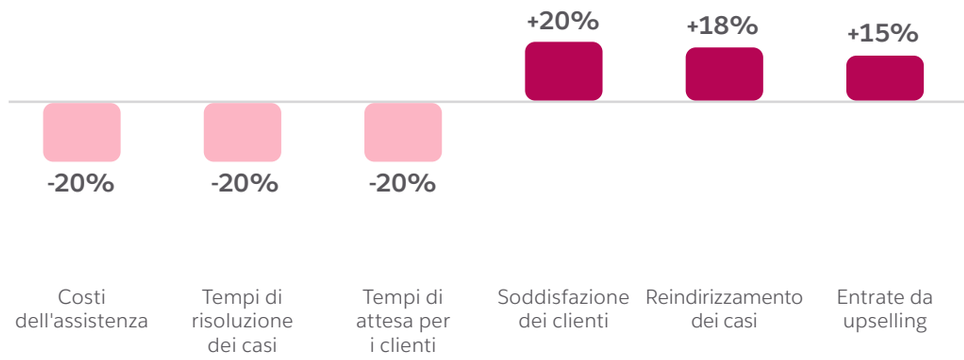
## L'AI offre vantaggi sia ai clienti che alle aziende

**Responsabili dei servizi di assistenza che dichiarano quanto segue sull'AI**




Base: responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano l'AI.

**Impatto degli agenti AI previsto dopo la completa implementazione**




Base: operatori e responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano o prevedono di utilizzare gli agenti AI.

02

# La collaborazione tra esseri umani e agenti AI migliora i risultati

La collaborazione tra esseri umani e AI nel servizio clienti produce vantaggi significativi. Di fatto, l'83% degli operatori dell'assistenza presso organizzazioni che utilizzano l'AI afferma di avere migliori prospettive di carriera grazie ad essa, e l'82% dichiara che lavorare con l'AI li ha aiutati a sviluppare nuove competenze. Ha inoltre incrementato la loro produttività e ha reso il lavoro meno stressante.

E nelle organizzazioni che si avvalgono di agenti AI, gli operatori dell'assistenza possono dedicarsi ai casi più complicati. Affiancando l'AI agli operatori dell'assistenza è possibile ottenere di più, anche soddisfare le esigenze dei clienti, che siano semplici o complesse.

Potenziando le offerte di self-service con l'AI, le organizzazioni possono anche risparmiare risorse preziose come il tempo degli operatori, che può essere dedicato a casi di maggior valore.

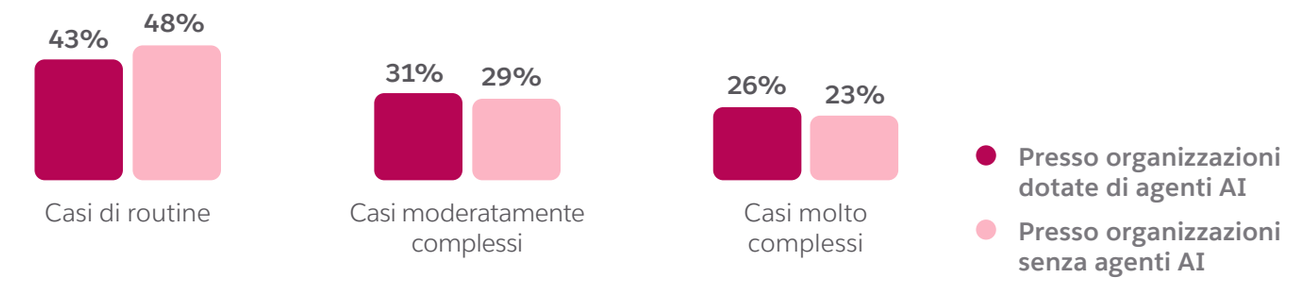
## L'AI potenzia il ruolo degli operatori dell'assistenza clienti

### Operatori dell'assistenza che dichiarano quanto segue sull'AI




Base: professionisti dell'assistenza che utilizzano l'AI.

### Quota del carico di lavoro degli operatori dell'assistenza per categoria




Base: operatori e responsabili dei servizi di assistenza.

# In evidenza: accelerare la risoluzione dei casi con il self-service agentico

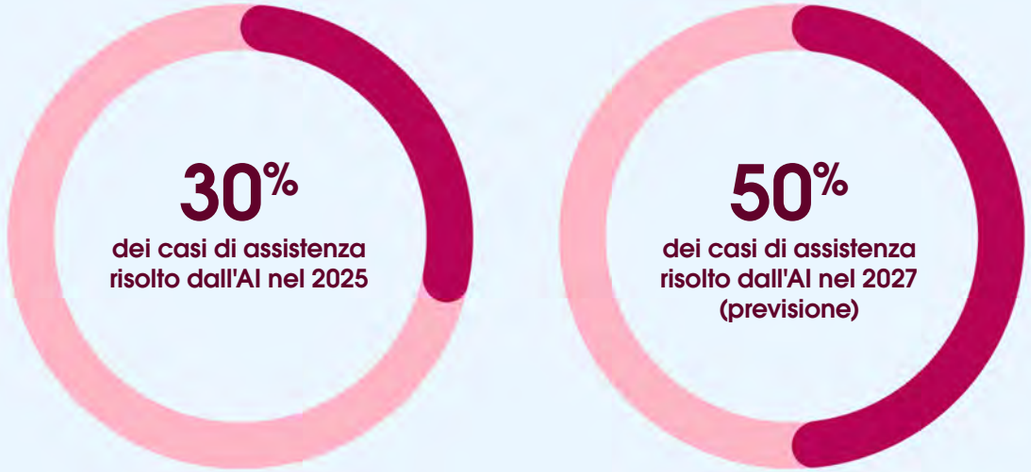
Con il diffondersi degli agenti AI, i professionisti dell'assistenza clienti si attendono una crescita rapida della quota di casi risolti dall'AI. **Entro il 2027, si prevede che il 50% dei casi di assistenza sarà risolto dall'AI, in crescita rispetto al 30% del 2025.**

In questo contesto che vede un numero sempre più crescente di casi venire risolto dall'AI, le informazioni destinate ai clienti (ad esempio le risposte alle domande frequenti) emergono come il principale caso d'uso per gli agenti AI: una scelta naturale dato il loro ruolo nell'aiutare i clienti a risolvere i problemi in modo indipendente.

Altre importanti applicazioni degli agenti includono le risposte alle richieste relative agli ordini, nonché i consigli personalizzati sui prodotti in base alle esigenze, alle preferenze e alla cronologia degli acquisti passati del cliente.

## L'avvento dell'AI agentica crea opportunità di self-service

Casi di assistenza risolti dall'AI




**Principali casi d'uso degli agenti AI nel servizio clienti**

1. FAQ per i clienti
2. Richieste sugli ordini
3. Riepiloghi delle conversazioni
4. Recupero delle conoscenze per operatori/tecnici
5. Consigli personalizzati sui prodotti

“

## Grazie a questa nuova tecnologia, siamo in grado di offrire un'esperienza semplice e competente di livello superiore.”

**Jim Roth**
Presidente, Customer Success, Salesforce

Scopri come Salesforce utilizza il self-service agentico per assistere i visitatori del proprio sito di assistenza, guidandoli verso le risposte che cercano e risolvendo le richieste più diverse, dalla reimpostazione della password al supporto per gli sviluppatori.

Leggi la storia



3

# L'AI diventa conversazionale con interazioni vocali e multimodali



03

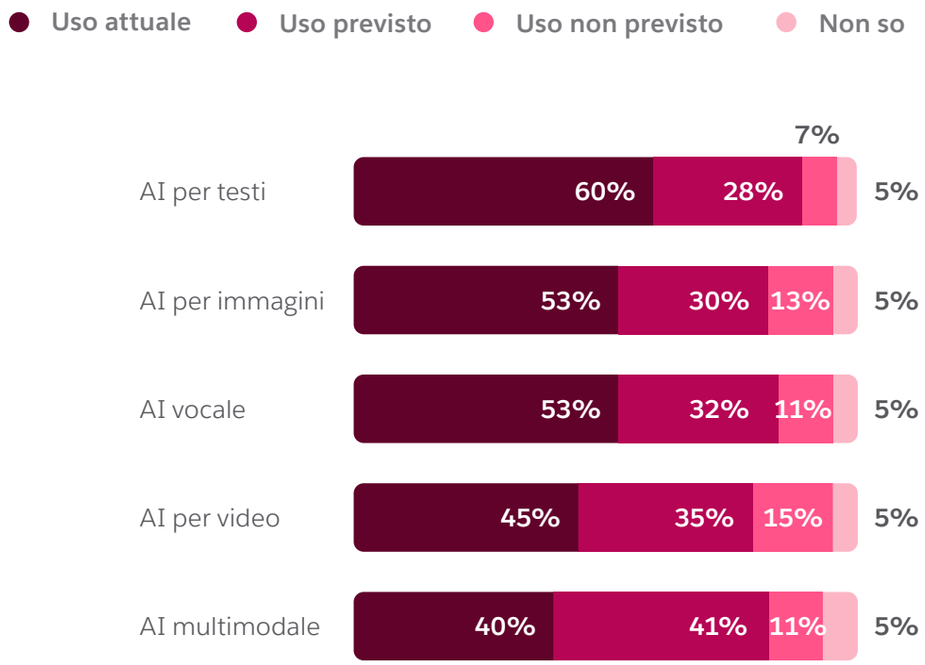
# L'AI conversazionale risponde ai clienti ovunque si trovino

L'AI multimodale è una tecnologia in grado di gestire diversi tipi di input (voce, testo, chat e immagini) in un unico sistema. Gli agenti AI stanno trasformando questi punti di contatto in conversazioni utilizzando il linguaggio naturale.

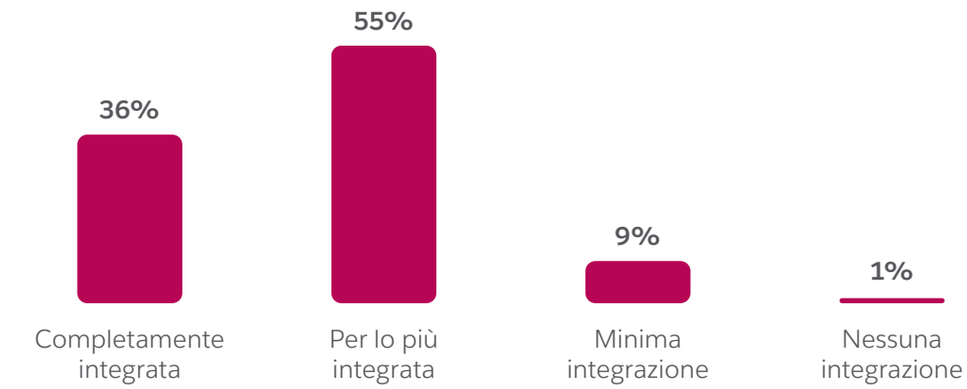
Le interazioni realmente multimodali preservano la cronologia e il contesto in tutti i punti di contatto, consentendo alle organizzazioni di offrire al cliente un'esperienza priva di intoppi nel passaggio da un canale all'altro e da una modalità di conversazione all'altra. Già oggi, il 36% delle organizzazioni che usano l'AI sia vocale che per testi ha integrato queste modalità.

## Le organizzazioni si aspettano più AI conversazionale

**Utilizzo segnalato dalle organizzazioni di assistenza per i seguenti tipi di AI**




## Integrazione di AI vocale e AI per testo delle organizzazioni di assistenza




Base: professionisti dell'assistenza che utilizzano l'AI sia vocale che per testi.

03

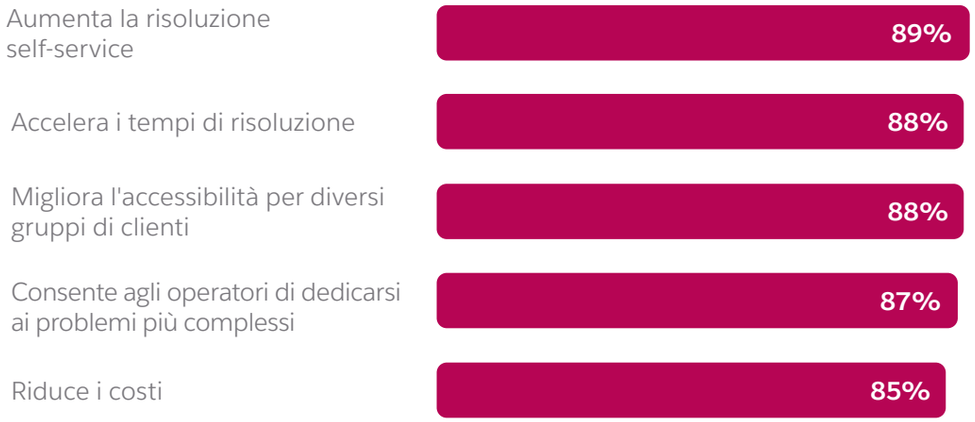
# L'AI conversazionale giova ad aziende e clienti

L'AI conversazionale funziona meglio quando si basa sui dati della tua organizzazione, garantendo risposte accurate e al contempo mantenendo la voce e il tono del tuo brand. Inoltre, attinge ai dati dei clienti per personalizzare ogni interazione, parlando la loro lingua, adattandosi alle loro preferenze di tono e alle loro esigenze di comunicazione.

Le aziende che trasferiscono facilmente le conversazioni dagli agenti AI agli operatori umani stanno ottenendo ottimi risultati. Queste transizioni fluide mantengono la soddisfazione del cliente, consentendo al tempo stesso agli operatori umani di concentrarsi immediatamente sulla risoluzione del problema invece che sulla raccolta di dettagli di contesto.

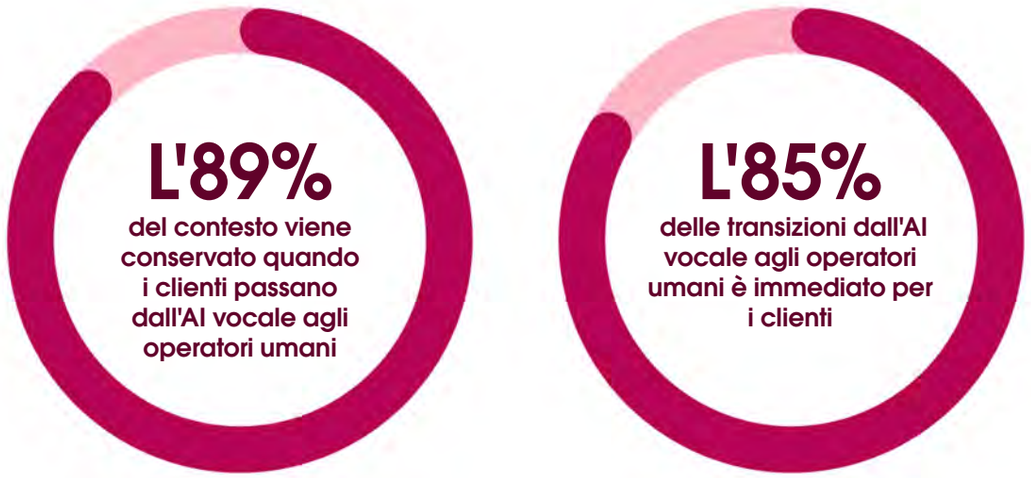
## L'AI conversazionale ottiene punteggi alti

**Professionisti dell'assistenza che affermano che l'AI conversazionale fa quanto segue**




Base: utilizza l'AI.

**Professionisti dell'assistenza che usano l'AI vocale e affermano quanto segue**



03

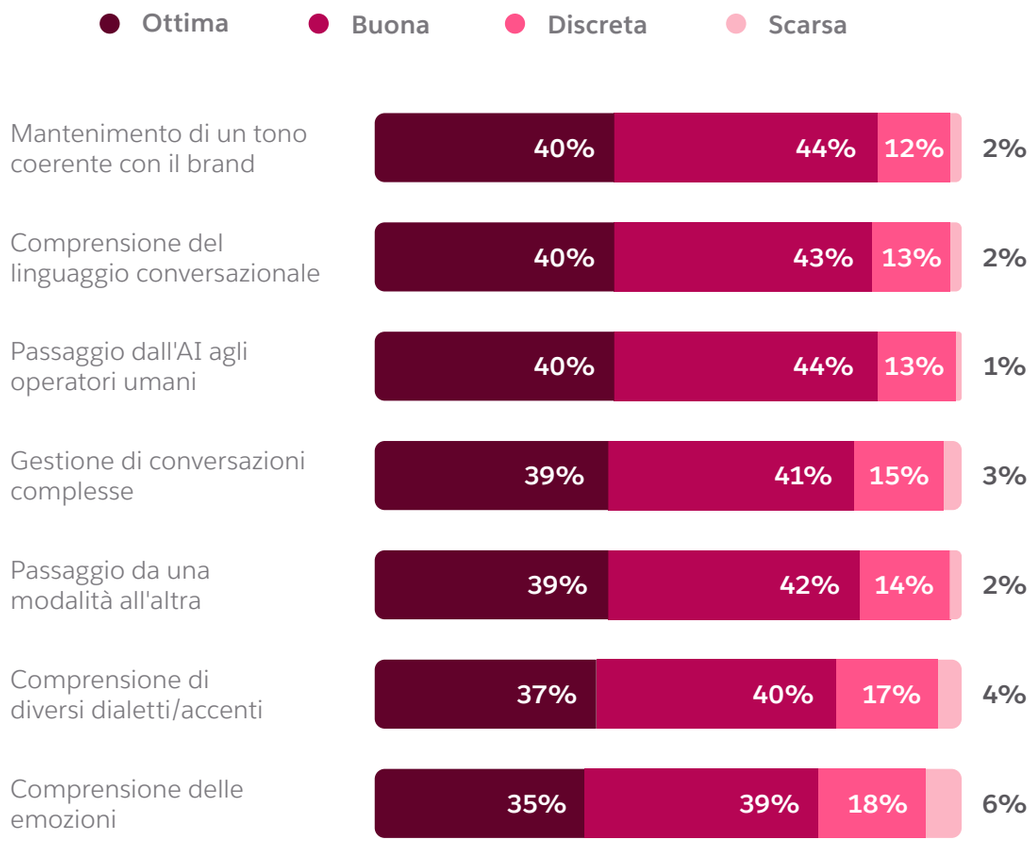
# L'AI giusta comprende i clienti e adotta il tono del brand

I professionisti dell'assistenza che usano l'AI conversazionale sono piacevolmente stupiti dalle sue prestazioni. La tecnologia ha ottenuto buoni risultati su tutta la linea, con l'88% delle aziende che la reputa efficace o eccellente nel mantenere coerente la voce del brand. Tuttavia, c'è ancora margine di miglioramento in molti ambiti.

Uno di questi è la comprensione delle sfumature del dialetto e delle emozioni. Sebbene il 35% dei professionisti dell'assistenza dichiari che la propria AI è eccellente nel comprendere le emozioni, altri sono meno entusiasti. Si tratta di un passo avanti essenziale per rendere le interazioni con l'AI davvero naturali.

## L'AI conversazionale si connette in modo naturale

### Efficacia dell'AI nei seguenti compiti




Base: professionisti dell'assistenza che utilizzano l'AI.

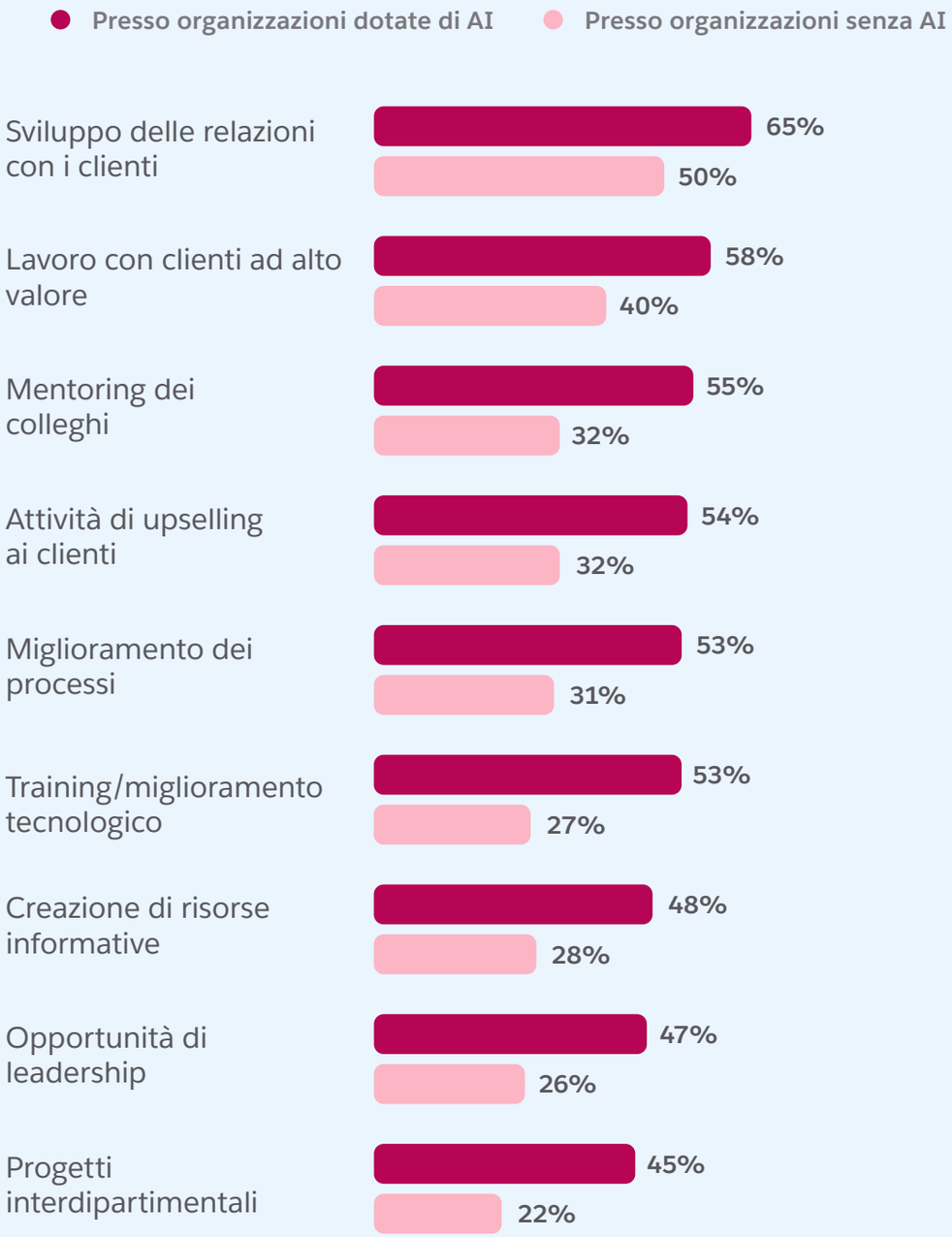
# In evidenza: l'AI aiuta gli esseri umani a concentrarsi su ciò che conta

La partnership uomo-macchina trasforma il modo in cui i team di assistenza operano. Quando l'AI gestisce le attività di routine, i team hanno la possibilità di concentrarsi sulle esigenze aziendali più pressanti. **Il 65% dei team che usano l'AI riporta maggiori opportunità di concentrarsi sullo sviluppo delle relazioni con i clienti.**

E il 54% dei team che usano l'AI segnala maggiori opportunità di concentrarsi sul miglioramento dei processi. I numeri parlano chiaro: i team che utilizzano l'AI scoprono maggiori opportunità per aiutare i clienti, i colleghi e l'azienda.

## Gli operatori che utilizzano l'AI hanno più tempo per attività di maggior valore

**Operatori che hanno ampie opportunità di fare quanto segue**



“

# Risparmiare anche solo 2 minuti in una conversazione di 10 minuti consente ai nostri operatori dell'assistenza di rafforzare le relazioni con i clienti.”

**George Pokorny**
SVP, Global Customer Success, OpenTable

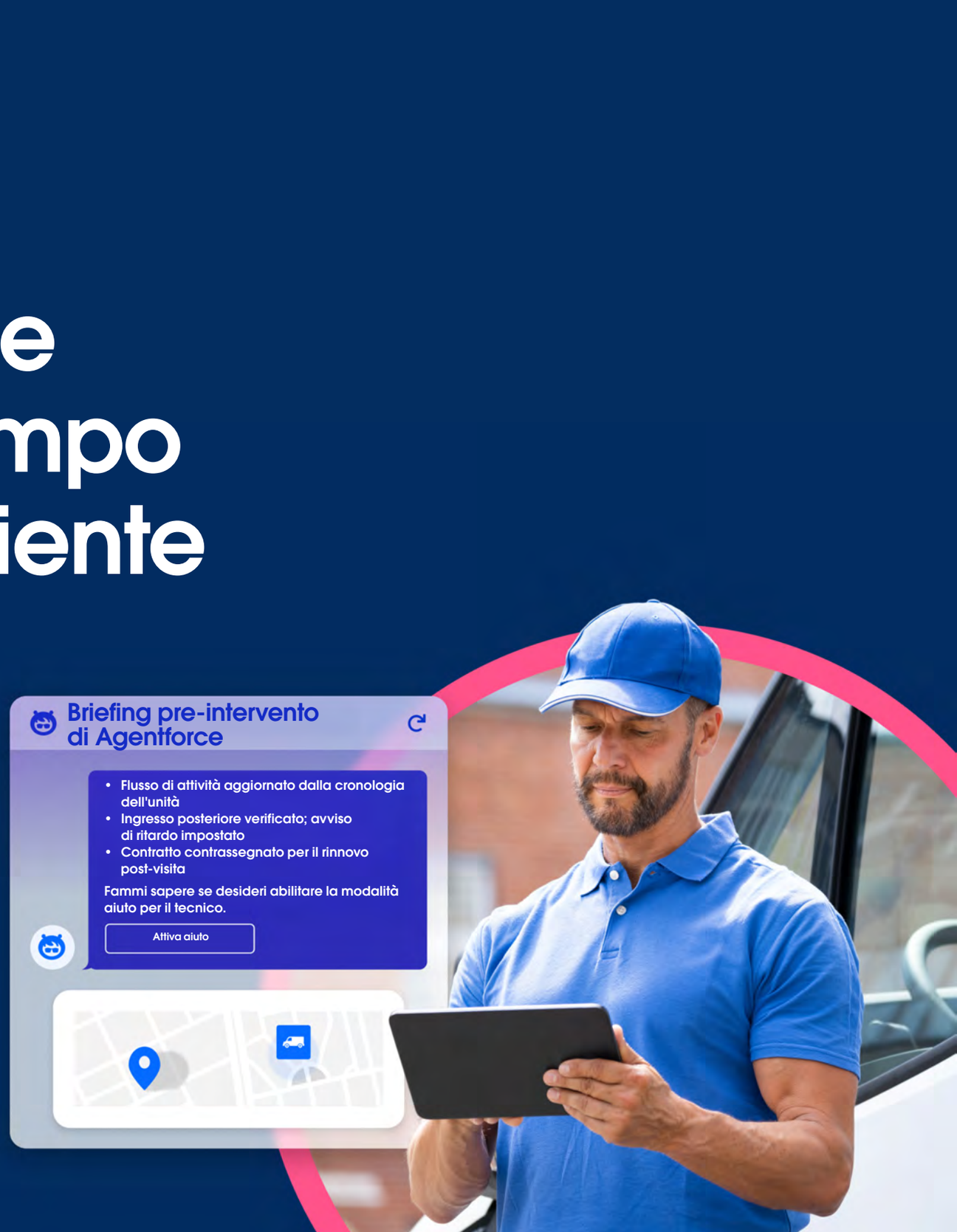
Avendo tutto unificato in un unico sistema, OpenTable è in grado di fornire un supporto più rapido ed efficace, migliorando significativamente la soddisfazione della sua base di clienti globale.

Leggi la storia



# 4

# L'AI agentica rende l'assistenza sul campo più sicura ed efficiente



04

# Le organizzazioni di assistenza sul campo lottano contro l'inefficienza

I professionisti dell'assistenza sul campo lamentano frustrazioni dovute all'inefficienza e in cima alle cause ci sono le attività amministrative. I lavoratori in mobilità stimano che il 18% delle loro ore lavorative – più di 7 ore alla settimana – sia "sprecato" in compiti amministrativi, tra cui compilazione di moduli e ricerca di informazioni, che impediscono loro di dedicarsi a risolvere i problemi dei clienti.

Alla domanda riguardo agli ostacoli alla produttività, sia i tecnici che i responsabili dell'assistenza sul campo rispondono evidenziando problemi dovuti alla pianificazione e all'attesa dei componenti. Non si tratta solo di intoppi operativi, bensì di nemici universali della produttività.

**Il 37% dei tecnici afferma che le attività amministrative impediscono loro di svolgere il lavoro vero e proprio.[1]**

[1] Salesforce, Snapshot Survey: Field Service, 2025.

## Le attività amministrative e di pianificazione riducono la produttività

### Ore dedicate ad attività a basso valore

**7,27 ore**

su una settimana lavorativa di 40 ore sono "sprecate" in attività a basso valore

### Principali ostacoli alla produttività dell'assistenza sul campo

**Secondo i responsabili**

1. Tempi di spostamento e traffico
2. Attesa di componenti o materiali
3. Conflitti nella pianificazione

**Secondo i tecnici**

1. Conflitti nella pianificazione
2. Passaggio da un'app/tecnologia all'altra
3. Attesa di componenti o materiali

04

# L'AI porta vantaggi alle organizzazioni di assistenza sul campo

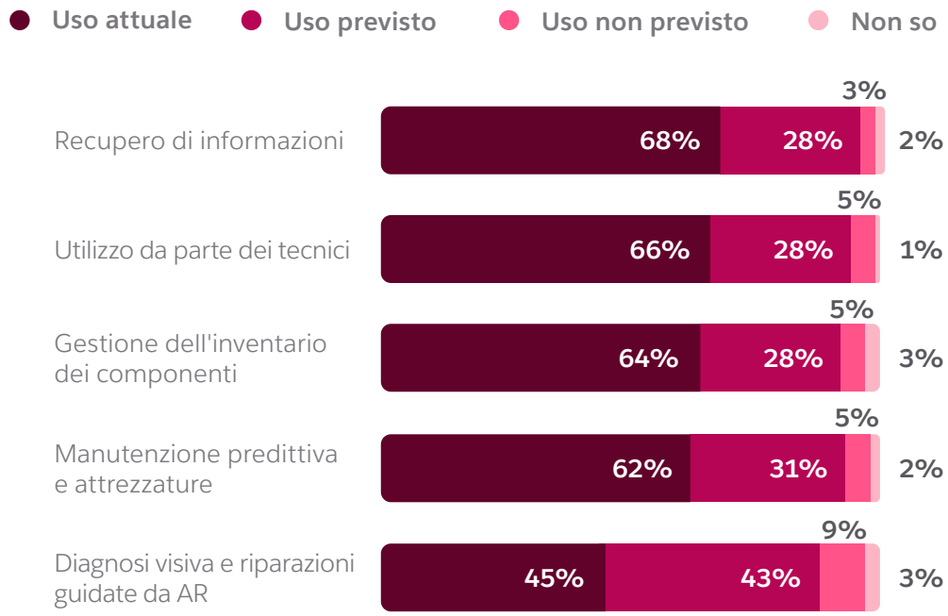
I responsabili dell'assistenza sul campo non stanno semplicemente testando l'AI, ma stanno puntando molto sul suo impatto. Il 96% dei team di assistenza sul campo prevede di utilizzare l'AI per avere accesso istantaneo alle informazioni attraverso il recupero delle conoscenze, perché il tempo di un tecnico è speso meglio a risolvere i problemi piuttosto che a cercare dati. Molti team stanno prendendo in considerazione diagnosi visive e riparazioni guidate dalla realtà aumentata (AR). Il 45% sfrutta attualmente l'AI per le riparazioni guidate dall'AR e un ulteriore 43% prevede di adottarla.

I tecnici affermano che l'AI potrebbe gestire il 35% del lavoro amministrativo, liberando fino a due ore alla settimana. L'88% segnala almeno un moderato miglioramento dell'utilizzo dei tecnici e l'85% segnala almeno un moderato miglioramento della produttività dei dispatcher.

**L'85% dei responsabili dell'assistenza sul campo prevede di aumentare gli investimenti in AI nel prossimo anno.**

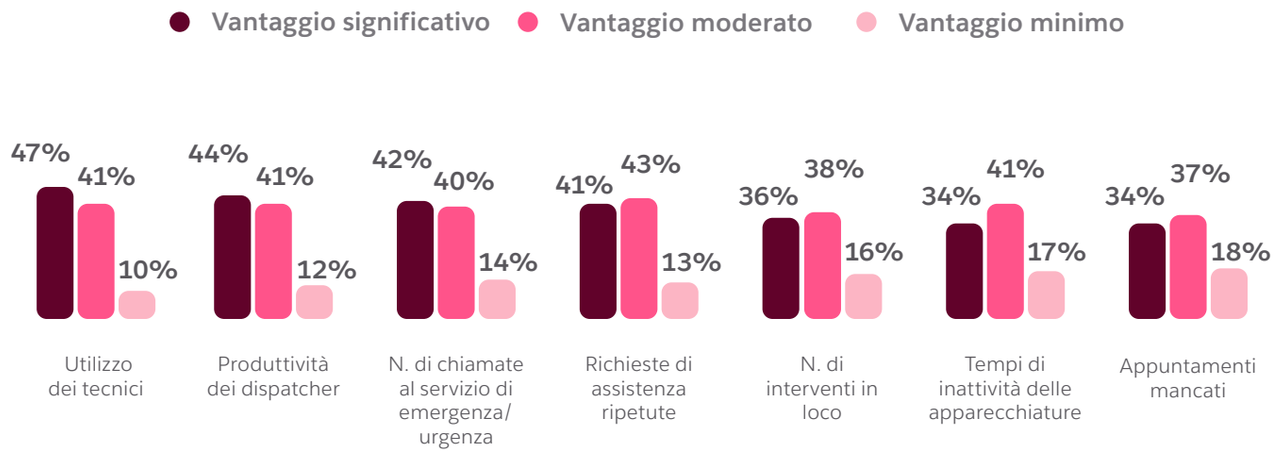
## Le attività amministrative e di pianificazione riducono la produttività

### Uso dell'AI nell'assistenza sul campo per i seguenti scopi




Base: responsabili dell'assistenza sul campo.

### Vantaggi segnalati ottenuti con l'AI




Base: responsabili dell'assistenza sul campo che utilizzano l'AI.

# In evidenza: anche i tecnici vogliono l'AI

I tecnici sono aperti a nuovi strumenti che migliorano il loro lavoro. E come biasimarli? C'è un futuro possibile in cui gli agenti AI gestiranno tutte le richieste di pianificazione e le pratiche burocratiche mentre i tecnici si concentreranno sul lavoro per cui sono effettivamente formati: niente più interruzioni durante riparazioni complesse, niente più appuntamenti da gestire quando ci sono problemi reali da risolvere.

I tecnici sono pronti per questo cambiamento. L'80% vuole sprecare meno tempo in attività amministrative e dedicare più tempo a fare ciò che conta. La ripartizione è chiara: l'87% ritiene che l'AI renderebbe il lavoro più soddisfacente, l'83% si aspetta una migliore precisione degli appuntamenti e l'82% desidera semplicemente avere più tempo per il lavoro che conta davvero.

**I tecnici pensano che gli agenti AI potrebbero svolgere il 35% delle attività amministrative, facendo risparmiare circa 14 ore alla settimana.**

I dati in questa pagina provengono da uno studio correlato condotto presso commercianti e tecnici negli Stati Uniti.

## Gli operatori sono ottimisti riguardo agli agenti AI

I tecnici pensano che gli agenti AI potrebbero aiutare con quanto segue











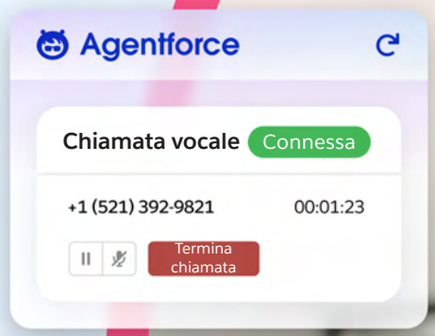

“

# Il punto centrale è come l'AI può aiutare gli esseri umani a fare del proprio meglio per il successo dei propri clienti.”

**Christopher Battles**
SVP, Product Management,
Salesforce Field Service

La nostra ultima ricerca nel settore dell'assistenza sul campo esplora le tendenze prevalenti, tra cui difficoltà di pianificazione, oneri amministrativi e problemi di budget.

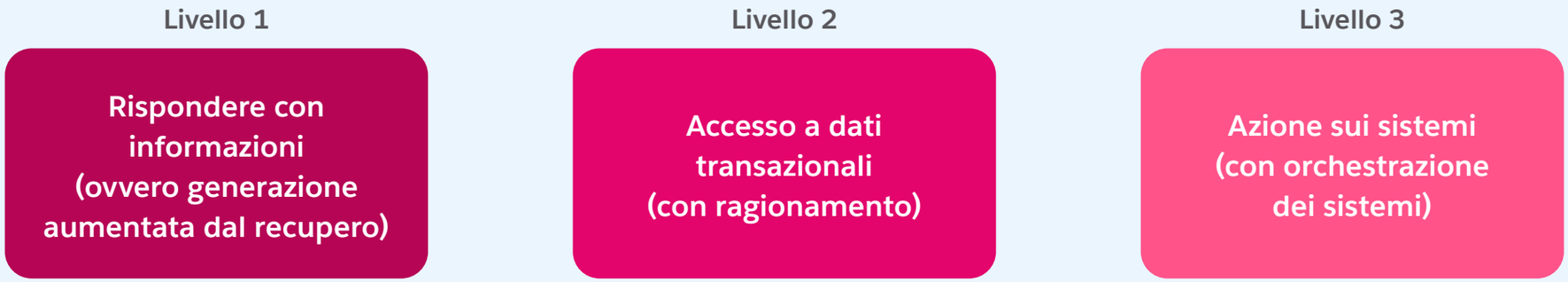
Scopri i trend



# Mappa il tuo percorso nella maturità dell'AI

La maturità agentica è un percorso di trasformazione da “buono” a “ottimo” e oltre. “Ottimo” significa gestire semplici interazioni con esperienze autonome, aiutando al tempo stesso gli operatori con le richieste complesse dei clienti.

## Modello di maturità agentica

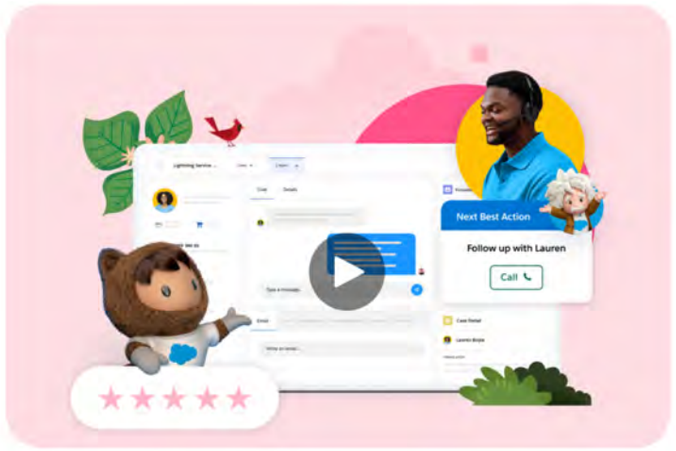



> **Gli obiettivi del servizio clienti cambiano continuamente. Con l'avanzare della tecnologia, ciò che ieri era ‘perfetto’ oggi è semplicemente ‘ok’. La strategia delle aziende deve evolversi e gli agenti AI sono i nuovi MVP.”**

**Matt Kravitz**
VP, Product Management, Salesforce Service Cloud

Cosa aspetti a potenziare la tua forza lavoro con l'AI? La nostra guida digitale per la forza lavoro ti mostra come. Leggi la nostra guida

# Vuoi scoprire di più?




## Potenzia l'AI con Service Cloud

La forza della tua AI dipende dai dati su cui si fonda. Service Cloud si basa su dati affidabili e sicuri per massimizzare in modo sicuro la potenza dell'AI.

Demo Service




## Ottimizza ogni esperienza di assistenza sul campo

Assicurati che la tua clientela riceva un'assistenza rapida e completa dall'inizio alla fine. Inizia dal giusto software di gestione dell'assistenza sul campo basato sull'AI.

Demo Field Service




## Unisciti alla pluripremiata community dei Serviceblazer su Slack

È un luogo d'incontro esclusivo, riservato ai professionisti dell'assistenza. Dal servizio clienti all'assistenza sul campo, all'interno della Serviceblazer Community puoi apprendere tutto ciò che riguarda l'assistenza, crescendo e festeggiando insieme i successi.

Unisciti ai Serviceblazer

# Esplora altre risorse

Scopri Service Cloud e Field Service.

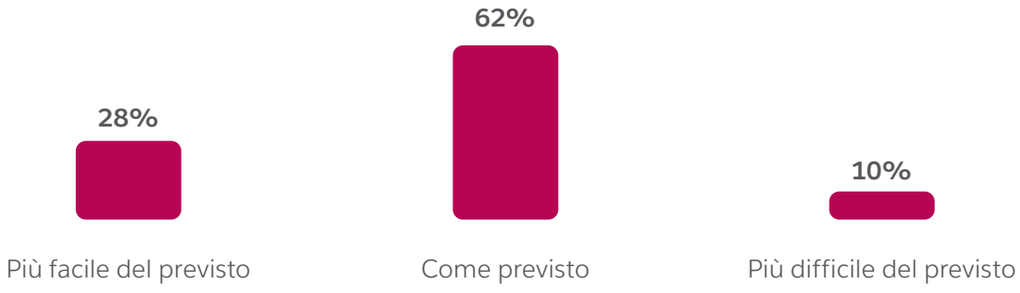
Service Cloud

Field Service



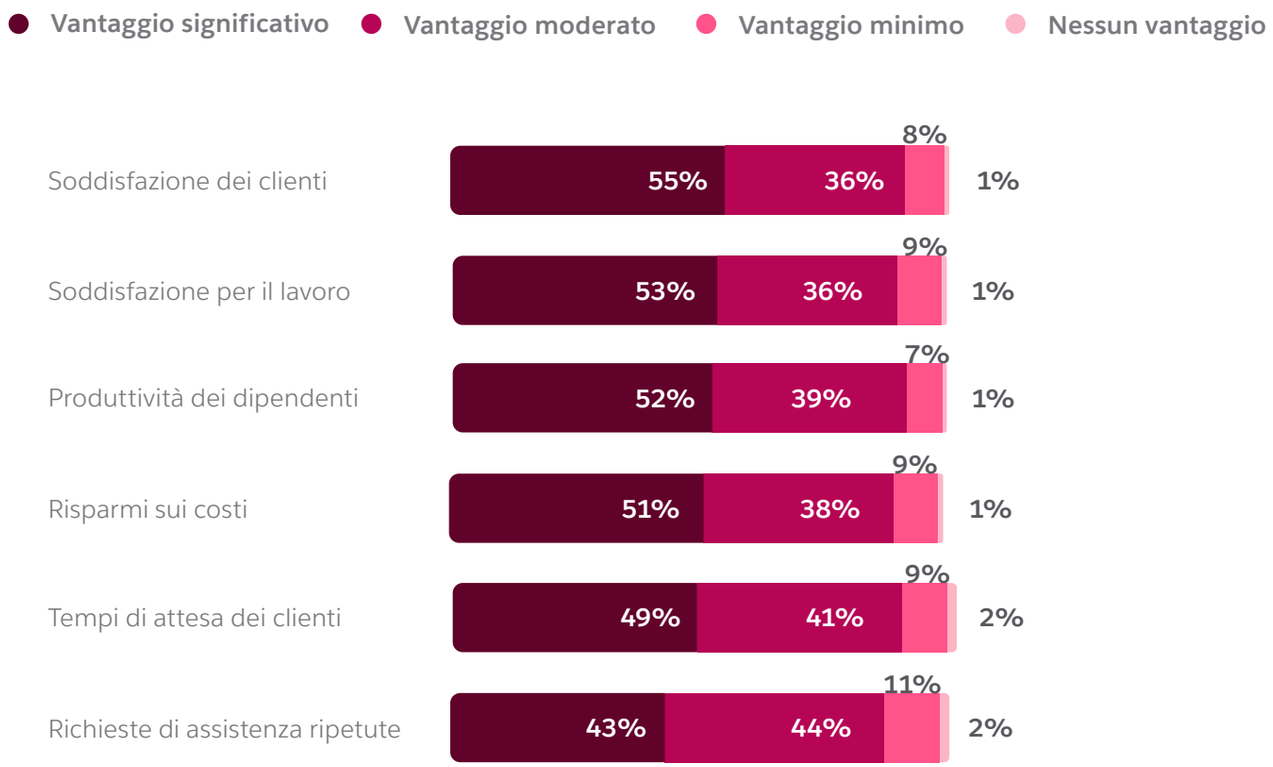
# Appendice

## Esperienza di implementazione dell'AI per il servizio clienti



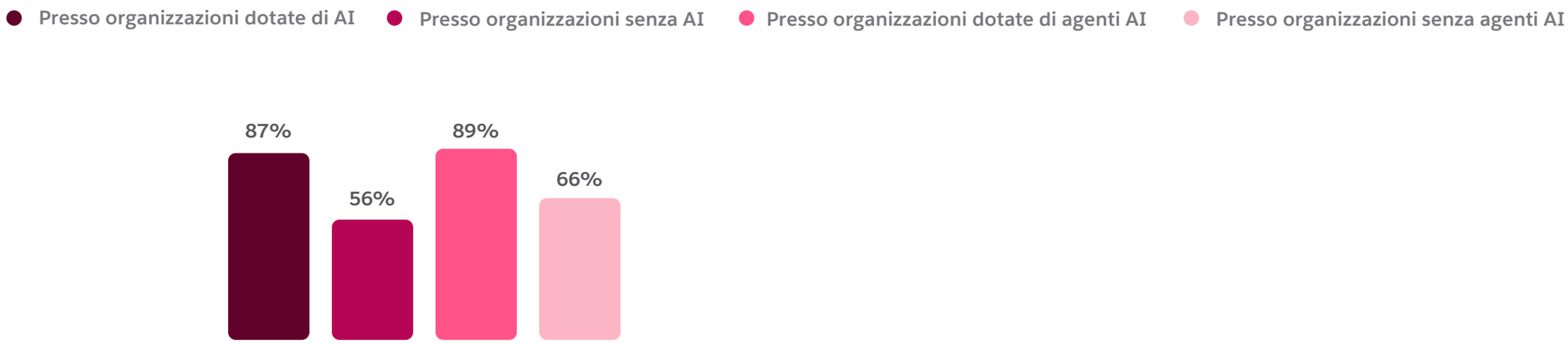

Base: operatori dell'assistenza e responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano l'AI.

## Vantaggi dell'AI per quanto segue




Base: responsabili dei servizi di assistenza che utilizzano l'AI.

## Operatori positivi riguardo alle opportunità di avanzamento di carriera




## Settori e avanzamento di carriera degli operatori dell'assistenza

**Settori migliori per l'avanzamento di carriera degli operatori dell'assistenza**

1. Media e intrattenimento
2. Scienze della vita e biotecnologie
3. Energia e servizi di pubblica utilità

**Settori peggiori per l'avanzamento di carriera degli operatori dell'assistenza**

1. Government
2. Turismo e ospitalità
3. Tecnologia

## Settori e avanzamento di carriera degli operatori dell'assistenza






## Tempi dell'assistenza sul campo

| I responsabili dicono che ci vogliono | I tecnici dicono che ci vogliono | |
|---|---|---|
| 16 minuti | 17 minuti | per prendere un appuntamento |
| 13 minuti | 15 minuti | per modificare un appuntamento |
| 11 minuti | 12 minuti | per annullare un appuntamento |

## Principali casi d'uso degli agenti AI nell'assistenza sul campo

1. Compilazione di moduli
2. Riassunto degli appuntamenti
3. Creazione di ordini di lavoro / briefing di lavoro
4. Risoluzione dei problemi con il riconoscimento di testo e immagini con l'AI
5. Individuazione delle componenti o delle attrezzature necessarie

Base: responsabili dell'assistenza sul campo.

# Dettagli del campione



# Dettagli del campione

## Paese

Argentina ..... N=150, 2%
Australia ..... N=250, 4%
Austria ..... N=100, 2%
Belgio ..... N=100, 2%
Brasile ..... N=300, 5%
Canada ..... N=300, 5%
Cile ..... N=100, 2%
Colombia ..... N=150, 2%
Repubblica Ceca ..... N=100, 2%
Francia ..... N=300, 5%
Germania ..... N=300, 5%
Grecia ..... N=100, 2%
India ..... N=300, 5%
Indonesia ..... N=150, 2%
Irlanda ..... N=100, 2%
Israele ..... N=100, 2%
Italia ..... N=200, 3%
Giappone ..... N=300, 5%
Messico ..... N=250, 4%
Paesi Bassi ..... N=150, 2%
Nuova Zelanda ..... N=50, 1%
Paesi scandinavi
(DK, FI, NO, SE) ..... N=150, 2%
Perù ..... N=100, 2%
Filippine ..... N=200, 3%
Polonia ..... N=100, 2%
Portogallo ..... N=100, 2%
Arabia Saudita ..... N=100, 2%
Singapore ..... N=100, 2%
Sudafrica ..... N=100, 2%
Corea del Sud ..... N=200, 3%
Spagna ..... N=200, 3%
Svizzera ..... N=100, 2%
Thailandia ..... N=200, 3%
Turchia ..... N=100, 2%
Emirati Arabi Uniti ..... N=100, 2%
Regno Unito ..... N=300, 5%
Stati Uniti ..... N=500, 8%

## Ruolo

Responsabili dei servizi di assistenza* ..... N=2.558, 39%
- Responsabili dell'assistenza sul campo ..... N=1.258, 19%
- Responsabili degli operatori di assistenza ..... N=2.296, 35%

Operatori di assistenza ..... N=2.720, 42%
Operazioni di assistenza ..... N=1.222, 19%

*Alcuni responsabili sovrintendono a team che includono sia l'assistenza sul campo che gli operatori dell'assistenza.

# Dettagli del campione

## Settore

Automobilistico ..... N=377, 6%
Telecomunicazioni ..... N=220, 3%
Beni di consumo ..... N=509, 8%
Energia e servizi di pubblica utilità ..... N=224, 3%
Ingegneria, edilizia e immobiliare..... N=228, 4%
Servizi finanziari ..... N=821, 13%
- Banche..... N=389, 6%
- Assicurazioni ..... N=261, 4%
- Wealth management..... N=171, 3%

Pubblica amministrazione ..... N=234, 4%
Fornitura di servizi sanitari..... N=375, 6%
Società di servizi sanitari..... N=116, 2%
Scienze della vita e biotecnologia..... N=185, 3%
Manifatturiero ..... N=510, 8%
Media e intrattenimento..... N=239, 4%
No-profit ..... N=166, 3%
Servizi professionali e aziendali..... N=456, 7%
Vendite al dettaglio ..... N=688, 11%
Catena di approvvigionamento e logistica..... N=195, 3%
Tecnologia..... N=479, 7%
Viaggi e ospitalità..... N=359, 6%
Altro ..... N=119, 2%

## Dimensioni dell'azienda

PMI
(21-200 dipendenti)..... N=1273, 20%
CMRCL
(201-3.500 dipendenti)..... N=3865, 59%
ENT
(oltre 3.501 dipendenti)..... N=1.362, 21%



Le informazioni contenute nel presente report sono fornite esclusivamente per la comodità dei nostri clienti e a titolo puramente informativo. La pubblicazione del report non implica l'approvazione di Salesforce. Salesforce non garantisce l'esattezza né la completezza delle informazioni, del testo, delle immagini, dei link o di altri elementi contenuti nella presente guida. Salesforce non garantisce che i consigli contenuti nel report consentano di raggiungere risultati specifici. Si consiglia di rivolgersi a un consulente legale, commercialista, architetto, consulente aziendale o tecnico professionista per ricevere una consulenza specifica in merito al proprio caso.

© Copyright 2025, Salesforce, Inc. Tutti i diritti riservati.