Come la tecnologia cambia la customer experience: i trend di Medallia

20240122113017shutterstock-2287568963-7e0d89ec

In un mondo sempre più dominato dalla tecnologia, il **rapporto tra clienti e aziende** appare **in costante evoluzione**. Machine learning, intelligenza artificiale generativa e feedback di ogni tipo diventano quindi elementi centrali per individuare tempestivamente le priorità e rimanere al passo col mercato e i tempi.
In tal senso **Medallia**, azienda che studia la comprensione e la gestione dell'esperienza dei clienti, segnala alcune **tendenze** che potrebbero prendere piede nel corso del 2024.

INTERAZIONI, VELOCITÀ E NUOVI FORMATI

I sondaggi sono ormai obsoleti nella loro tradizionale conformazione e anche poco presi in considerazione dagli utenti, annoiati di rispondere a una serie di domande. Per comprendere le preferenze e le percezioni dei clienti si rende necessario un **approccio più sofisticato**, come l'analisi delle **interazioni sui social network** e il **monitoraggio del comportamento sulle piattaforme digitali** in genere.
Un altro punto rilevante è la **tempestività**: il 70% dei clienti infatti si aspetta risposte immediate e per venire incontro le aziende stanno implementando i propri siti con **chatbot e assistenti virtuali**, disponibili 24 ore su 24 e tutti i giorni dell'anno. Inoltre è richiesta pure la **diversificazione della comunicazione**: al classico feedback scritto si sommano i vocali e i video.

LA PERSONALIZZAZIONE PASSA ATTRAVERSO L'AI

A rivestire un ruolo centrale nelle nuove strategie di customer experience è la **personalizzazione**, a partire dal nome del cliente nell'email all'offerta di interazioni, guidate da un preciso algoritmo. Ad agevolare tutto ciò sarà l'**AI generativa**, che potrà recuperare informazioni in modo rapido eliminando le complessità statistiche e automatizzando del tutto il processo.
L'**intelligenza artificiale** ricoprirà un ruolo anche nei **sistemi di ricerca** all'interno dei siti web,

fornendo suggerimenti ad hoc che andranno oltre la semplice corrispondenza delle parole chiave. Insomma, **i "tips"**, così come li abbiamo conosciuti sinora, **cambieranno adattandosi maggiormente ai nostri gusti e preferenze** e, di conseguenza, alle nostre propensioni di acquisto.