

Medallia



OLTRE L'HYPE:

Cosa pensano davvero i professionisti della CX dell'IA



Introduzione

Negli ultimi anni, l'Intelligenza artificiale (IA) è stata, ed è ancora, una delle principali aree di innovazione. Dall'aumento della produttività al miglioramento delle esperienze dei clienti, l'IA si sta facendo strada in ogni angolo dell'azienda, e il team di Customer Experience (CX) non fa eccezione. Che si tratti di automatizzare le attività, di velocizzare i flussi di lavoro, o di elevare l'engagement dei clienti, l'IA è diventata velocemente un'arma segreta per i team di esperienza.

Ma da grandi poteri derivano grandi responsabilità. Man mano che l'IA s'integra più a fondo nella CX, il bisogno di una maggior sicurezza a livello di dati, privacy e precisione diventa sempre più indispensabile. Mentre la promessa dell'IA si basa sulle sue capacità di offrire insight più interessanti e velocizzare le azioni, le aziende devono assicurarsi di potersi fidare di ogni decisione che le aiuta a prendere.

Per una migliore comprensione di queste dinamiche, Medallia Market Research ha

intervistato 820 professionisti della CX. Con nostra sorpresa, tutti i brand, eccetto poche eccezioni, stanno saltando sul treno dell'IA. Ciò non vuol dire, però, che in questo modo si arrivi dritti al successo. La strada per l'implementazione di una IA strategia è piena di colpi di scena, di giri e di rivalutazioni mentre le aziende cercano di capire come sfruttare al meglio questa tecnologia in continua evoluzione.

Questo report approfondisce alcuni dettagli: come i team di CX stanno usando attualmente la CX, cosa c'è all'orizzonte e chi sarà in prima linea nella rivoluzione dell'IA. In più, scopriremo in che modo investimenti intelligenti nell'IA possono aiutare le aziende a sbaragliare la concorrenza e a mantenere un vantaggio strategico.

**Autore**

Andrew Custage
Head of Research Insights

01

Sommario esecutivo

L'IA non è solamente all'altezza delle aspettative, le sta superando

Il **60%** dei professionisti della CX afferma che l'IA sta andando ben oltre le aspettative mentre un **36%** dice che sta offrendo esattamente ciò che promette.



60%

36%

Costi

Potenziale perdita di lavoro

Protezione dei dati

Precisione

Bias

Impatto sulla CX

Etica

Ma non è tutto rose e fiori. Ci sono ancora problemi all'orizzonte.

Quali sono i rischi principali che i professionisti della CX stanno tenendo d'occhio? Precisione, potenziale perdita di posti di lavoro, protezione dei dati, bias e uso etico. Curiosamente, questi problemi superano l'importanza data ai costi e all'impatto diretto dell'IA sulla Customer Experience.



La GenIA sta rivoluzionando e giocando un ruolo chiave nel lavoro quotidiano dei team di CX

Con strumenti come ChatGPT, il **90%** dei professionisti della CX ha provato almeno una volta uno strumento di GenIA e il **42%** ammette di usarli regolarmente.

42%

90%

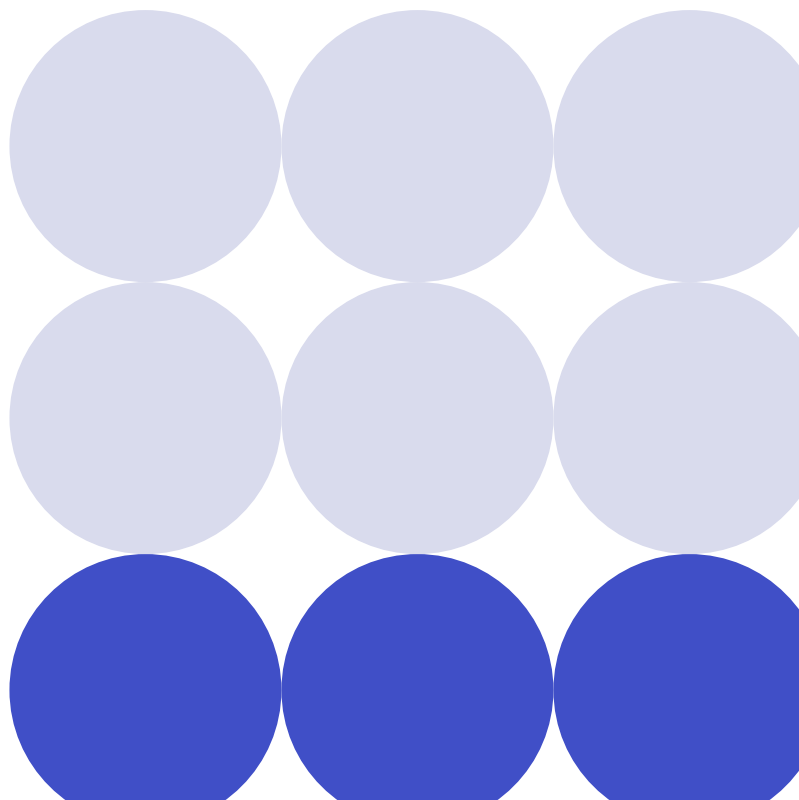
Le aziende in rapida crescita stanno sfruttando questo potere.

Circa la metà (42%) delle aziende in grande crescita afferma che realizzerà investimenti “molto alti” nell’IA nel corso del prossimo anno. Si tratta di una mossa intelligente visto che molti di questi investimenti spesso portano l’IA a superare le aspettative.

42%

La maggior parte delle aziende ha un piano d'azione su come usare l'IA

Un terzo dei professionisti della CX, infatti, crede di essere già in vantaggio rispetto alla concorrenza, mentre più della metà (53%) dice di essere alla pari.



02

**L'IA è all'altezza
delle aspettative?**

Più le aziende investono nell'IA, maggiori saranno i vantaggi.

L'IA sta già superando le aspettative, con investimenti maggiori che generano rendimenti maggiori. Mentre le grandi aziende con un fatturato superiore a 25 miliardi di dollari ottengono i risultati più impressionanti, quelle più piccole possono trarre vantaggi significativi, se sono disposte a investire tempo e denaro in iniziative di IA.

Cosa aumenta la probabilità di ritenere che l'IA abbia superato le aspettative?

+46% Se gli investimenti sono "molto alti"

+22% Se l'azienda ha un fatturato di +25M di dollari

+20% Se si lavora già con uno o più fornitori di IA

|| **96%**

afferma che l'impatto dell'IA sulla sua azienda ha raggiunto o superato le aspettative fino ad ora

|| **60%**

afferma che ha superato le aspettative

L'IA supererà gli umani in 5 anni...in un certo modo.

Le aspettative dei professionisti della CX sull'IA nei prossimi 5 anni, percentuale selezionata:

● Lo farà peggio degli umani ● Lo farà in modo simile agli umani ● Lo farà anche meglio degli umani



L'IA ha dimostrato di poter affrontare una grande varietà di compiti più velocemente e in modo più conveniente rispetto agli umani e i professionisti della CX stanno prendendo atto di tutto ciò e allo stesso tempo riconoscono che c'è ancora spazio per la crescita. Man mano che l'IA continua ad evolversi, è pronta ad eguagliare o addirittura

superare le capacità umane nella raccolta di dati da varie fonti, distillando e spiegando informazioni estese e offrendo conclusioni intuitive e prioritarie che i professionisti possono trasformare in un impulso utile.

Ci sono ancora preoccupazioni persistenti.

Ecco cosa preoccupa di più i professionisti della CX



Nonostante i tanti vantaggi dell'IA, i professionisti della CX la stanno affrontando con gli occhi ben aperti. In particolar modo, questi sono le preoccupazioni principali:

1

Precisione: Immagina di automatizzare le interazioni con i clienti e poi scoprire che l'IA lo sta facendo male. Spaventoso, vero? Se l'IA non riesce a ottenere dettagli corretti, rischia di frustrare i clienti e di danneggiare la loro fiducia.

2

Perdita di lavoro: L'IA ha dimostrato di poter affrontare una grande gamma di compiti, ma ciò ha un lato negativo. I professionisti della CX stanno lottando per trovare un equilibrio tra i progressi tecnologici e la tutela dei lavoratori. Un sorprendente 43% di dirigenti senior è preoccupato delle implicazioni dell'IA nella propria azienda, soprattutto riguardo alla perdita dei posti di lavoro.

3

Protezione dei dati: Il potere dell'IA di esaminare montagne di dati preoccupa i professionisti in termini di sicurezza. In un mondo dove le violazioni dei dati sono ancora troppo comuni, affidare all'IA i dati sensibili dei clienti è un'impresa ardua. Proteggere la privacy è una delle principali preoccupazioni delle aziende che usano strumenti basati sull'IA.

4

Bias ed etica: La capacità dell'IA di fornire insight è impressionante, ma è realmente imparziale? Le considerazioni etiche sono fondamentali quando le decisioni dell'IA hanno un impatto sui clienti reali e i professionisti stanno cercando di capire come implementare in modo responsabile l'IA.



Personalizza risposta



L'IA porterà un futuro brillante per i clienti.

L'86% crede che l'IA cambierà ciò che la sua azienda è in grado di ottenere, dal punto di vista della Customer Experience.

Gli esperti dell'esperienza sono pieni di ottimismo nei confronti delle potenzialità dell'IA. Ottimizzando la raccolta e l'analisi dei dati, le soluzioni di IA possono svelare modelli nascosti velocemente e in modo accurato, guidando le aziende su come servire al meglio i clienti in base ai dati e non alle supposizioni.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820);
Per ognuna delle seguenti affermazioni, seleziona l'opzione che rappresenta di più il tuo livello di accordo.

86%

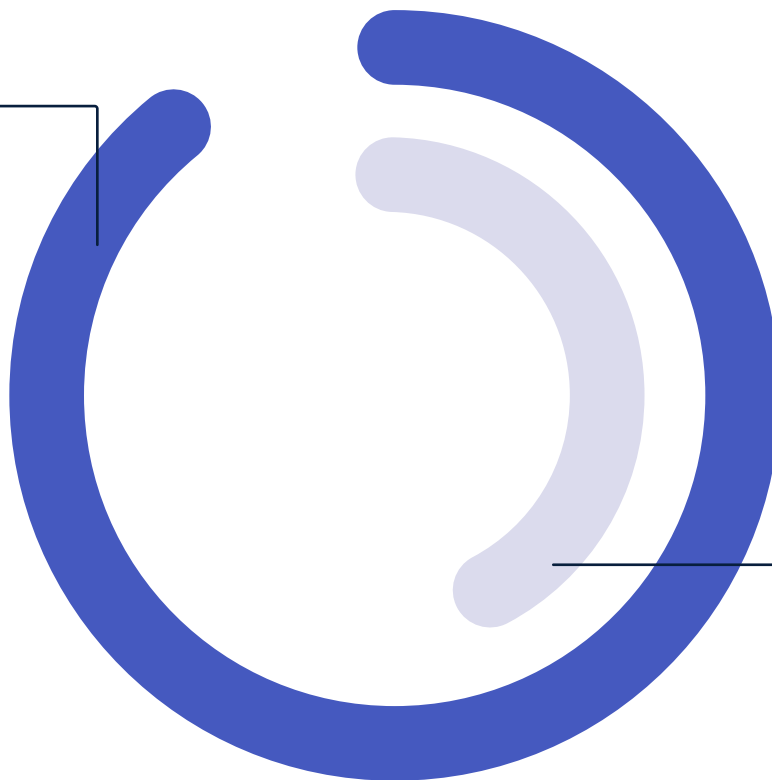
03

**Dove si trova
la GenIA?**

I professionisti della CX stanno sperimentando con la GenIA

|| **90%**

dei professionisti della CX ha usato strumenti di GenIA come ChatGPT almeno una volta in un contesto professionale



|| **42%**

afferma di usare spesso uno strumento di GenIA come ChatGPT per lavoro

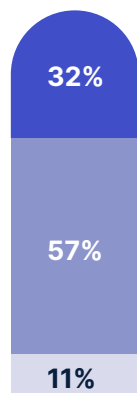
La GenIA ha influito in modo positivo sui professionisti della CX, ma c'è spazio per migliorare.

% selezionata

■ Impatto molto positivo

■ Impatto positivo

■ Impatto minimo o negativo



L'89% indica che l'impatto è stato positivo

Tra coloro che non la usano spesso (per ora), l'82% si aspetta che l'impatto potrebbe essere positivo se iniziassero a utilizzarla

L'impatto della GenIA secondo i professionisti della CX che la stanno usando spesso in questo momento

La maggior parte dei professionisti della CX afferma che l'IA ha avuto un impatto positivo sulle sue prestazioni lavorative. In ogni caso, solo un sottogruppo lo definisce come "molto" positivo, indicando opportunità significative di aumento della produttività e dei benefici.

Nel piccolo sottogruppo che ha affermato che l'impatto dell'IA è stato inferiore alle aspettative, i principali motivi citati sono stati la confusione o il rifiuto dei dipendenti (32%), orizzonti temporali brevi che non hanno permesso di vedere i benefici (32%) e guadagni minimi che non stanno offrendo ancora cambiamenti veri e propri (29%). Altri fattori come implementazioni limitate, dati non idonei e preoccupazioni sulla privacy dei dati, sulla sicurezza e su questioni legali (tutti al 23%), inoltre, stanno impedendo alle aziende di usare il pieno potenziale dell'IA. In sintesi, è un mix di tempo, sicurezza e acquisizione dei dati.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "Come descriveresti l'impatto che ha avuto sulla tua capacità di lavorare? Seleziona la scelta che ritieni più appropriata.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "A cosa attribuisci l'impatto dell'IA che finora è stato al di sotto delle aspettative per la tua azienda? Seleziona tutte le scelte che ritieni più appropriate." *Campione ridotto: sottogruppo che afferma che l'impatto attuale è stato al di sotto delle aspettative (n = 31), 4% del campione totale.

04

**Come si stanno
adattando le
aziende?**

La maggior parte dei professionisti della CX riconosce l'importanza degli investimenti.

L'**84%** dei professionisti crede che investire nell'IA sia importante per la propria azienda. Le aziende in rapida crescita, infatti, sono quelle che investono di più. Man mano che le tecnologie di IA avanzano, le aziende devono incrementare i loro investimenti per evitare di rimanere indietro.

In più, la percentuale di aziende che investe molto nell'IA aumenterà del **44%** nei prossimi 12 mesi rispetto ai 12 mesi precedenti.

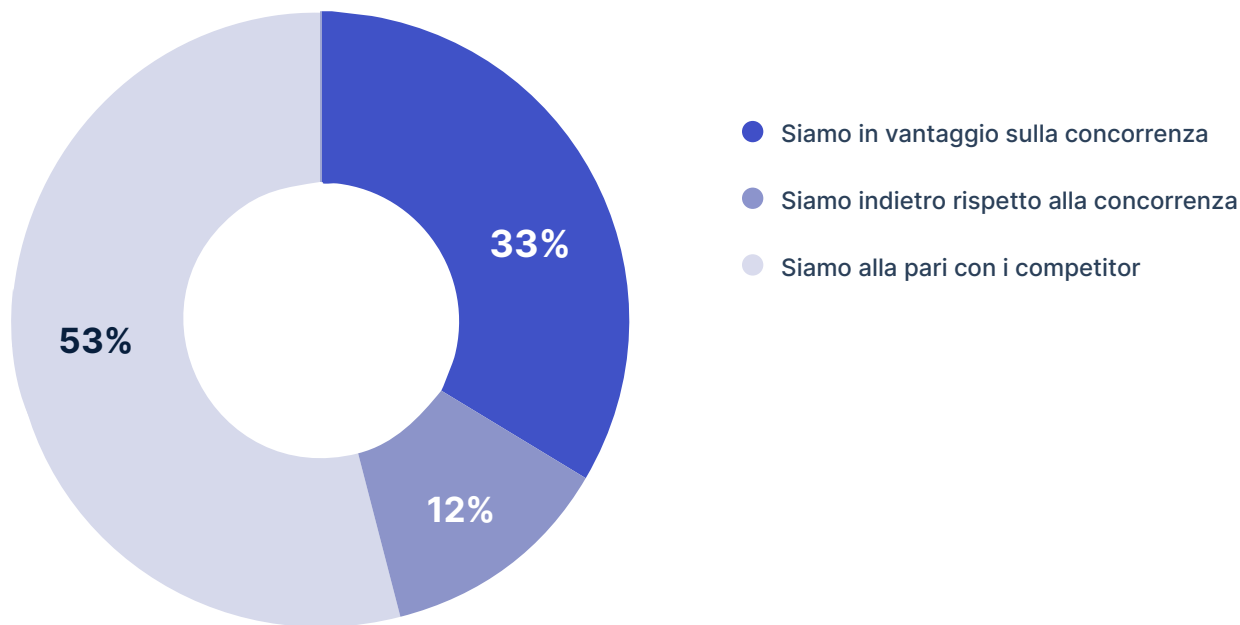
% che afferma che gli investimenti in IA saranno “molto alti” nei prossimi 12 mesi



Aziende, in base al tasso di crescita del fatturato degli ultimi 12 mesi

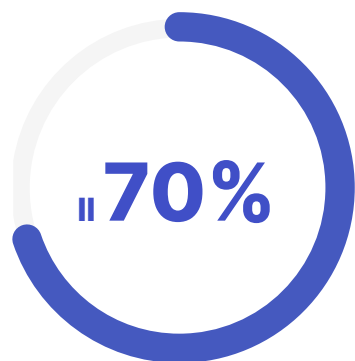
Nella corsa all'IA, i professionisti della CX hanno fiducia nei loro progressi.

Implementazione dell'IA: progressi vs competitor, % selezionata:

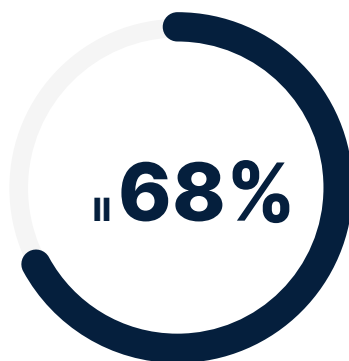


I ruoli incentrati sull'IA sono la nuova norma.

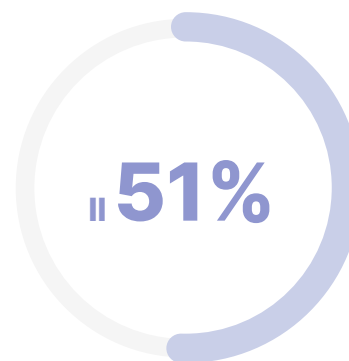
% di professionisti della CX che afferma che quanto segue si applica alla propria azienda:



delle aziende ha uno o più ruoli dedicati esclusivamente alla GenAI



delle aziende sta assumendo più persone per occuparsi dell'IA

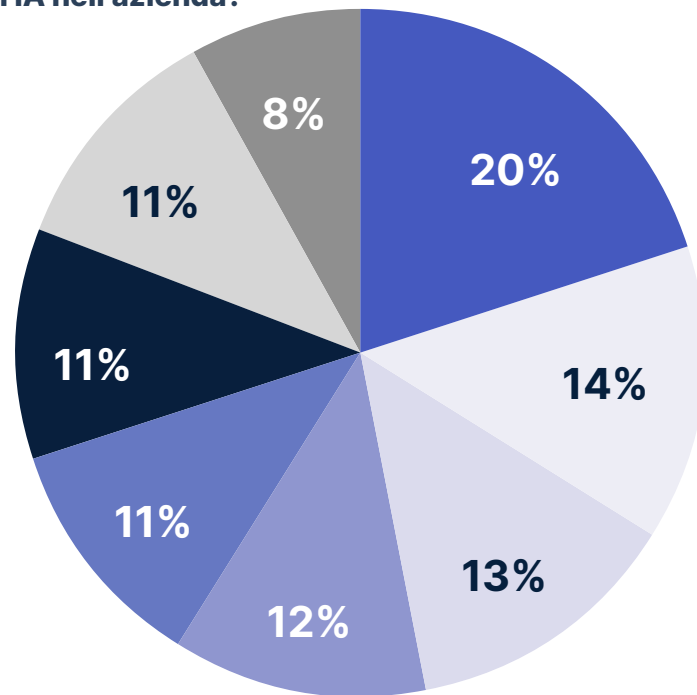
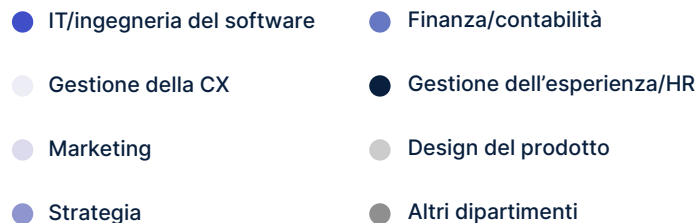


delle aziende ha nominato qualcuno per una posizione esecutiva incentrata sull'IA

I professionisti della CX e i team di IT sono in prima linea nell'elaborazione delle strategie di IA

Quali dipartimenti stanno promuovendo le strategie di IA nell'azienda?

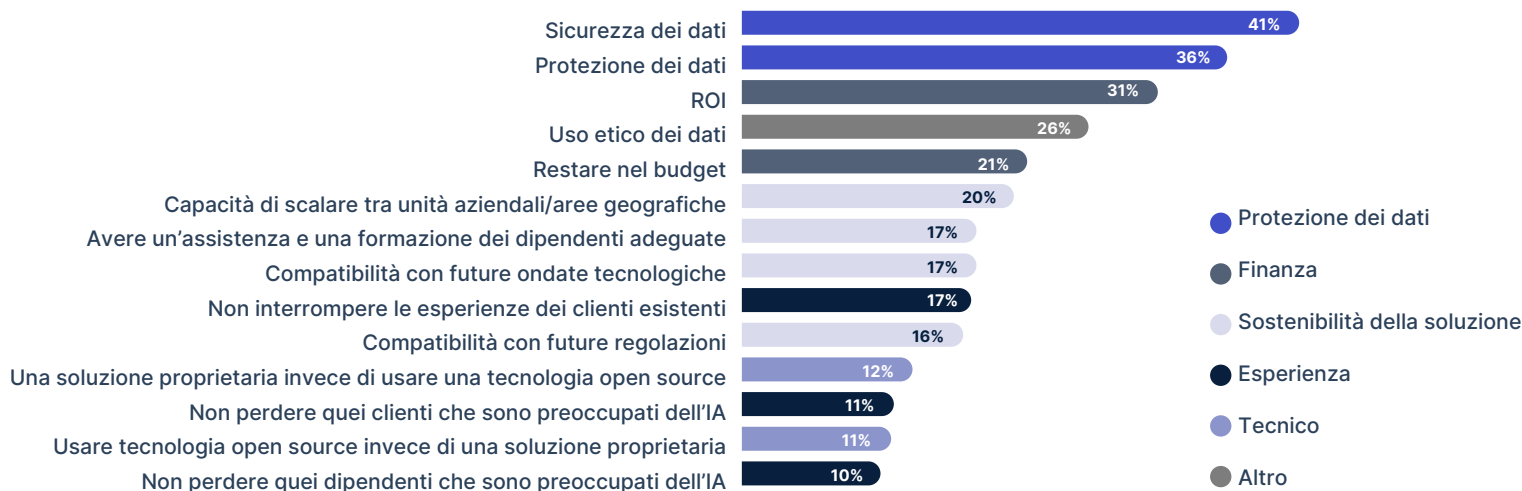
Stime di responsabilità totale dei professionisti della CX



Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "Hai indicato che la tua azienda ha un piano chiaro per l'uso dell'IA. Secondo te, quale percentuale di responsabilità nello sviluppo di strategie di IA è in mano a ciascuno dei seguenti dipartimenti/team? Tra i sottogruppi che affermano che l'azienda ha un piano per l'IA.

Sicurezza dei dati, protezione dei dati e ROI sono fra i fattori principali nella scelta della soluzione di IA

Fattori determinanti nello sviluppo/scelta delle soluzioni di IA



I professionisti della CX stanno dando priorità alla sicurezza e alla protezione dei dati quando scelgono o sviluppano uno strumento di IA, mentre il ROI li segue da vicino. Introdurre l'IA nei programmi dell'esperienza richiede un'esecuzione accurata. È fondamentale comprendere dove fluiscono i dati e come vengono utilizzati, mentre

è indispensabile prendere in considerazione fattori come la protezione dei dati, i rischi del modello e le questioni etiche. Scegliere fornitori che danno importanza alla sicurezza, alla compliance e alla trasparenza può ridurre significativamente i rischi e aiutare ad evitare eventuali sfide future.

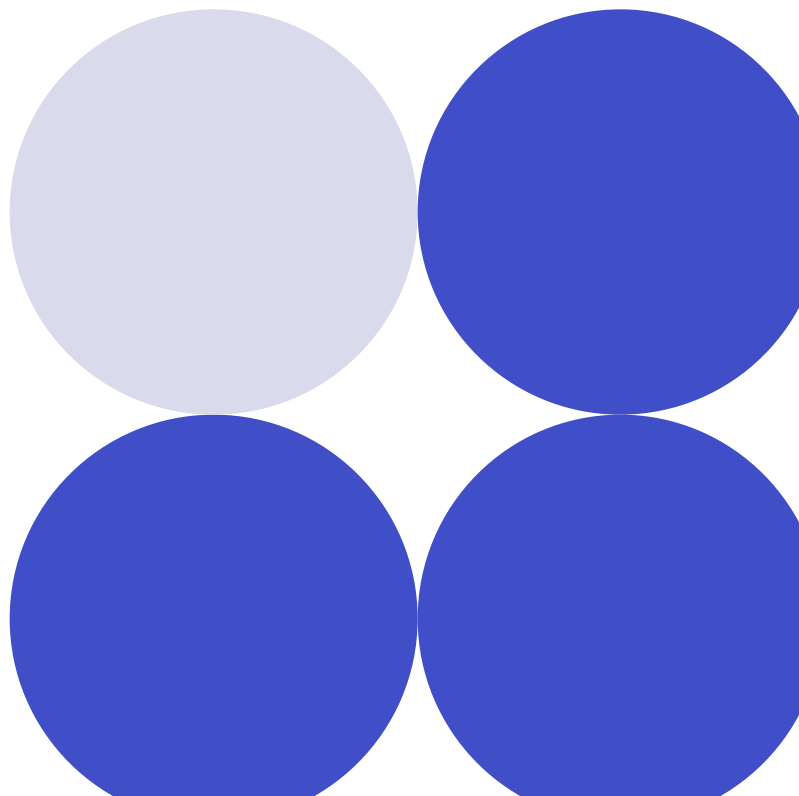
05

**Come si
presenta il
futuro?**

3 professionisti della CX su 4 credono che le loro aziende abbiano una strategia di IA definita

Il **75%** crede che la sua azienda abbia un piano chiaro degli usi e dei benefici dell'IA a livello aziendale.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "Per ognuna delle seguenti affermazioni, seleziona la scelta che meglio rappresenta il tuo livello di accordo."



L'analisi dei dati è il caso d'uso numero 1 per le aziende

Caso d'uso dell'IA più importante, % che cita:



Un professionista di CX su cinque cita “migliorare la qualità dell’analisi dei dati” come caso d’uso principale dell’IA dell’azienda, due volte più comune di qualsiasi altro obiettivo. Identificando i temi all’interno dei dati, i team di CX possono passare dagli insight all’azione velocemente e con sicurezza.

L’analisi delle cause profonde, per esempio, può rivelare perché i clienti si sentono in un certo modo e perché gli indicatori come sentiment e punteggi d’impatto sono cambiati. Con queste informazioni, puoi apportare modifiche che migliorano genuinamente le esperienze dei clienti.

L'impatto viene misurato in base alla velocità con cui l'IA fornisce insight e promuove le azioni.

Come le aziende stanno misurando l'impatto dell'IA

I 7 principali su 13 scelte proposte

1 % tempo risparmiato (46%)

2 Miglioramento della velocità (42%)

3 Riduzione dei costi (38%)

4 Crescita delle entrate (37%)

5 % riduzione degli errori (37%)

6 Feedback dei clienti sulle esperienze relative all'IA (34%)

7 Feedback dei dipendenti sulle esperienze relative all'IA (33%)

I professionisti della CX stanno dando priorità alle misurazioni come il tempo risparmiato e la velocità dei miglioramenti, perché queste metriche sono direttamente correlate alla loro capacità di creare un ciclo continuo di miglioramento all'interno dell'azienda. Riducendo il tempo e gli sforzi necessari per l'analisi e la raccolta dei dati, l'IA permette ai team di rispondere più rapidamente alle necessità dei clienti e di accelerare i miglioramenti dell'esperienza.

Il risultato? Una migliore fidelizzazione e capacità di soddisfare la promessa del brand con sicurezza.

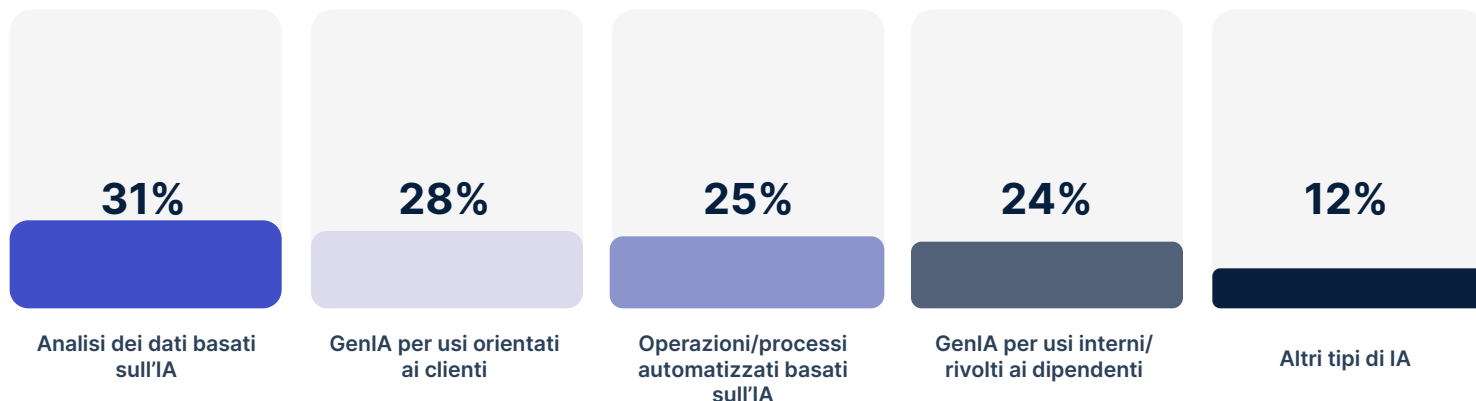
In più, il feedback dei clienti e dei dipendenti sono tra i motivi principali per cui le aziende stanno misurando l'impatto dell'IA. Senza una raccolta appropriata del feedback, infatti, rischi di trascurare il pieno potenziale delle tue iniziative basate sull'IA.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "In che modo la tua azienda misura già l'impatto dell'IA" Tra i sottogruppi che affermano di star misurando già questo impatto.

C'è molto spazio per la crescita e per i miglioramenti.

Proporzione di professionisti della CX che afferma che le capacità attuali della loro azienda sono "avanzate"

Percentuale per tipo di IA:



Nonostante i diversi segnali incoraggianti, la maggior parte dei professionisti dell'IA riconosce che c'è ancora molto spazio di miglioramento nelle proprie capacità relative all'IA. Attualmente, meno di un terzo dei brand definisce la propria analisi dei dati basata sull'IA come "avanzata".

Scegliere i fornitori adatti è fondamentale per assicurare che le capacità di IA della tua azienda non solo siano sostenibili ma anche scalabili visto che la tecnologia continua ad evolversi.

Le aziende stanno esplorando nuovi casi d'uso.

Casi d'uso di IA già in fase di esplorazione Posizione Posizione Casi d'uso in esplorazione quest'anno



Man mano che le aziende iniziano a comprendere il valore dell'IA nell'accelerazione dell'analisi dei dati e nel miglioramento della qualità, stanno dirigendo la loro attenzione verso come queste tecnologie possono arricchire le interazioni orientate ai clienti nel futuro. I professionisti della CX si stanno concentrando sul potenziale della

GenIA per migliorare la Customer Experience nel suo complesso. In base alle nostre survey, molte aziende vogliono implementare queste iniziative quest'anno cercando attivamente gli strumenti che possono simulare o prevedere i risultati e i comportamenti dei clienti.

Dalla survey di Medallia Market Research sull'IA per professionisti della CX, agosto 2024 (n = 820); "Quali sono i principali casi d'uso dell'IA che la tua azienda ha già iniziato a perseguire? Seleziona tutte le risposte applicabili" / "Di quelli ancora non perseguiti, quali sono quelli che la tua azienda inizierà a perseguire nei prossimi dodici mesi? Seleziona tutte le risposte applicabili". Classifica per % selezionata

Conclusioni

C'è molto da imparare dall'esperienza di altri professionisti della CX quando si tratta di scegliere, implementare e usare la tecnologia dell'IA. Nonostante le preoccupazioni sulle imprecisioni e sulla perdita di posti di lavoro restino, il sentiment complessivo è ottimista nei confronti del ruolo attuale e del potenziale futuro dell'IA. I professionisti della CX si sentono più forti e rivendicano un ruolo chiave per guidare l'implementazione dell'IA all'interno delle aziende. In ogni caso, mentre cresce l'entusiasmo per l'IA, le preoccupazioni relative alla protezione dei dati e alla sicurezza continuano ad essere significative. I professionisti comprendono l'importanza di salvaguardare le informazioni sensibili dei clienti, fidandosi allo stesso tempo dell'accuratezza dei risultati: per questo, è fondamentale scegliere attentamente il fornitore.

In Medallia, abbiamo visto che l'IA fa magie per i brand leader, migliorando le metriche principali come l'NPS e il First Contact Resolution (FCR) e potenziando la produttività e le entrate. Attualmente, con l'arrivo della GenIA, questi benefici stanno aumentando. Il nostro obiettivo è integrare l'IA nella tua strategia di CX in modo tale che funzioni per la tua azienda, rendendo più facile cogliere le opportunità.

Per saperne di più, dai un'occhiata al nostro e-book per scoprire come l'IA sta trasformando la CX.



5 modi reali in cui l'IA sta trasformando la Customer Experience

[!\[\]\(5a132f13505a6571904d622757b7a8f0_img.jpg\) Scarica la guida](#)

Metodologia

Medallia Market Research ha raccolto le risposte di 820 professionisti i cui ruoli influiscono sull'esperienza dei clienti o dei potenziali clienti della loro azienda (professionisti della CX). La dimensione del campione include un 62% di esperti provenienti dagli USA, il 22% dal Regno Unito, il 9% dall'Australia o dalla Nuova Zelanda e il 7% dal Canada. I partecipanti provengono da aziende di dimensioni comprese tra 500 e 100,000 dipendenti o più. Le aziende hanno un fatturato annuo di 250 milioni di dollari fino a oltre 25 milioni di dollari.

Gli intervistati si sono descritti come VP o superiore (27%), Senior Director, o Director (38%) o Senior Manager/Manager (35%).

La survey è stata realizzata tra l'8 e il 22 agosto 2024.

Informazioni su Medallia

Medallia è un'azienda pioniera e leader di mercato nell'esperienza del cliente, del dipendente, del cittadino e del paziente. Medallia Experience Cloud raccoglie miliardi di segnali di esperienza attraverso le interazioni, inclusi voce, video, digitali, IoT, social media e strumenti di messaggistica aziendale. Medallia utilizza una tecnologia esclusiva di intelligenza artificiale e di machine learning per rivelare automaticamente insight predittivi che guidano azioni e risultati aziendali efficaci. Per saperne di più visita www.medallia.com/it