

LiveHelp: una vendita ogni tre chat. Così il customer care fa affari

di Filippo Poletti - 03 giugno 2016



Con l'assistenza online è possibile ridurre i costi di customer care del 50%

Imetec.

Facebook, blog o WhatsApp? Quale di questi mezzi garantisce oggi le migliori prestazioni nel *digital caring*, il rapporto con i clienti, sempre meno disposti a interagire con le aziende telefonicamente? **Alessandro La Ciura** – amministratore delegato di **Sostanza** e *chat master* di LiveHelp – non ha dubbi: puntando sull'**assistenza online** tramite chat è possibile **ridurre i costi** relativi al *customer care* del **50%** e garantire fino al **30%** di tasso di conversione di **vendite online**. I suoi clienti? Da **Alitalia** ad **Auchan**, da Eminflex a

Dottor La Ciura, quali vantaggi offre alle aziende l'attivazione di un servizio di *digital caring*?

«Un servizio di *digital caring*, come la live chat, è vantaggioso per le aziende in 3 sensi: aumenta la soddisfazione del cliente finale perché permette di fornire risposte nel momento esatto in cui l'utente ha dei dubbi; aiuta a ridurre i costi grazie alla contemporaneità di gestione delle richieste e infine migliora la comunicazione interna e la gestione organizzativa degli operatori».



Alessandro La Ciura, ceo di Sostanza e chat master

Quali sono gli investimenti necessari?

«Noi proponiamo una soluzione chiavi in mano anche per l'analisi e la stima degli investimenti necessari. Con due semplici indicatori, quali le telefonate in ingresso e le visite mensili del sito, siamo in grado di definire con precisione quante persone bisognerà dedicare per un servizio eccellente. A questo punto si tratta di investire sul canone annuale della piattaforma e sulla formazione delle persone, tipicamente una o due giornate all'anno per restituire una customer experience fantastica. Se l'*e-commerce* ha un traffico elevato, l'investimento in *livehelp.it* si ripaga nel primo mese di chat».

Quali obiettivi può raggiungere mensilmente un'impresa di medie dimensioni attivando l'assistenza *online*?

«Un'azienda che attiva l'assistenza online può ridurre le chiamate telefoniche, e di conseguenza i costi relativi al customer care del 50%. Consideri poi che la *chat*, applicata come supporto alle vendite *online*, ha un tasso di conversione che può arrivare al 30%. Con LiveHelp abbiamo diversi clienti che ottengono una vendita ogni 3 chat».

Come può essere organizzato il lavoro quotidiano di *digital caring*?

«L'organizzazione quotidiana del lavoro di *digital caring* dipende dalla struttura aziendale: si possono dedicare interamente al supporto via chat una o più risorse, anche se per la nostra

BIMAG

TV

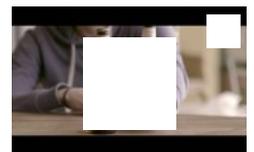
I migliori eventi in città tutti su un'app: ecco Spotlume



#Marta4kids, 4mila km a piedi per l'Italia contro la fibrosi cistica



Europei, per Birra Moretti una campagna coi baffi



BIMAG SOCIAL



SCOPRI LG PARTNER PORTAL,
il sito dedicato ai professionisti
della climatizzazione

VISITA IL SITO

BIMAG

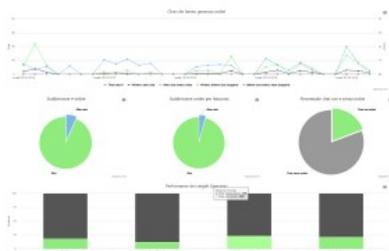
CARRIERE

Roncadin, Sabino Gravina nuovo brand, marketing...

Roncadin, azienda di Meduno (Pordenone)...



Um Italia, Carlo Messori Roncaglia



Livehelp monitora il ritorno dell'investimento della chat e le performance degli operatori

esperienza consigliamo di effettuare delle turnazioni dello staff che si occupa delle telefonate *inbound* o dell'assistenza sui social. In base al traffico in entrata e al fatto che la *live chat* è poco invasiva, gli operatori possono dedicarsi ad attività di back-office quando non ricevono chiamate».

Qual è la differenza, sotto il profilo dei risultati, tra il *social caring* e quello promosso tramite *chat* o *blog* aziendali?

«Il *social caring* può essere efficace in una

prima fase di acquisizione della problematica dell'utente, mentre è utile dirottare la conversazione sulla chat per risolvere la situazione senza renderla pubblica. Inoltre, in chat il cliente si sente più "coccolato" perché si instaura un rapporto 1-1, diretto con l'operatore aziendale che diventa un punto di riferimento; allo stesso tempo, per l'azienda è più semplice recuperare lo storico delle conversazioni che sono tutte tracciate ed eventualmente collegate a sistemi di *ticketing* e CRM».

Quale risultato d'eccellenza può citare a proposito del lavoro di consulenza di LiveHelp?

«Quando mi fanno questa domanda dico sempre a tutti di entrare in un'agenzia viaggi e toccare con mano l'eccellenza chiedendo cosa ne pensano le agenzie della chat di Alpitour. Vi lascio al piacere di farlo, perché io stesso sono rimasto stupito. Alpitour ha di fatto sostituito il contatto telefonico con la chat, per la gioia di tutti! Parlerei anche di Imetec e Bellissima che, dopo un periodo di test, hanno sostituito il call center esterno per far gestire tutte le richieste di chat inbound a operatori interni che dopo la formazione sono in grado di aumentare notevolmente tasso di conversione e di soddisfazione del cliente».



Alpitour ha adottato un sistema di chat per rispondere ai clienti in tempo reale

Da ultimo, anche in Italia alcune imprese stanno utilizzando WhatsApp per dialogare con i clienti. Lo consiglierebbe?



Alcune aziende hanno attivato WhatsApp per le attività di *social caring*

«Personalmente, e aziendaliemente, lo sconsigliamo: abbiamo diversi clienti che hanno inizialmente approcciato l'assistenza via chat con Whatsapp o Skype. Senza entrare nel merito della legittimità a usare Whatsapp in ambito professionale (molti account vengono infatti bloccati per uso eccessivo) sono soluzioni scomode per l'utente (che deve creare un profilo Skype, o registrare un numero Whatsapp in rubrica) e impraticabili per l'azienda che non è in grado di smistare il traffico in ingresso su più operatori, ma solo su uno! Inoltre, le conversazioni su chat come LiveHelp hanno una

durata definita dall'inizio alla fine della chat stessa, mentre su Whatsapp rimane un canale aperto e quindi non gestibile, tramite il quale l'utente si sente autorizzato a scrivere in continuazione senza l'approccio vincente "problema->chat->soluzione»».

@filippo_poletti

TAG: ALESSANDRO LA CIURA ALITALIA AUCHAN BLOG DIGITAL CARING EMINFLEX FACEBOOK IMETEC LIVEHELP WHATSAPP

CONDIVIDI SU

NUOVO...

Ipg Mediabrands ha ufficializzato la...



Fincantieri, Giuseppe Bono confermato amministratore delegato

Il cda di Fincantieri ha...



BIMAG OSSERVATORIO

I trend delle imprese su Twitter a cura di Datalytics, piattaforma di social media monitoring in tempo reale



BIMAG BANDI PUBBLICI



BIMAG LETTURA

MARZO 2016



Gli uomini che fanno le imprese. Negli ultimi anni abbiamo assistito a una sorta di duello, da un lato il mondo dell'impresa e dall'altro della finanza.

GRATIS PER TE