

AVAYA

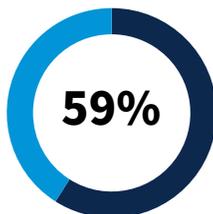
PERCHÉ È ESSENZIALE DARE PRIORITÀ ALL'ESPERIENZA UMANA DEGLI AGENTI DEI CONTACT CENTER REMOTI



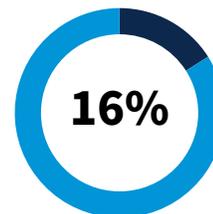
Salvo alcune eccezioni, negli ultimi anni il lavoro da remoto è rimasto un punto fermo nel settore dei contact center. Si stima che attualmente il 30-50% degli agenti dei contact center lavori da remoto, più del doppio della **media mondiale del 16%**. Gli agenti sono perfettamente predisposti per questo tipo di lavoro, considerando che un impressionante 59% dei lavoratori sceglierebbe di lavorare per un'azienda che offre opzioni di lavoro da remoto piuttosto che per un'azienda in cui non sono previste.



degli agenti dei contact center attualmente lavora da remoto



dei lavoratori sceglierebbe di lavorare per un'azienda che offre opzioni di lavoro da remoto piuttosto che per un'azienda in cui non sono previste



di aziende globali operano interamente da remoto

Se bastasse solo la possibilità di lavorare da remoto, il settore non avrebbe un tasso di turnover notoriamente elevato. Le aziende rimangono intrappolate in una porta girevole di assunzioni e formazione degli agenti, per poi vederli andar via, con costi **fino a 20.000 dollari per agente**. Questi lavoratori in prima linea devono far fronte a un'eccessiva stanchezza fisica, emotiva e mentale dovuta a uno stress lavorativo prolungato. Quote di prestazione esigenti, interazioni difficili con i clienti, lunghi orari di lavoro (sì, anche da casa), scarso controllo sui carichi di lavoro elevati... tutto si accumula. Per gli agenti remoti, si aggiungono anche l'isolamento e le distrazioni del lavoro da casa: condivisione dello spazio di lavoro con altre persone, cani che abbaiano, lavori di costruzione all'esterno e così via.



Costa dai

10.000 ai 20.000 dollari
sostituire un agente di call center

Ridurre il burnout degli agenti è una priorità assoluta per i responsabili dei contact center e, naturalmente, la tecnologia sembra essere la risposta. Ma lo è davvero? Sì e no. È essenziale non perdere di vista l'esperienza umana (Human Experience, HX), un fattore cruciale dell'esperienza dell'agente che determina intrinsecamente anche l'esperienza del cliente. Questa guida analizza il ruolo fondamentale svolto dalla tecnologia nel supportare questa dinamica, in particolare per gli agenti dei contact center che lavorano da remoto, con esempi mirati forniti da Avaya e dai suoi clienti.

Si possono investire milioni e milioni di euro in cloud, AI e automazione (e molte aziende lo stanno facendo), ma questi investimenti non possono eliminare l'elemento umano dell'esperienza dell'agente.

Le aziende devono continuare a innovare valorizzando questo elemento umano integrale. Nell'economia dell'esperienza di oggi, in cui le esperienze hanno la massima priorità, il valore maggiore si interseca con il punto in cui le aziende hanno il loro bene più prezioso e costoso: le persone.



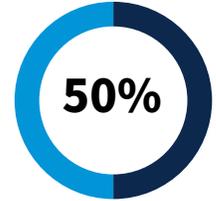
Nel mondo del servizio clienti, gli investimenti in innovazione sono solitamente orientati all'esperienza cliente, all'efficienza operativa e alla produzione. Un esempio tra tanti: utilizzare tecnologie abilitate dal cloud, come l'intelligenza artificiale e l'automazione, per ridurre il tempo di gestione medio e la risoluzione della prima chiamata per ridurre i costi e aiutare gli agenti ad avere successo. Queste considerazioni sono necessarie per i miglioramenti operativi, ma bisogna esplorare altri metodi per innovare anche l'esperienza umana degli agenti.

Ecco tre modi in cui le aziende possono utilizzare l'intelligenza artificiale per migliorare l'esperienza umana degli agenti, con l'obiettivo di aumentare il tasso di retention, ridurre il turnover e creare risultati complessivi migliori:



#1: Monitoraggio delle emozioni con l'IA

Oltre il 50% dei grandi datori di lavoro negli Stati Uniti utilizza il monitoraggio delle emozioni basato sull'intelligenza artificiale per comprendere meglio gli stati d'animo dei propri dipendenti.



L'approccio "innovazione senza discontinuità" di Avaya consente alle aziende di integrare questa tecnologia nella piattaforma esistente, nel cloud pubblico, nel cloud privato, in ambienti on-premise o ibridi, rendendo accessibili servizi come corsi di mindfulness, bot di incoraggiamento e programmazione degli esercizi direttamente dal desktop di ogni agente.



#2: "Lavoro di squadra" per ogni agente

Una potente suite di strumenti IA, tra cui l'AI Agent Assist, la traduzione e la trascrizione e il wrap-up automatico, aumentano le prestazioni e creano un ambiente più connesso in cui gli agenti remoti possono ottenere le informazioni di cui hanno bisogno in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo. Gli agenti possono anche raggiungere facilmente l'organizzazione per mettersi in contatto con gli esperti in materia quando necessario, compresi quelli esterni al contact center, e coinvolgerli nelle interazioni con i clienti.



#3: Gamification

La gamification (l'applicazione di elementi di gioco come il punteggio, la competizione con gli altri e le regole di gioco per la formazione e il coinvolgimento degli agenti) non è un approccio nuovo, ma la tecnologia continua a migliorare rapidamente, offrendo nuove ed entusiasmanti possibilità per coinvolgere gli agenti che lavorano da remoto, comunicare obiettivi, misurare e riconoscere i risultati ottenuti e stimolare la collaborazione. L'approccio "innovazione senza discontinuità" di Avaya consente alle aziende di sfruttare rapidamente i dati provenienti da tutto il contact center per andare oltre i premi e i badge e offrire programmi di gamification d'impatto che comprendono obiettivi, competizione, interazioni sociali, premi e coaching per il nuovo mondo del lavoro flessibile.

Come ne beneficiano i clienti Avaya

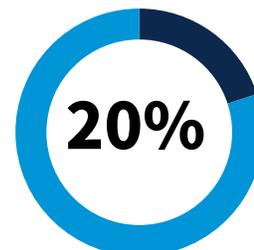
Un noto brand nel settore viaggi e turismo in Australia ha uno dei tassi di retention più alti del settore grazie alla sua capacità di bilanciare innovazione ed esperienza umana.

L'azienda attribuisce il merito alla cultura comunitaria del proprio team e alla flessibilità tra lavoro da ufficio e da remoto, con la tecnologia Avaya che lavora dietro le quinte per mantenere tutti connessi, supportati e coinvolti.

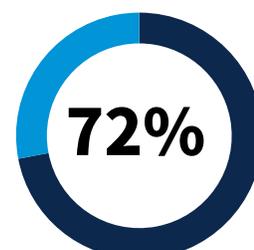
Aflac, un grande e rinomato fornitore di assicurazioni integrative, ha ridotto il tasso di uscita degli agenti del 20% e ha aumentato la permanenza degli agenti specialisti del 72% in 18 mesi, il tutto mantenendo il focus sull'agente.

Un modo in cui l'azienda coniuga innovazione ed esperienza umana è l'utilizzo di un instradamento intelligente delle chiamate per garantire un'assistenza specialistica ai clienti che si rivolgono per la prima volta a un centro di assistenza critica. Avaya aiuta a garantire che dietro le quinte i chiamanti siano indirizzati a un team specializzato di esperti in grado di lavorare con pazienti particolarmente vulnerabili. Dopo la chiamata, il software è programmato per garantire che questi agenti, che probabilmente hanno affrontato una conversazione impegnativa e delicata, si allontanino dal telefono per avere la possibilità di riposare mentalmente.

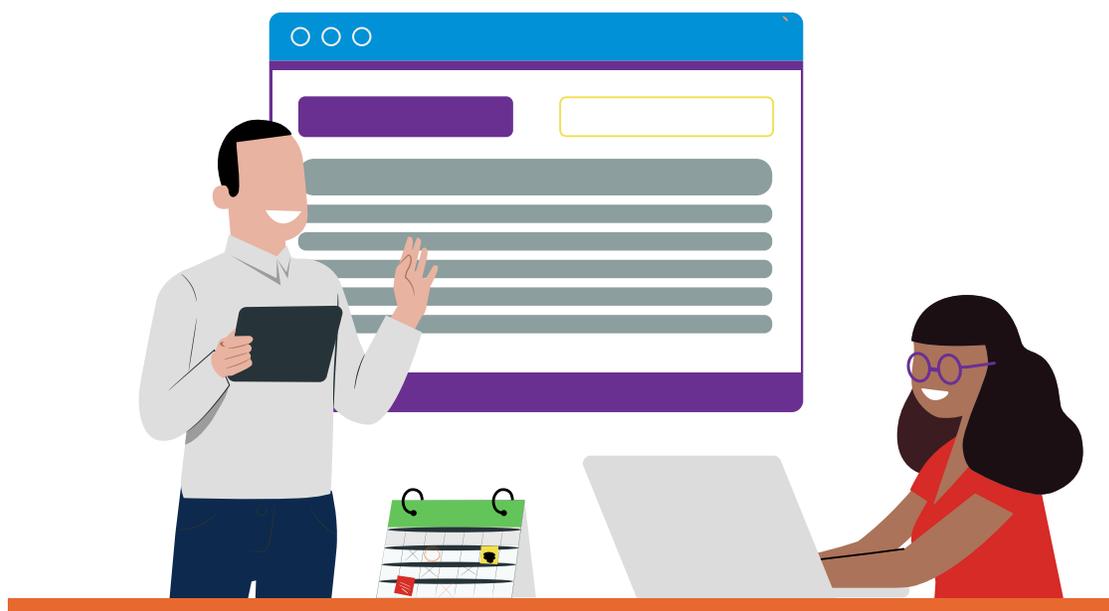
Aflac ha ridotto il tasso di uscita degli agenti del



Aflac ha incrementato il tasso di retention di agenti specialisti del



in 18 mesi



Cos'è l'approccio all'innovazione senza discontinuità di Avaya e in che modo consente alle aziende di innovare l'esperienza umana?

Nella maggior parte degli ambienti aziendali, l'infrastruttura di instradamento e amministrazione è complessa e articolata. Queste aziende non dovrebbero abbandonare i consistenti investimenti fatti nelle soluzioni strategiche esistenti on-premise per avere la possibilità di passare alle nuove tecnologie abilitate dal cloud, come l'IA. L'obiettivo è piuttosto quello di potenziare l'ambiente esistente.

L'approccio di Avaya all'**Innovazione senza discontinuità** prevede che:



Non è necessario rischiare la resilienza per consumare una nuova tecnologia.

Al contrario, le aziende possono continuare a operare senza discontinuità, consumando l'innovazione alle loro condizioni, riducendo la fatica del cambiamento e ottenendo più rapidamente risultati tangibili in termini di prestazioni aziendali.



Non è necessario smantellare ciò che funziona per perseguire l'innovazione.

Al contrario, la piattaforma centrale di CX o contact center delle aziende funge da integratore di nuove innovazioni.



Non è necessario inseguire ciecamente le tendenze e rischiare di causare disagi e discontinuità.

Le aziende possono lasciare che sia l'innovazione ad andare da loro, nello specifico collaborando con partner in grado di offrire un'esperienza di integrazione che consenta loro di utilizzare le nuove tecnologie in modo rilevante per la loro azienda.

L'innovazione non deve necessariamente avere un impatto sulla stabilità, e l'approccio di Avaya all'innovazione senza discontinuità ne è la prova. Inizia a progettare come sfruttare l'esperienza umana per migliorare l'esperienza dell'agente, l'esperienza del cliente e ottenere più rapidamente risultati di performance aziendale senza costringere a un passaggio completo della piattaforma al cloud.

[Scopri di più su come Avaya rimuove le barriere all'innovazione e apre la strada a risultati aziendali tangibili in tempi più rapidi.](#)

AVAYA

©2024 Avaya LLC. Tutti i diritti sono riservati. Avaya e il logo Avaya sono marchi commerciali di Avaya LLC, registrati negli Stati Uniti e in altri Paesi. Alcuni marchi identificati da ®, TM o SM sono, rispettivamente, marchi registrati, commerciali e di servizio di proprietà di Avaya LLC. Tutti gli altri marchi commerciali sono di proprietà dei relativi titolari.
08/24 • CC15965IT