

Playbook sull'esperienza cliente

Agosto 2020

Sommario

Introduzione	3
Nuove realtà sul mercato	4
Perché CX è importante	5
Un framework strategico per la trasformazione CX	7
Pilastro: coinvolgimento dei clienti	8
Creazione di interazioni 1: 1 scalabili	9
Offerta di strumenti ai clienti per raggiungere i propri obiettivi in autonomia	11
Previsione delle esigenze dei clienti	13
I prossimi passi per migliorare il coinvolgimento dei clienti	15
Pilastro: miglioramento dell'efficienza dei dipendenti	16
Creazione di profili dei clienti a 360 gradi	17
Semplificazione della collaborazione sempre e ovunque	19
Integrazione dell'assistenza intelligente all'interno dei flussi di lavoro	21
Passaggi successivi per migliorare l'efficienza dei dipendenti	24
Pilastro: ottimizzazione delle operazioni	25
Eliminazione dei silos organizzativi	26
Promozione della flessibilità operativa	29
Perfezionamento delle operazioni in tempo reale	31
Previsione degli sviluppi futuri per raggiungere il successo	33
Passaggi successivi per ottimizzare le operazioni	35
Le chiavi per una trasformazione CX di successo	36
Informazioni su Microsoft Dynamics 365/PSFK	38

Introduzione

Oggi, quasi tutte le esperienze cliente in qualsiasi settore, dalla vendita in negozio ai servizi bancari personalizzati fino alla produzione, sono guidate o supportate dalla tecnologia digitale. I clienti si aspettano di ricevere attenzione e servizi on demand in ogni fase del loro percorso, dai contatti di vendita fino all'evasione degli ordini e al supporto post-vendita. Per soddisfare tali aspettative, le aziende devono investire nelle tecnologie giuste, che consentono di offrire esperienze e servizi personalizzati e proattivi.

Il potenziale delle moderne tecnologie CX è entusiasmante. Dall'apprendimento automatico all'elaborazione del linguaggio naturale fino alla realtà mista, gli strumenti e le piattaforme aziendali odierni promettono di rivoluzionare il modo in cui le aziende interagiscono con i clienti, la velocità di scalabilità e la precisione con cui offrono consigli e risolvono i problemi. Ogni interazione consente alle aziende di acquisire ulteriori informazioni sui singoli clienti e di migliorare il loro percorso end-to-end attraverso i servizi e la tecnologia.

Anche se le aziende riconoscono il potenziale della tecnologia per l'ottimizzazione dell'esperienza cliente (CX), è difficile allineare le nuove soluzioni ai reparti e agli scenari dei clienti giusti per realizzarne appieno il valore. La tecnologia aziendale è utile solo se viene compresa e usata dai dipendenti. I leader aziendali devono capire in che modo i singoli investimenti o decisioni relativi alla tecnologia CX permetteranno ai team di migliorare il coinvolgimento dei clienti e l'efficienza operativa.

Se si concentrano su problemi, obiettivi e metriche giusti, le soluzioni digitali lavorano in sinergia per portare un'azienda verso nuovi livelli di soddisfazione dei clienti e di successo. Questo report sulle tendenze intende esplorare le più recenti tecnologie aziendali e condividere le osservazioni sull'impatto che hanno su CX in termini di coinvolgimento dei clienti, produttività dei dipendenti ed efficienza operativa. Insieme, questi sistemi possono offrire ai clienti esperienze moderne e unificate, aiutando la tua azienda a superare la concorrenza e, soprattutto, le aspettative dei clienti.

Nuove realtà sul mercato

Il coinvolgimento dei clienti si è evoluto

Oggi, il mondo è incentrato sulla mobilità e digitalmente fluido. Di conseguenza, i clienti si aspettano che marchi e aziende siano sempre disponibili quando e dove servono e che offrano esperienze coerenti, convenienti e personalizzate.

La fiducia nei marchi e nelle aziende si è ridotta

I social media hanno amplificato la voce del cliente e hanno democratizzato l'influenza e l'accesso alle informazioni. Le opinioni di amici e colleghi hanno un impatto maggiore ed è più facile che mai passare alla concorrenza. Ora il controllo è nelle mani del cliente.

Clienti e mercati si muovono in tempo reale

I sistemi legacy e le operazioni in silos non riescono più a tenere il passo. Per avere successo, i marchi e le aziende devono consentire alle persone e ai processi di rispondere rapidamente ai cambiamenti man mano che si presentano, per offrire esperienze eccezionali e individuare nuove opportunità di guadagno.

I dati sono la risorsa più preziosa

Marchi e aziende possiedono grandi quantità di informazioni generate da operazioni interne e interazioni con i clienti su vari canali e piattaforme, ma non ne sfruttano quasi il potenziale. Per una reale capitalizzazione, è necessario adottare un approccio integrato in grado di estrarre le informazioni utili e di condividerle all'interno dell'azienda.

Nuovi percorsi per la scalabilità

Bilanciare le risorse esistenti con nuovi investimenti per promuovere la crescita continua a essere una sfida importante per qualsiasi azienda. L'adozione di strumenti di automazione intelligenti crea significativi guadagni in termini di produttività ed efficienza, consentendo ai dipendenti di concentrarsi su attività incentrate sul cliente e sull'innovazione per aumentare i profitti.

Perché CX è importante

CX promuove un coinvolgimento positivo dei clienti

94%

Il 94% dei consumatori che attribuiscono a un'azienda un punteggio CX "molto buono" è "molto probabile" che acquisterà altri prodotti o servizi da tale azienda in futuro. Il 95% dei consumatori che attribuiscono a un'azienda un punteggio CX "molto buono" è "molto probabile" che consigli ad altri l'azienda.

[ROI relativo all'esperienza cliente. XM Institute, 2019](#)

82%

L'82% degli acquirenti aziendali e il 59% dei consumatori sono disposti a pagare di più per un'esperienza gratificante.

[Report Stato del cliente connesso. Salesforce, 2019](#)

CX aumenta i profitti



La trasformazione digitale e l'attenzione rivolta all'esperienza cliente possono generare un aumento del 20-30% nella soddisfazione dei clienti, del 10-20% nella soddisfazione dei dipendenti e del 20-50% nei profitti.

[Aspetti importanti delle trasformazioni dell'esperienza cliente. McKinsey, 2019](#)



Il 63% dei dirigenti le cui aziende hanno adottato l'intelligenza artificiale dichiara di aver registrato un aumento dei ricavi nelle aree di business in cui viene usata e il 44% sostiene che l'intelligenza artificiale abbia ridotto i costi.

[Sondaggio globale sull'intelligenza artificiale. McKinsey, 2019](#)



Tra il 2018 e il 2019, le aziende che hanno distribuito l'intelligenza artificiale sono cresciute dal 4% al 14%.

[Sondaggio sull'agenda dei CIO 2019. Gartner, 2018](#)

CX aumenta il vantaggio competitivo



L'81% delle grandi aziende prevede di concentrarsi maggiormente sull'esperienza cliente nel prossimo anno.

[Lo stato della gestione dell'esperienza cliente. XM Institute, 2019](#)



Il 93% dei leader IT ritiene che il miglioramento della tecnologia rivolta ai clienti sia fondamentale per competere sul mercato. Il 77% dei leader IT sta aumentando gli investimenti nell'esperienza cliente.

[Report Tendenze tecnologiche aziendali. Salesforce, 2019](#)



Le prime ad agire nell'ambito dell'innovazione sono state le aziende ad alte performance (35%), contro l'11% delle aziende con performance ridotte.

[Stato dell'innovazione. CB Insights, 2018](#)



Il 70% degli attori ad alte performance è abbastanza agile da rispondere rapidamente alle richieste e alle intuizioni dei consumatori, mentre le aziende meno performanti si fermano al 37%. Il 72% delle aziende del primo gruppo raccoglie continuamente informazioni su aspettative, tendenze e feedback dei consumatori, contro il 54% dei concorrenti meno performanti.

[L'esperienza del consumatore nel Rinascimento della vendita al dettaglio. Deloitte Digital e Salesforce, 2018](#)

Un framework strategico per la trasformazione CX

Coinvolgimento dei clienti

- Creazione di interazioni 1:1 scalabili
- Offerta di strumenti ai clienti per raggiungere i propri obiettivi in autonomia
- Previsione delle esigenze dei clienti

Miglioramento dell'efficienza dei dipendenti

- Creazione di profili dei clienti a 360 gradi
- Semplificazione della collaborazione sempre e ovunque
- Integrazione dell'assistenza intelligente all'interno dei flussi di lavoro

Ottimizzazione delle operazioni

- Eliminazione dei silos organizzativi
- Promozione della flessibilità operativa
- Perfezionamento delle operazioni in tempo reale
- Previsione degli sviluppi futuri per raggiungere il successo

Pilastro: coinvolgimento dei clienti

Nell'ambito dell'esperienza cliente, le aziende raggiungono l'eccellenza solo quando non si limitano ad affrontare i problemi degli acquirenti, ma investono anche nella creazione di relazioni proattive e personalizzate con il pubblico. I clienti non si vedono come problemi da risolvere, ma come individui con obiettivi ed esigenze particolari che si aspettano che i marchi comprendano e soddisfino. Combinando le procedure consigliate per il coinvolgimento dei clienti con le soluzioni digitali basate sui dati, ad esempio sistemi CRM sincronizzati e servizi preventivi basati sull'intelligenza artificiale, le aziende possono assicurare che ogni interazione sia pertinente, personale ed efficace.



"I consumatori sanno che le aziende sono in grado di offrire un'esperienza fluida, personalizzata e coinvolgente e se l'aspettano ogni volta che hanno a che fare con un marchio. L'intera azienda contribuisce a soddisfare questa aspettativa".

Christi Olson, Head of Evangelism for Search, Microsoft

Soluzioni

- **Profili unificati dei dati dei clienti:** le piattaforme di dati dei clienti complete aggregano le informazioni sui clienti di ogni canale e di ogni fase del percorso dell'utente per estrarre informazioni utili sulle loro esigenze e preferenze.
- **Cura computerizzata:** le piattaforme di apprendimento automatico individuano modelli nei comportamenti, nelle scelte e nei feedback dei clienti per personalizzare consigli e piani d'azione futuri.
- **Ricerca guidata:** l'elaborazione del linguaggio naturale sfrutta i Big Data della tua azienda per indirizzare i clienti ai prodotti o alle risposte di cui hanno bisogno eliminando quanto più possibile disagi e frustrazione.
- **Servizio proattivo:** usando i dati storici e in tempo reale raccolti dalle interazioni 1:1, dai dispositivi abilitati per l'IoT e da altri punti di contatto con i clienti, il software basato sull'intelligenza artificiale riesce a prevedere le esigenze, gli ostacoli o gli eventi futuri e apporta le modifiche necessarie per risolvere queste situazioni prima che si verifichino.

Creazione di interazioni 1:1 scalabili

I clienti hanno tempi e attenzione limitati. Per superare la pleora di informazioni, notifiche e comunicazioni che definisce il panorama odierno, si aspettano personalizzazione e rilevanza. I profili unificati dei dati dei clienti e i sistemi CRM avanzati consentono alle aziende di fornire servizi personalizzati e di alto livello che eccedono le aspettative dei clienti. Queste piattaforme intelligenti monitorano e analizzano le preferenze, gli obiettivi e la cronologia delle interazioni dei clienti, insieme a fattori esterni come i cambiamenti del mercato, al fine di offrire un servizio di altissimo livello una volta riservato solo ai clienti migliori. La gestione delle relazioni basata sui dati crea un rapporto con i clienti, aumenta la soddisfazione e favorisce la domanda, il tutto a livello aziendale.

Dati a supporto

" "

"Un aspetto importante di un'esperienza di shopping Nike è che, grazie all'apprendimento automatico e all'intelligenza artificiale, ogni esperienza digitale in Nike può essere unica e personale. Spero che un giorno tutti possano avere un negozio curato personale basato sulle esperienze delle app".

Heidi O'Neill, Presidente, Nike Direct

62%

Una maggiore personalizzazione nella vendita al dettaglio porta a un aumento del 40% del valore medio dell'ordine e a un aumento del 110% del numero di articoli acquistati.

Livello di personalizzazione nella vendita al dettaglio. Boston Consulting Group, 2019

Esempi pratici

24 Hour Fitness

Ridimensionamento della personalizzazione tramite l'analisi dei dati intelligente

Per distinguersi in un mercato troppo affollato, il centro benessere statunitense 24 Hour Fitness ha collegato i suoi dati di marketing e vendita con Microsoft Dynamics 365 e Adobe Experience Cloud in Microsoft Azure, inviando messaggi di marketing personalizzati a tutta la sua base di membri. Applicando l'analisi dei dati al marketing per i membri, l'approccio intelligente alla personalizzazione di 24 Hour Fitness ha consentito di offrire esperienze personalizzate su larga scala a milioni di membri nei suoi oltre 400 centri benessere. Grazie alla collaborazione con Microsoft per la creazione di nuove soluzioni, 24 Hour Fitness ora riesce a raggiungere i propri clienti in modi innovativi, offrendo ai nuovi membri così come ai clienti di lunga data lo stesso livello di personalizzazione e aiutando un maggior numero di persone a raggiungere i propri obiettivi di fitness rispetto al passato.

[Scopri di più](#)

Citizens Bank

Prodotti finanziari su misura per tutte le fasi della vita e gli obiettivi degli acquirenti

Il gruppo finanziario Citizens Bank ha lanciato una nuova iniziativa di servizi bancari per consumatori, Made Ready, che adatta i suoi prodotti finanziari alle fasi che i clienti attraversano nella vita privata o nel lavoro. Usando i dati dei singoli clienti, Citizens Bank organizza prodotti e servizi in base a un'esperienza specifica della vita di ogni cliente, ad esempio l'iscrizione all'università, l'acquisto della prima casa, l'avvio di un'attività o la pianificazione del pensionamento. Progettato per attirare in particolare i clienti più giovani, Made Ready si concentra sulle specifiche esigenze finanziarie dei Millennial, ad esempio i finanziamenti per gli acquisti e il rifinanziamento dei prestiti universitari.

citizensbank.com

Offerta di strumenti ai clienti per raggiungere i propri obiettivi in autonomia

Nella nostra epoca, caratterizzata da una tecnologia sempre più pervasiva, i clienti sono sempre più a loro agio con la navigazione, l'acquisto e persino la risoluzione dei problemi, quindi si rivolgono raramente ai marchi per ottenere supporto. Anziché ostacolare l'indipendenza dei clienti, le aziende possono migliorarne l'esperienza automatizzando le fasi del loro percorso, rimuovendo gli ostacoli e sviluppando supporti di facile utilizzo che semplificano il processo e consentono ai clienti di agire sempre più in autonomia.

Dati a supporto

57%

Quando un cliente dei servizi di vendita al dettaglio è online e può accedere a un'opzione di supporto self-service, nel 57% dei casi proverà a usare tale opzione prima di contattare il servizio clienti.

[Report sulla vendita al dettaglio. CFI Group and Radial, 2019](#)

" "

"Le aziende del servizio clienti devono rendere le opzioni self-service facili ed efficaci, in grado di connettere il cliente alla risposta o alla soluzione giusta. Il servizio self-service deve essere offerto quando il cliente è coinvolto e ha piena consapevolezza del contesto e del flusso delle azioni all'interno dell'applicazione che sta usando".

[I tuoi clienti vogliono un servizio self-service: è utile per loro ed è un vantaggio per te. Forrester, 2019](#)

Esempi pratici

Directly

Prodotti finanziari su misura per tutte le fasi della vita e gli obiettivi degli acquirenti

Durante la collaborazione con il fornitore di software Directly per automatizzare l'offerta del servizio clienti, Microsoft ha combinato agenti umani del marchio con l'intelligenza artificiale per creare un'esperienza di supporto clienti più efficiente e autonoma. Lasciando all'intelligenza artificiale appositamente formata la gestione dei problemi più semplici, gli esperti di prodotti e servizi sono liberi di affrontare i problemi più complessi. Con la risoluzione di una media di 2 milioni di interazioni del supporto clienti all'anno, l'approccio al lavoro gig di Directly ha consentito a Microsoft di attingere a una forza lavoro già formata e di ridimensionare efficacemente i team di supporto nei momenti critici durante l'anno, offrendo valore ai clienti in cerca di soluzioni immediate. Grazie a questo livello di servizio autonomo, Microsoft ha raggiunto punteggi di soddisfazione dei clienti superiori al 90%. Inoltre, il 25% di tutti i problemi relativi alla Xbox ora viene risolto automaticamente.

[Scopri di più](#)

Ethos

L'apprendimento automatico semplifica le applicazioni per le assicurazioni sulla vita

Ethos, una compagnia di assicurazioni rivolta direttamente al consumatore, usa l'apprendimento automatico e l'analisi dei Big Data per ridurre i tempi e i disagi dei clienti quando acquistano un'assicurazione sulla vita. La vendita tradizionale di un'assicurazione sulla vita viene eseguita da agenti e può richiedere in media 15 settimane, durante le quali ai clienti può essere chiesto di sottoporsi a lunghi esami medici e analisi del sangue. Per semplificare l'esperienza, Ethos chiede ai clienti di compilare un quiz online della durata di un minuto, che viene quindi verificato con le cartelle cliniche. I dati personali vengono analizzati algoritmicamente in base a modelli di Big Data per generare più preventivi assicurativi che i clienti possono esaminare e selezionare nel browser. Semplificando lo sviluppo dei preventivi, Ethos ottimizza l'accesso alle assicurazioni e consente ai clienti di prendere decisioni informate quando scelgono le polizze.

ethoslife.com

Previsione delle esigenze dei clienti

Con il crescente utilizzo di software e sistemi connessi nelle aziende, gli strumenti di intelligenza artificiale possono formarsi sui feedback e sull'uso ripetuto per comprendere meglio le esigenze e gli obiettivi dei clienti. Attraverso questo ciclo di performance e feedback, le esperienze basate sull'intelligenza artificiale si evolveranno passando dall'attuale supporto reattivo a un supporto proattivo che include l'automazione delle attività abituali, l'offerta di assistenza Just-In-Time e la risoluzione preventiva dei problemi prima che si verifichino. I clienti cercheranno aziende in grado di gestire in modo proattivo l'esperienza cliente.

Dati a supporto



"Siamo sempre stati molto bravi a creare report reattivi. Ora, il nuovo orizzonte che si è aperto per l'analisi si trova nell'ambito della manutenzione predittiva".

[Peter Wallin, BI Solution Architect, Volvo Group](#)



L'analisi dei viaggi dei clienti dovrebbe crescere fino a quasi 25,93 miliardi di USD entro il 2026.

[Opportunità di mercato relative all'analisi dei viaggi dei clienti globali. Verified Market Research, 2019](#)



La manutenzione predittiva che coinvolge l'intelligenza artificiale può portare a una riduzione del 10% dei costi di manutenzione annuali, a un calo fino al 20% dei tempi di inattività e a un risparmio del 25% sui costi di ispezione.

[Miglioramento grazie all'intelligenza artificiale. McKinsey, 2017](#)

Esempi pratici

Lexmark

Anticipare le esigenze dei clienti attraverso dispositivi connessi all'IoT basati sul cloud

Il produttore di stampanti e provider di servizi cloud Lexmark ha combinato i suoi dispositivi connessi all'IoT con la piattaforma CRM basata sul cloud di Microsoft, Microsoft Dynamics 365 Field Service, per offrire una funzionalità di assistenza sul campo connessa. Il risultato è stato un supporto predittivo che ha consentito ai suoi agenti dell'assistenza sul campo di identificare i problemi, risolverli e consegnare sempre le parti di ricambio necessarie al tecnico giusto, su vasta scala.

Usando Dynamics 365 per tenere traccia e analizzare continuamente i dati delle stampanti connesse all'IoT, ad esempio tempo, posizione, tassi di utilizzo e stagionalità, i team di Lexmark possono quindi sfruttare le funzionalità di modellazione visiva in Azure Machine Learning per creare un algoritmo che calcoli il fabbisogno di toner di una stampante e le tempistiche di esaurimento, determinando così il momento ottimale per la consegna dei materiali di consumo ai clienti e offrendo loro un'esperienza positiva.

[Scopri di più](#)

Marvis di Juniper Mist

I motori di intelligenza artificiale prevedono e risolvono i problemi di connettività Internet

Il software di gestione della rete Juniper Mist combina intelligenza artificiale e Big Data per risolvere in modo proattivo i problemi nelle reti Internet locali, cablate e wireless. L'azienda ha lanciato il suo motore di intelligenza artificiale Marvis per monitorare le performance della rete, risolvere automaticamente i problemi di connettività quando possibile e fornire al team IT un'analisi delle cause principali e, se necessario, suggerimenti sui passaggi successivi. Gestendo la connettività per aziende, spazi pubblici e persino reti di automobili a guida autonoma, Marvis offre ai propri clienti aziendali un'esperienza Internet più affidabile e senza problemi.

mist.com/juniper

I prossimi passi per migliorare il coinvolgimento dei clienti

- I clienti si aspettano che tu mantenga una visione a 360 gradi del loro percorso. Investi nell'unificazione dei profili dei dati dei clienti per tenere traccia di tutte le loro esperienze e identificare gli ostacoli più comuni.
- Il percorso del cliente continua, indipendentemente dal dispositivo utilizzato. Impegnati a sviluppare un'esperienza uniforme su tutti i canali e verifica che le piattaforme di dati dei clienti funzionino da un punto di vista omnicanale.
- I clienti gravitano intorno ai servizi che semplificano loro la vita e i marchi utili sono quelli che restano più impressi. Integra le funzionalità di intelligenza artificiale nei tuoi prodotti e sistemi, consentendone la formazione basata sulle interazioni ripetute, personalizzandole in base al coinvolgimento degli utenti e prevedendo le esigenze e le sfide future.
- Rispetta le competenze degli utenti finali. Che si tratti di consumatori della vendita al dettaglio, di medici o di decision maker aziendali, sviluppa interfacce facili da usare che li aiutino a raggiungere i loro obiettivi senza dover imparare a usare nuovi software.

Pilastro: miglioramento dell'efficienza dei dipendenti

Che lavorino individualmente o come parte di un team, i dipendenti sono la risorsa più importante di un'azienda per lo sviluppo di soluzioni innovative e per l'offerta di un servizio eccezionale. Tuttavia, i dipendenti lavorano meglio quando hanno a disposizione piattaforme e strumenti digitali efficaci in grado di automatizzare le attività noiose, fornire informazioni in tempo reale sui clienti e facilitare nuove forme di collaborazione. Combinando l'esperienza dei dipendenti con il software agile, le aziende alleggeriscono il carico sul personale, che può concentrarsi sulle attività creative e sulla risoluzione dei problemi.



"La maggiore efficienza nella gestione delle attività operative grazie all'intelligenza artificiale consente ai leader di dedicare più tempo allo sviluppo del personale. Ciò significa confidare che le persone affrontino le sfide a modo loro e che siano equipaggiate per dare il meglio. In poche parole, i leader possono trasformarsi più efficacemente da manager a promotori".

Michel van der Bel, Presidente,
Microsoft EMEA

Soluzioni

- **Software di collaborazione con realtà mista:** le piattaforme AR e VR consentono ai dipendenti di tutti i team o uffici di intervenire in tempo reale su concetti, progetti e schemi dei prodotti.
- **Analisi del sentiment:** il software di intelligenza artificiale elabora i dati di riconoscimento facciale, testo e voce per aiutare i dipendenti a comprendere meglio gli stati emotivi di clienti o dei colleghi e ad adattare di conseguenza le loro azioni.
- **Assistenza remota in tempo reale:** i dipendenti possono sfruttare lo streaming video crittografato e le piattaforme di realtà aumentata per sperimentare di persona cosa stanno vivendo i clienti o altri dipendenti e fornire assistenza o soluzioni per i problemi in tempo reale.

Creazione di profili dei clienti a 360 gradi

Per garantire la personalizzazione e il riconoscimento che i clienti si aspettano, le aziende devono investire nella sincronizzazione dei profili dei clienti e in solidi strumenti di analisi dei clienti, a cui i dipendenti possano accedere da qualsiasi piattaforma e in qualsiasi fase del percorso del cliente. Anche quando i clienti passano a un altro agente o attraverso canali diversi, questa visione a 360 gradi della loro storia consente ai dipendenti di ogni livello di un'azienda di gestire il cliente come individuo e di garantire che riceva un'esperienza uniforme con un tocco personale.

Dati a supporto



"Mi interesso alle aree di crescita dei nostri clienti e alla necessità di incrociarli lungo i loro percorsi personali con esperienze personali basate sui dati e sulle informazioni che abbiamo di loro. Il percorso di ognuno è unico e queste traiettorie non sono più lineari".

Beth Johnson, CMO, Citizens Bank



"L'ambizione di usare i dati non è solo quella di automatizzare, ma di dotare [i dipendenti] di strumenti e intuizioni che permettano loro di fare cose che altrimenti non sarebbero in grado di fare".

Brad Klingenberg, Chief Algorithms Officer, Stitch Fix

Esempi pratici

AEP Energy

I profili unificati dei clienti offrono una visione a 360 gradi e un'esperienza più personalizzata

Per allinearsi meglio alle crescenti aspettative dei clienti, il fornitore nazionale di soluzioni energetiche AEP Energy ha adottato Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, una piattaforma di dati dei clienti. In questo modo, AEP Energy può creare profili unificati dei clienti riunendo origini dati transazionali in genere isolate come CRM e pianificazione delle risorse aziendali, nonché dati comportamentali estrapolati dall'utilizzo effettivo del prodotto per creare una visione davvero a 360 gradi del cliente. Grazie a questa visione più dettagliata dei clienti, i team del servizio clienti di AEP Energy possono aiutarli a comprendere meglio i diversi prodotti e servizi che l'azienda ha da offrire, fornendo così un servizio di consulenza più personalizzato. Nel frattempo, combinando i profili unificati dei clienti con l'intelligenza artificiale, gli agenti di AEP Energy riescono a usare concretamente le informazioni dettagliate, individuando i potenziali clienti con una maggior probabilità di conversione, gli account esistenti che più probabilmente risponderanno positivamente a un nuovo servizio energetico o, al contrario, i clienti che rischiano di lasciare l'azienda e che hanno bisogno di un maggiore supporto del servizio clienti.

[Scopri di più](#)

Stitch Fix

Le mappe dello stile del cliente sono la base per i consigli degli stilisti

Il servizio di stile personale online di Stitch Fix usa l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico per fornire ai suoi stilisti umani informazioni dettagliate in grado di migliorare i consigli che offrono ai clienti. Analizzando le dichiarazioni rilasciate dai clienti in merito alle proprie preferenze sulla moda e il loro comportamento di acquisto, Stitch Fix genera una mappa di stile per ogni cliente, composta da centinaia di capi di abbigliamento consigliati. Gli stilisti usano le informazioni provenienti da queste mappe di stile, nonché le loro relazioni personali con gli acquirenti, per curare le spedizioni regolari di nuovi prodotti per i clienti. Grazie al supporto di mappe di stile complete, il personale di Stitch Fix, formato da 3.000 stilisti, può personalizzare l'assistenza per i suoi 3,2 milioni di acquirenti.

stitchfix.com

Semplificazione della collaborazione sempre e ovunque

I dipendenti traggono vantaggio dalla collaborazione, ma le attività di collaborazione e cooperazione non devono necessariamente avvenire nella stessa stanza. Servizi di comunicazione in streaming, spazi di collaborazione in realtà mista e piattaforme di assistenza remota consentono ai dipendenti che ricoprono diversi ruoli in un'azienda, dagli operatori dell'assistenza sul campo agli addetti alle vendite fino agli esperti in materia, di lavorare insieme e di sopperire alle eventuali lacune nelle competenze, indipendentemente da dove si trovino, nello stesso luogo o in remoto. Queste soluzioni supportano la comunicazione e la risoluzione dei problemi in tempo reale, accelerando i tempi di implementazione e risoluzione e abbattendo i silos dipartimentali.

Dati a supporto

36%

Tra le principali problematiche che potrebbero distogliere gli investimenti futuri in soluzioni intelligenti citate dai produttori, il 36% sono "lacune di competenze tecniche" che impediscono ai produttori di beneficiare degli investimenti.

Creazione di valore duraturo nell'era dell'intelligenza artificiale e dell'IoT: prepara la tua azienda per il futuro. Intel, 2019

50%

Entro il 2022, oltre il 50% dei service provider che forniscono assistenza sul campo offrirà un'esperienza cliente digitale che consentirà l'interazione bidirezionale e l'avvio del flusso di lavoro tramite più canali umani e non umani.

Magic Quadrant per la gestione dell'assistenza sul campo. Gartner, 2019

Esempi pratici

Chevron

Gli strumenti di AR consentono una collaborazione semplificata sempre e ovunque

Per creare un ambiente di lavoro affidabile, sicuro e collaborativo in tutte le sue strutture, la multinazionale dell'energia Chevron usa Microsoft Dynamics 365 Remote Assist e HoloLens per migliorare le performance dei dipendenti. Osservando come i dipendenti usano la tecnologia, Chevron ha introdotto HoloLens per garantire che i propri ingegneri possano dedicare più tempo al lavoro a valore aggiunto e possano raggiungere un maggior livello di digitalizzazione. Per Chevron, HoloLens semplifica due servizi distinti: Remote Expert (esperto remoto), grazie al quale l'azienda può consentire in meno di un minuto a un esperto in qualsiasi parte del mondo di fornire soluzioni guidate, e Remote Inspection (ispezione remota), grazie al quale gli ispettori di Chevron possono osservare da remoto la costruzione e le operazioni all'interno di qualsiasi struttura aziendale in tempo reale e suggerire in modo proattivo aggiornamenti o modifiche. La possibilità di trasportare digitalmente gli esperti in aree e strutture difficili da raggiungere in tutto il mondo consente agli ingegneri di Chevron di semplificare e ottimizzare i flussi di lavoro, riducendo le spese in tutta l'azienda e migliorando i profitti di Chevron.

[Scopri di più](#)

Walgreens

I dispositivi indossabili connettono i dipendenti dei negozi al supporto umano e all'assistenza di intelligenza artificiale

La catena di negozi nazionale Walgreens ha fornito ai dipendenti del reparto di vendita al dettaglio dispositivi indossabili a mani libere che li collegano al team in negozio e a un assistente intelligente. Oltre a richiedere ulteriore supporto, gli addetti alle vendite possono interagire con un assistente basato sull'intelligenza artificiale per accedere alle informazioni sull'inventario dei negozi, sul marchio Walgreens e sull'esperienza dei consumatori. Grazie al piano che prevede di implementare l'assistente vocale in tutti i 9.560 negozi di Walgreens, l'azienda conatterà i dipendenti della vendita al dettaglio alla rete aziendale, consentendo ai team in negozio di migliorare l'esperienza per clienti e pazienti.

[walgreens.com](https://www.walgreens.com)

Integrazione dell'assistenza intelligente all'interno dei flussi di lavoro

Anche i dipendenti più preparati necessitano di un supporto aggiuntivo quando affrontano scenari particolarmente complessi. Le aziende stanno distribuendo un software con riconoscimento del contesto per comprendere tempestivamente le esigenze del personale e connetterlo alle risorse necessarie per gestire al meglio gli scenari. Gli strumenti rivolti ai dipendenti come l'intelligenza artificiale conversazionale possono fornire informazioni rilevanti e analisi del sentiment per risolvere più rapidamente i problemi ed evitare escalation. Inoltre, i programmi e gli strumenti di formazione in tempo reale possono essere integrati direttamente nei flussi di lavoro quotidiani, mantenendo gli agenti aggiornati sulle funzionalità e sui consigli più recenti e migliorando allo stesso tempo le performance.

Dati a supporto



In un sondaggio condotto su oltre 500 lavoratori, solo il 10% degli intervistati ha avuto la sensazione di avere il controllo sul tempo trascorso al lavoro.

Sondaggio sulla comunicazione sul posto di lavoro. RescueTime, 2018



I CIO automatizzeranno il 10% delle proprie attività IT e cercheranno di migliorare le competenze di tutti.

Previsioni 2020. Forrester, 2019

Pilastro: miglioramento dell'efficienza dei dipendenti



"I nostri clienti si aspettano che li portiamo a destinazione con la massima sicurezza e puntualità, con il sole o con il maltempo. Ecco perché stiamo aggiungendo una piattaforma di apprendimento automatico alla nostra gamma di strumenti interni: per consentire agli oltre 80.000 [dipendenti] di Delta di risolvere i problemi in modo ancora più rapido ed efficace anche nelle situazioni più difficili".

Erik Snell, SVP of Operations & Customer Center, Delta



"L'obiettivo è aiutare le persone aggregando ed elaborando i dati e successivamente trasformandoli in informazioni dettagliate. La sala di controllo fornisce informazioni e previsioni, ma è l'essere umano che deve prendere una decisione. Man mano che i sistemi diventeranno più intelligenti, potremo passare all'automazione completa tramite l'intelligenza artificiale. In questo modo, le persone possono concentrarsi sulle attività che l'intelligenza artificiale non è in grado di svolgere: relazioni, problemi della supply chain o dei clienti e gestione dei lavoratori".

**Stuart Wong, Senior Group Manager,
Advanced Remanufacturing and Technology Centre**

Esempi pratici

KPMG

L'assistenza intelligente incorporata semplifica i flussi di lavoro

KPMG, azienda di servizi professionali, ha collaborato con Microsoft per integrare la soluzione Servizi cognitivi di Microsoft Azure nei flussi di lavoro dei clienti del settore finanziario e per aiutarli ad automatizzare le trascrizioni e ad analizzare le comunicazioni per rilevare frodi, travisamenti, violazioni dei dati e altri rischi associati all'adeguamento. Combinando l'analisi dei rischi dei clienti e i vari componenti di Servizi cognitivi, ad esempio i servizi vocali, l'analisi del testo e la comprensione del linguaggio, per trascrivere le chiamate registrate, rilevare specifici schemi testuali e parole chiave e segnalare i rischi associati all'adeguamento, KPMG aiuta i clienti a rispettare i requisiti di adeguamento e a gestire il rischio aziendale, con flessibilità e precisione, su larga scala. Trasformando la velocità con cui KPMG può rispondere alle esigenze di adeguamento dei clienti, l'azienda ora è in grado di fornire informazioni utili in un intervallo compreso tra le due e le quattro ore, aiutando i clienti a ridurre fino all'80% il tempo, l'impegno e il costo della trascrizione e dell'analisi delle chiamate.

[Scopri di più](#)

EmployBridge

Il software in linguaggio naturale migliora le telefonate al servizio clienti

EmployBridge, azienda di gestione del personale industriale, contatta quotidianamente i clienti e i potenziali candidati alla ricerca di un posto di lavoro e ha quindi bisogno di un servizio telefonico efficiente e coinvolgente. Per supportare questo obiettivo, EmployBridge ha implementato un software di intelligenza artificiale per formare i dipendenti analizzando le chiamate dei rappresentanti in prima linea con i clienti. Il programma SaaS (software distribuito come servizio) applica l'elaborazione del linguaggio naturale e il rilevamento dei silenzi per determinare sia la soddisfazione dei clienti sia le eventuali lacune degli operatori. Identificando gli agenti più efficienti, il software può replicare le procedure consigliate tra gli altri dipendenti, ottimizzando le chiamate in tempo reale con informazioni dettagliate che possono essere usate per personalizzare e migliorare l'esperienza cliente. Il supporto telefonico ottimizzato consente a EmployBridge di ridurre i tempi di integrazione per i nuovi dipendenti, migliorare il controllo qualità delle telefonate e identificare strategie di successo da implementare a livello aziendale.

employbridge.com

Passaggi successivi per migliorare l'efficienza dei dipendenti

- Prenditi del tempo per comprendere appieno le esigenze e le problematiche specifiche di ogni reparto. Alcuni reparti possono aver bisogno, ad esempio, di supporto per la ricerca di file e database, mentre altri per le conversazioni istantanee. Integra le soluzioni digitali appropriate, come le ricerche dei database e gli strumenti di elaborazione del linguaggio naturale, per soddisfare queste esigenze specifiche.
- Non dimenticare di offrire la migliore esperienza utente anche per gli strumenti dei dipendenti. I team aziendali o di back-office potrebbero preferire un'applicazione basata su desktop, mentre i dipendenti sul campo e gli addetti alla vendita al dettaglio probabilmente desiderano dispositivi a mani libere o indossabili.
- Considera in che modo le piattaforme di supporto possono contribuire a colmare le lacune di conoscenze. Che si tratti dell'inserimento di nuovi dipendenti o del supporto per una situazione particolarmente complessa, l'assistenza basata sull'intelligenza artificiale può ridurre la dipendenza costante dal supporto del personale più esperto.
- Sebbene molte aziende supportino la collaborazione tra uffici o remota, non tutte dedicano tempo all'individuazione degli strumenti digitali più adatti per aumentare l'efficienza. Assicurati che gli strumenti di lavoro remoto forniscano una comunicazione rapida, nonché spazi per riunioni virtuali o di persona digitali che consentano ai dipendenti di collaborare.
- Continua a monitorare e lavorare per la soddisfazione dei dipendenti con gli strumenti di supporto digitale. Sviluppa relazioni strette con i fornitori di tecnologie per essere certo che i dipendenti conoscano le funzionalità complete dei prodotti e che gli aggiornamenti siano in linea con le esigenze e le indicazioni della tua azienda.

Pilastro: ottimizzazione delle operazioni

La trasformazione digitale non è una semplice aggiunta di tecnologia alle operazioni esistenti. Richiede alle aziende di riprogettare i propri modelli di business e di riorganizzare persone, informazioni e processi per accelerare il business e prevedere nuove opportunità. Questo approccio richiede sistemi di dati e software con analisi e intelligenza integrate in grado di fornire informazioni condivise e strategie coerenti a tutti i reparti, ad esempio finanza, produzione, supply chain, vendita al dettaglio e distribuzione.



"Con i nostri clienti, stiamo vedendo i primi segnali della realizzazione dei benefici dell'intelligenza artificiale, il più delle volte attraverso il miglioramento della qualità dei prodotti, l'efficienza della produzione e della supply chain e l'efficacia delle operazioni di assistenza".

Chris Harries, Worldwide Manufacturing Industry Solutions Director, Microsoft

Soluzioni

- **Infrastruttura distribuita come servizio:** i sistemi forniscono risorse di calcolo virtualizzate su Internet, rendendo la personalizzazione meno dipendente dai siti dei server fisici o dai software ad alte performance di calcolo.
- **Sviluppo low-code:** le nuove piattaforme, che usano i componenti a trascinamento e le interfacce utente grafiche, consentono ai dipendenti con competenze di codifica minime o nulle di programmare le applicazioni per risolvere esigenze ancora non soddisfatte. Le piattaforme sono anche abbastanza sofisticate da supportare gli sviluppatori professionisti negli scenari rilevanti.
- **Applicazioni open source:** il software open source consente ai team di ispezionare, monitorare e contribuire al lavoro digitale o sui dati degli altri, accelerando il processo di allineamento, collaborazione e innovazione.
- **Produzione on demand:** anche con l'analisi dei dati in tempo reale, le aziende devono aggiornare i processi di back-end per poter agire tempestivamente in base alle informazioni dettagliate. La produzione Just-In-Time riduce i tempi dei flussi nei sistemi di produzione per accelerare l'introduzione delle idee sul mercato.
- **Analisi predittiva:** usando tecniche come la modellazione statistica e l'apprendimento automatico, l'analisi predittiva genera e perfeziona le previsioni su clienti, mercati o tendenze su cui agiscono le aziende.

Eliminazione dei silos organizzativi

Con l'abbandono dei silos di informazioni, le aziende stanno adottando soluzioni flessibili basate sul cloud che consentono di unificare in modo sicuro i sistemi di dati e le operazioni. Questa struttura centralizzata consente ai team interni e ai partner esterni di collaborare in modo più efficace, condividendo una visione unica e attendibile di processi, relazioni e informazioni.

Dati a supporto

80%

Più della metà delle aziende prevede di ridurre la spesa del software locale, mentre l'80% prevede di aumentare gli investimenti in SaaS e public cloud.

Sondaggio sulla spesa IT. Flextera, 2020



Entro la fine del 2019, oltre il 30% dei nuovi investimenti software dei provider di tecnologie passerà da un approccio incentrato sul cloud a uno esclusivamente sul cloud.

Previsione: servizi di public cloud nel mondo, 2016-2022, aggiornamento quarto trimestre 2018. Gartner, 2019

70%

Entro il 2022, il 70% delle aziende adotterà una strategia cloud formale.

Formulazione di una strategia cloud nel contesto della strategia complessiva. Gartner, 2019

Pilastro: ottimizzazione delle operazioni



"I marchi che fanno veramente fatica sono quelli che operano online e in-store in silos, su sistemi che non sono mai stati costruiti pensando ad altri canali. La chiave per raggiungere l'omnicanale è avere un unico sistema in tempo reale per i dati: inventario, clienti e ordini".

Stephan Schambach, Fondatore e CEO, NewStore



"Il passaggio al cloud non riguarda solo il cloud. Le aziende che adottano modelli operativi dinamici basati sul cloud riescono a raggiungere un'ottimizzazione dei costi e un aumento della competitività".

Ed Anderson, Distinguished Vice President Analyst, Gartner

Esempi pratici

Dr. Martens

Eliminazione dei silos aziendali attraverso una supply chain connessa al cloud

L'iconico marchio britannico di calzature Dr. Martens ha collaborato con Microsoft per sostituire le applicazioni legacy con Microsoft Dynamics 365 e sviluppare le proprie funzionalità di vendita al dettaglio ed e-commerce per creare un'esperienza di acquisto omnicanale. Sfruttando Microsoft Power BI, Power Pivot e il servizio self-service per accedere istantaneamente ai dati attraverso i canali operativi e dei clienti, i team di Dr. Martens ora hanno gli strumenti per prendere decisioni aziendali informate. Dall'accesso istantaneo ai dati accurati dei clienti fino ai magazzini virtuali che forniscono visibilità in tempo reale sulle scorte nei vari canali, questo rivenditore di calzature può garantire che la giusta quantità di prodotto venga inviata al negozio giusto in un lead time più breve, riducendo il rischio di avere merce in eccesso o in difetto nell'intera rete globale e migliorando le comunicazioni aziendali.

[Scopri di più](#)

Target

Il sistema di inventario ottimizzato rende il riassortimento più efficiente

La catena di superstore Target sta sviluppando un nuovo sistema di pianificazione e controllo delle scorte per consentire un riassortimento più efficiente degli scaffali. Il sistema sarà in grado di localizzare con maggiore precisione il posizionamento delle scorte lungo tutta la catena di fornitura, consentendo a Target di ridurre la quantità di scorte in eccesso nei magazzini e di organizzare meglio le spedizioni. Questi cambiamenti dovrebbero ridurre al minimo il numero di passi necessari per rifornire i piani di vendita e ridurre il numero di ore che i dipendenti spendono per il rifornimento.

target.com

Promozione della flessibilità operativa

Il ritmo incalzante del business moderno richiede che le aziende abbiano a disposizione un'infrastruttura flessibile di software e sistemi per accelerare e ridimensionare le operazioni. Le aziende stanno creando soluzioni agili per dati e applicazioni, ad esempio interfacce low-code e piattaforme open source, che semplificano la risposta ai cambiamenti del mercato. Inoltre, stanno investendo nella formazione dei tecnologi per consentire loro di acquisire nuove competenze e di esplorare soluzioni creative per superare la concorrenza.

Dati a supporto



"[L'adozione di SaaS, PaaS e IaaS] si traduce in una maggiore stabilità del sistema, scalabilità on demand, un miglior [ritorno sull'investimento] del progetto ed elasticità. Questi vantaggi vengono trasferiti quindi ai clienti e ai membri sotto forma di prodotti più convenienti, elaborazione dei rimborsi più rapida e maggiore innovazione".

Derek Scheepers, Head of IT Operations, PPS



La metà degli sviluppatori afferma di aver adottato o pianificato l'adozione di una piattaforma low-code all'interno del proprio flusso di lavoro.

Lo stato dell'adozione delle piattaforme low-code. Forrester, 2019



"Consideriamo l'open source uno dei principali fattori di innovazione all'interno della community di tecnici".

Julia Liuson, Corporate Vice President Of Microsoft's Developer Division

Esempi pratici

Toyota

Agilità operativa garantita con soluzioni create dai dipendenti

Grazie alla collaborazione con Microsoft, la casa automobilistica Toyota ha permesso ai dipendenti di più reparti e discipline di creare proprie applicazioni, risolvendo in modo facile e veloce le inefficienze quotidiane grazie a un approccio low-code/senza codice. Con Microsoft Power Apps, i dipendenti diventano sviluppatori non professionisti, creando app o personalizzando facilmente le soluzioni esistenti in base alle proprie esigenze e aiutando vari reparti, dalle risorse umane alla gestione delle strutture, a risparmiare sui costi dei materiali digitalizzando i processi cartacei e riducendo il tempo dedicato all'immissione manuale dei dati. Consentendo ai dipendenti della Toyota di adattarsi in modo rapido ed efficiente, Power Apps offre ai dipendenti una soluzione che permette loro di risolvere le inefficienze quotidiane specifiche del proprio flusso di lavoro, migliorando al contempo le performance complessive e la velocità di innovazione in Toyota.

[Scopri di più](#)

Nutanix

Software con codice personalizzato per dipendenti non tecnici

Per l'azienda di tecnologia Nutanix, la programmazione low-code è una priorità strategica. L'azienda forma ingegneri, ingegneri di rete e altri esperti di infrastrutture per creare script e automatizzare il codice, consentendo loro di affinare le loro competenze man mano che le operazioni passano nel public cloud. L'azienda ha inoltre formato alcuni membri del personale non tecnico all'uso di strumenti low-code per creare o migliorare i flussi di lavoro. Nutanix prevede che l'apprendimento automatico semplificherà lo sviluppo di soluzioni digitali da parte dei cosiddetti "sviluppatori non professionisti". Ad esempio, il CIO dell'azienda prevede che più della metà delle attività del Service Desk venga gestita da codice generato dai dipendenti, sviluppato tramite l'apprendimento automatico.

nutanix.com

Perfezionamento delle operazioni in tempo reale

In passato, le aziende si affidavano a dashboard aggiornati a cadenza regolare e a report mensili per misurare l'efficienza, mentre oggi devono analizzare le informazioni e apportare modifiche operative continue. Grazie alla disponibilità di dati in tempo reale e strumenti come dashboard e notifiche istantanee, le aziende stanno offrendo ai principali decision maker la possibilità di apportare modifiche operative in tempo reale, ad esempio l'ottimizzazione dei livelli del personale, la riallocazione delle risorse, la modifica delle progettazioni dei prodotti e l'adeguamento dell'inventario.

Dati a supporto



"Riceviamo i dati [in tempo reale] dal nostro centro di supporto. Possiamo vedere ogni espresso preparato e possiamo controllare da una posizione centrale se una macchina ha bisogno di manutenzione: questo ci permette di migliorare la qualità dei prodotti che vendiamo".

Kevin Johnson, CEO, Starbucks



"Nell'ambito della nostra trasformazione digitale, stiamo lavorando per mettere più informazioni nelle mani dei dipendenti che lavorano in prima linea in modo che siano più coinvolti nei processi e nei prodotti e ci forniscano informazioni che ci aiutino a migliorare continuamente in quello che chiamiamo approccio incentrato sull'operatore".

Peter Stamp, Chief Information Officer, Alcoa

Esempi pratici

AccuWeather

Perfezionamento delle operazioni in tempo reale con l'intelligenza artificiale

La società meteorologica globale AccuWeather usa Microsoft Azure e Microsoft Dynamics 365 per acquisire informazioni sui modelli meteorologici e fornire previsioni accurate e tempestive per consentire decisioni meteorologiche e aziendali in tempo reale. Alle aziende che si affidano alle soluzioni aziendali personalizzate di AccuWeather, il servizio di previsioni meteorologiche può fornire informazioni sui potenziali effetti sul loro lavoro di tempeste e temperature, aiutando i clienti a prendere decisioni più informate e in tempo reale per tutta la supply chain basate su possibili interruzioni o cambiamenti nei livelli della domanda. Inoltre, combinando l'analisi predittiva con i dati di vendita dei clienti, AccuWeather può affrontare i problemi di approvvigionamento stagionali dovuti alle condizioni meteorologiche o identificare il prodotto più richiesto da un cliente all'interno di schemi meteorologici ricorrenti, informando in modo efficace il reparto operativo della supply chain.

[Scopri di più](#)

IKEA

Le decisioni della supply chain in tempo reale riducono gli sprechi derivanti dai resi

La catena di negozi di arredamento IKEA sta analizzando i dati della supply chain in tempo reale per migliorare il processo di gestione dei resi, riducendo le spese generali e l'impatto ambientale dell'azienda. In 10 centri di distribuzione IKEA e in 50 punti vendita viene usato un software di apprendimento automatico per convogliare la merce restituita e in eccesso verso la posizione ottimale all'interno della rete aziendale. Grazie alle modifiche istantanee alla logistica inversa, IKEA riduce gli sprechi operativi e i costi, convogliando l'inventario nei canali a più alto valore del rivenditore.

ikea.com

Previsione degli sviluppi futuri per raggiungere il successo

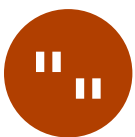
Le aziende di tutti i settori e dimensioni si basano sulle previsioni: i rivenditori prevedono la domanda dei consumatori, gli assicuratori prevedono il rischio e i medici anticipano l'incidenza delle malattie su base stagionale. Le piattaforme di analisi estraggono informazioni dettagliate da metriche tradizionali come le performance aziendali e del marketplace, ma anche da nuove origini dati che includono social media e feedback dei clienti per generare previsioni più solide che le aziende possono usare per informare i reparti operativi, promuovere iniziative strategiche e guidare l'innovazione.

Dati a supporto



Le dimensioni del mercato globale dell'analisi predittiva dovrebbero raggiungere i 23,9 miliardi di USD entro il 2025, registrando un tasso di crescita medio annuo del 23,2% nel periodo di previsione.

Ricerca Grand View, Inc. 2019



"Non è ancora molto diffuso, ma l'anno prossimo passeremo dall'analisi in tempo reale all'analisi predittiva".

Brian Solis, Principal Analyst and Futurist, Altimetro



"Ora possiamo prendere importanti decisioni strategiche su una base più informata. La validità dei dati è aumentata perché ora vengono formalizzati nell'ambito di un sistema consolidato invece che sulla base di conoscenze individuali. È incredibile vedere come questa nuova tecnologia sia in grado di ottimizzare e migliorare, finora, le attività più lunghe".

Michael Bøgh Linde Vinther,
Director of Global Milk Planning, Arla

Esempi pratici

Starbucks Deep Brew

Anche le raccomandazioni personalizzate favoriscono le previsioni

All'interno della sua applicazione mobile, la catena di caffetterie Starbucks usa la tecnologia di apprendimento per rinforzo per offrire ai clienti suggerimenti personalizzati sul caffè, che fornisce anche informazioni per la pianificazione dell'inventario nelle sedi locali di Starbucks. Starbucks utilizza la piattaforma Azure di Microsoft per alimentare la sua iniziativa Deep Brew, che genera raccomandazioni personalizzate di cibi e bevande in base all'ora del giorno, agli ordini precedenti e a fattori contestuali come il tempo. Questo motore di contenuti raccomandati viene usato anche per prevedere la domanda dei negozi Starbucks locali, influenzando sugli ordini di inventario e di rifornimento, prevedendo il fabbisogno di personale e anticipando la manutenzione delle attrezzature.

starbucks.com

Arla Foods

Questa cooperativa casearia usa l'intelligenza artificiale per migliorare le previsioni sulla produzione di latte

La cooperativa casearia danese Arla Foods usa software basati sull'intelligenza artificiale per stimare più precisamente la produzione di latte futura, tenendo conto di variabili come i cambiamenti stagionali, gli aspetti geografici e il numero di agricoltori che si convertono a nuovi tipi di latte. Prima di sviluppare il software, Arla elaborava manualmente le previsioni con fogli di calcolo di Excel, ora le previsioni possono essere completate in poche ore. Stimando con diversi mesi di anticipo la quantità di latte prodotto dal milione e mezzo di mucche presenti nelle sue 10.300 fattorie, Arla può gestire gli ordini dei fornitori e prepararne l'elaborazione con la massima facilità, introducendo oltre 200 milioni di litri di latte sul mercato in modo più efficiente e sostenibile.

arla.com

Passaggi successivi per ottimizzare le operazioni

- > Concentra le risorse IT e dei dati sui progetti mission-critical.
- > Gli strumenti reattivi e predittivi sono efficaci solo se l'infrastruttura di dati su cui si basano è valida. Assicurati che i sistemi di gestione dei dati interni siano ben organizzati e che i dati siano accuratamente classificati.
- > Le analisi sono inutili se non vengono seguite da azioni. Assicurati che i reparti interessati comunichino, condividano e modifichino in concerto piani e processi.
- > Un feedback regolare è fondamentale per perfezionare gli strumenti di ottimizzazione e previsione. Accertati che i modelli algoritmici vengano formati su solidi cicli di feedback.
- > Crea una cultura di base che supporti testing/integrazione/distribuzione continui e consenti alla forza lavoro di sviluppare nuovi approcci alla creazione e alla distribuzione di software.
- > Molto probabilmente, ogni dipendente del tuo team è un utente di software aziendale. Fai il modo che le loro opinioni e commenti vengano ascoltati dai team di progettazione e IT prima di apportare modifiche o aggiornamenti a livello aziendale.

Le chiavi per una trasformazione CX di successo

Soluzioni create per la flessibilità

- Le aziende devono cercare sistemi software e applicazioni in grado di soddisfare le loro attuali esigenze e obiettivi, garantendo al contempo la flessibilità necessaria per adattarsi alle priorità in continua evoluzione.
- La soluzione giusta crea un ambiente per dati, comunicazioni e applicazioni che semplifica l'evoluzione e l'estensione delle operazioni aziendali esistenti, introducendo al contempo tecnologie che consentono agli utenti di creare soluzioni in contesti che ne sono sprovvisti.

Un'azienda senza silos

- Le operazioni unificate consentono a gruppi eterogenei di collaborare in modo più efficace con un'unica vista attendibile di processi, relazioni e dati.
- Questo approccio consente di eliminare le ridondanze, garantendo al contempo che l'intera azienda e i suoi partner principali abbiano accesso agli strumenti giusti e alle informazioni per raggiungere performance ottimali.

Decisioni basate su informazioni utili

- Le interazioni con i clienti avvengono in tempo reale. Una comprensione a 360 gradi di ogni singolo percorso è fondamentale per personalizzare l'esperienza e soddisfare le esigenze del momento.
- Le aziende devono passare da un modello reattivo a un modello proattivo di capacità di risposta. Ciò richiede l'accesso ai dati rilevanti e la possibilità di porre le domande giuste per anticipare i cambiamenti e pianificare di conseguenza.

Assistenza e supporto sempre attivi

- Il mercato globale non si ferma mai. Le aziende devono avere a disposizione soluzioni in grado di supportare questa mentalità sempre attiva.
- L'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale come chatbot, assistenti vocali e informazioni personalizzate può consentire interazioni senza ostacoli, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

Automazione per accelerare sinergie e innovazione

- RPA, IA e altre soluzioni non offrono solo velocità ed efficienza, ma anche il potenziale per espandere le capacità operative. Una forza lavoro ibrida introduce nuove capacità in grado di promuovere ulteriori innovazioni.
- L'automazione intelligente consente ai dipendenti di automatizzare alcune delle loro attività più lunghe, ripetitive e manuali, consentendo loro di concentrarsi su aspetti più strategici e a valore aggiunto per l'azienda.

Informazioni su Microsoft Dynamics 365

Dynamics 365, una suite di applicazioni aziendali intelligenti, aiuta le aziende di ogni dimensione a sfruttare i dati per aumentare la domanda, orchestrare esperienze personalizzate per gli acquirenti, stabilire relazioni su vasta scala e prendere decisioni basate su informazioni dettagliate nell'intero percorso del cliente. Questa potente suite di strumenti offre un sistema integrato che fornisce informazioni utili a tutti i dipendenti line-of-business e in prima linea interessati della tua azienda. Integrando Dynamics 365 nella suite di strumenti della tua azienda, acquisirai informazioni predittive e reattive che aiuteranno i team a creare l'esperienza ideale per i tuoi clienti.

[Richiedi una demo live](#)

Informazioni su PSFK

PSFK è la piattaforma di business intelligence leader a livello mondiale per l'innovazione nella vendita al dettaglio e lungo il percorso di esperienza cliente. In tutti i principali settori verticali, aiutiamo i marchi più innovativi a identificare e sfruttare le nuove opportunità legate all'esperienza dell'acquirente usando una combinazione di report sulle tendenze, eventi immersivi, contenuti ricchi di informazioni, workshop creativi e servizi di ricerca on demand.

Piers Fawkes

Presidente e fondatore
piers.fawkes@psfk.com
+1 646.520.4672

Scott Lachut

President of Research & Strategy
scott.lachut@psfk.com
+1 646.520.4672

PSFK

2 Hartsook Lane,
Beacon, NY 12508
psfk.com | @psfk