

Cos'è la customer care nello specifico?

La **customer care** è l'insieme di tutte le attività e servizi che mette in pratica un'azienda volte all'intera **assistenza** dei propri clienti e alla risoluzione di possibili problemi, **soddisfacendo** richieste, bisogni e necessità durante il loro percorso, che parte dal primo momento, durante e dopo la procedura di acquisto di un prodotto o servizio offerto dall'azienda.

Dove c'è un business di successo c'è un **customer care** ben eseguito, quello fondamentale per poter migliorare e aumentare la **brand awareness** e **brand reputation** della tua azienda.

Fondamentale è anche creare **engagement** per coloro che si rivolgono all'azienda in cerca di informazioni e soddisfazione di bisogni e necessità, per questo motivo e per la consapevolezza del valore di ciò, ognuna delle aziende cercherà di studiare e mettere in atto un **customer care** che permetta la piena soddisfazione di ognuno dei propri clienti, assistendoli sempre durante il loro percorso, composto da tre fasi.

Indice dei contenuti

- [Cos'è la customer care nello specifico?](#)
- [Le tre fasi della customer care](#)
- [Customer care e customer service differenze](#)
- [Come la customer care migliora la customer experience](#)
- [Perché il customer care è importante per il tuo business](#)

Le tre fasi della customer care



Tre fasi della customer care

Pre acquisto: Il cliente si trova spaesato e alla ricerca di informazioni riguardo la tua azienda, i servizi e prodotti che offrite. Per questo motivo ogni richiesta, importante o minima che sia, va sempre presa con grande **considerazione**.

Acquisto: È la fase in cui quello che era un utente, dopo avervi contattato, diventa un cliente effettivo, la fase in cui vengono costruite le basi di **fiducia reciproche**, quelle che serviranno a garantirgli la soddisfazione di acquistare e poter riacquistare prodotti e servizi offerti dalla vostra azienda.

Post acquisto: La fase che rischia di essere più sottovaluta, ciò che è più opportuno fare è indagare sul livello di soddisfazione dei vostri clienti e valutarne la **costanza**, in modo da poter migliorare le prestazioni della vostra azienda e il loro appagamento.

Customer care e customer service differenze

La **customer care** si occupa di indagare, intuire, ascoltare, comprendere, rispondere e soddisfare le richieste di informazioni e bisogni dei clienti, più la risoluzione diretta di possibili problemi riscontrati, e quindi costantemente assistendo e avendo una cura completa dei propri clienti.

Il **customer service** fornisce un servizio più passivo. In quest'ultimo caso, è il servizio clienti che viene contattato dai clienti stessi, occupandosi prevalentemente di soddisfare le loro richieste smosse da dubbi, perplessità e insoddisfazione data dall'interazione dei prodotti e servizi offerti dall'azienda.

Ciò che conta è che il cliente spenda meno energia possibile, il **customer care** lavora in maniera proattiva, assistendo da inizio a capo i propri clienti, scovando e analizzando i loro bisogni, fornendo ciò che serve comprendendo i loro dubbi o problemi riscontrati durante il loro percorso, traendone soluzioni efficaci per una risoluzione dei problemi immediata.

Come la customer care migliora la customer experience



Fasi customer care volte a potenziare la customer experience

Customer care e **customer service** determinano quello che un'azienda e un brand possono fornire ai propri clienti, la **customer experience** è definibile come la somma di tutte le interazioni dei tuoi clienti con il tuo brand.

Andando un pochino più in profondità lo si riferisce alle emozioni e sensazioni che l'utente prova durante il suo **customer journey** composto dai **touchpoint** tra azienda e cliente stesso, dal momento in cui scopre tramite una pubblicità la vostra azienda al momento vero e proprio dell'acquisto.

La **customer care** contribuisce a rendere una buona **customer experience** accompagnando e prendendosi cura dei tuoi clienti durante il loro percorso, come riportato a inizio articolo composto da tutto ciò che il tuo cliente prova durante il suo processo di **pre acquisto, acquisto e post acquisto**.

Grazie a una buona **customer care** improntata alla cura dei tuoi clienti, non solo sarà più facile migliorare la vendita dei tuoi prodotti e servizi ma anche creare una vera e propria immedesimazione nei tuoi clienti, sarà più efficace poter mettere al centro di una strategia aziendale i loro bisogni, esigenze, interessi e necessità, solo così potranno avere la migliore **customer experience** e imprimersi nella testa la visione più positiva della tua azienda, quella che li ricondurrà sempre dai prodotti e servizi offerti da essa.

Perchè il customer care è importante per il tuo business

1. Essenziale per una buona mappatura del **customer journey**.
2. Dà un contatto diretto umano ai clienti che vogliono acquistare per la prima volta online, iniziando a creare da subito un **rapporto di fiducia**.

3. **Soddisfa** i tuoi clienti in modo tale da **fidelizzarli**.
4. Crea una **forte relazione** e legame con i tuoi clienti.
5. Coltiva e mantiene saldi i rapporti con i clienti già fidelizzati, permettendo di svolgere attività di **up selling** promuovendo ulteriori prodotti o prodotti in promozione, e **cross selling** promuovendo prodotti complementari a quelli già acquistati.
6. La soddisfazione dei tuoi clienti sarà la stessa del tuo team, creandosi così un clima di lavoro eccellente.
7. Aumento di **lead generation** tramite le live caring (assistenza via chat).
8. Se eseguita con un tono professionale e adeguato alla tua azienda, ne trarrà vantaggio con il miglioramento e l'aumento della **brand reputation**.

Se sei arrivato/a fino a questo punto di lettura probabilmente è stato per te un articolo interessante. Per continuare a soddisfare i tuoi interessi e curiosità [iscriviti a Everythingx](#) per accedere ai contenuti esclusivi!