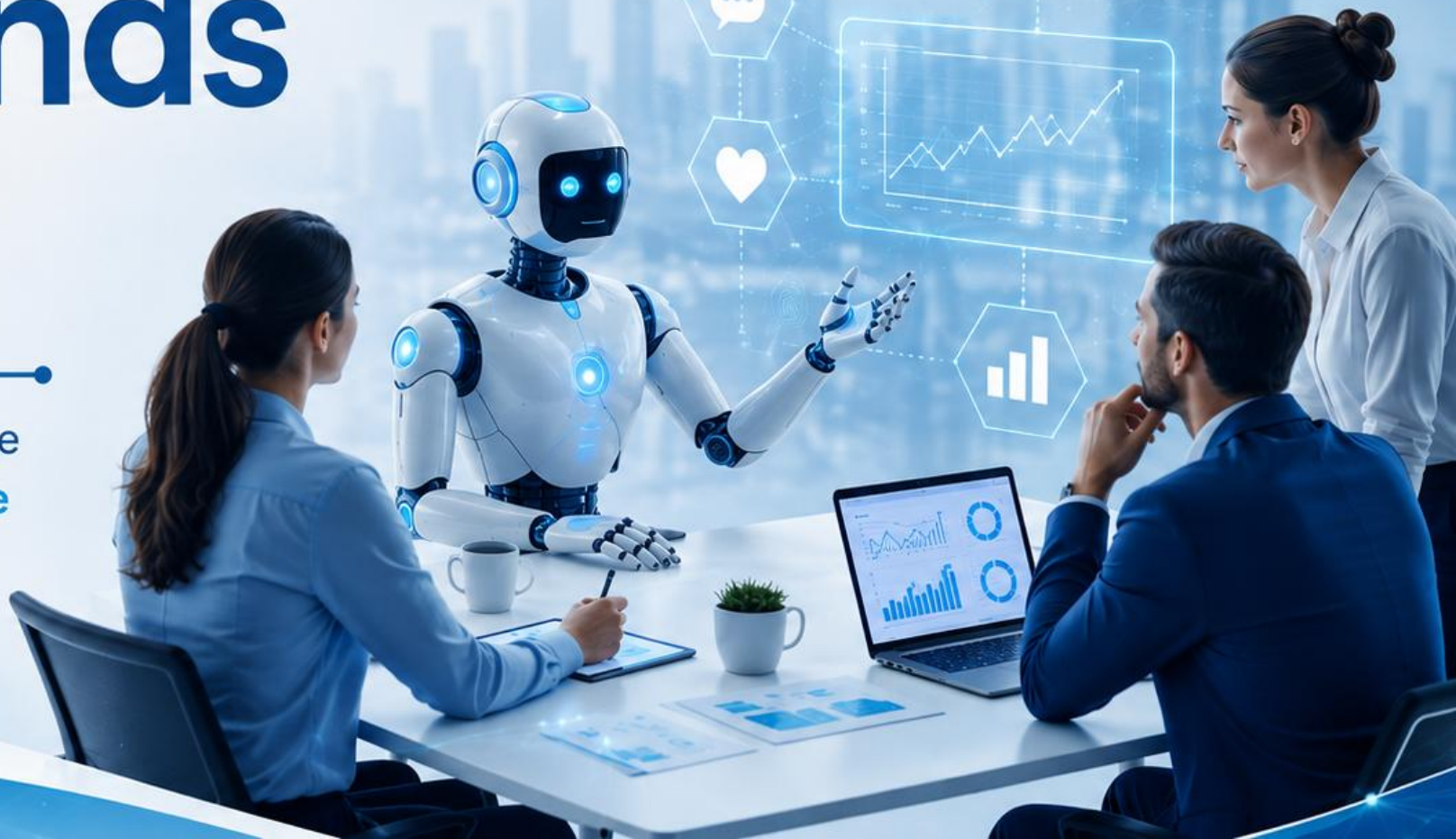


# CX Trends 2026

L'evoluzione della Customer Experience  
nell'era dell'AI agentica e multimodale



# Agenda dei contenuti

## Sintesi introduttiva e quadro interpretativo

### Capitolo 1 - Nuove frontiere dell'AI nella Customer Experience

1. Copiloti e agenti multimodali
2. Integrazione dell'AI nei processi core: dal ticketing al CRM, dall'e-commerce al billing
3. Casi d'uso ad alto ROI: reclami, resi e knowledge assist in produzione
4. GenAI per ROI Elevato
5. Proattività predittiva aziendale
6. Journey orchestration closed-loop: azioni automatiche e correzioni in tempo reale

### Capitolo 2 - Misurazione evoluta e Intelligenza Conversazionale

7. CX 6.0: dai sondaggi alle metriche integrate di outcome, comportamento e segnali emozionali
8. Voce e real-time conversation intelligence per insight immediati sul sentiment cliente
9. Collegamento tra metriche di soddisfazione e KPI di business come retention e CLV

### Capitolo 3 - Personalizzazione, feedback e design dell'esperienza

10. Personalizzazione, feedback e design dell'esperienza
11. Feedback senza frizione
12. Brand Promise verificabile
13. Design Ops per la CX scalabile

### Capitolo 4 - Governance, dati e sostenibilità

14. Data foundation, compliance AI Act e metriche economiche per misurare il ROI
15. CX Compliance e AI Act

### Capitolo 5 - Cultura, competenze e trasformazione organizzativa

16. Change management e upskilling del front-line per l'era AI
17. Costruzione di una cultura data-driven per la CX
18. Ruolo del design strategico e del customer journey design nella trasformazione digitale

### Capitolo 6 - Dal trend all'azione: chi lo sta già facendo - Case Study

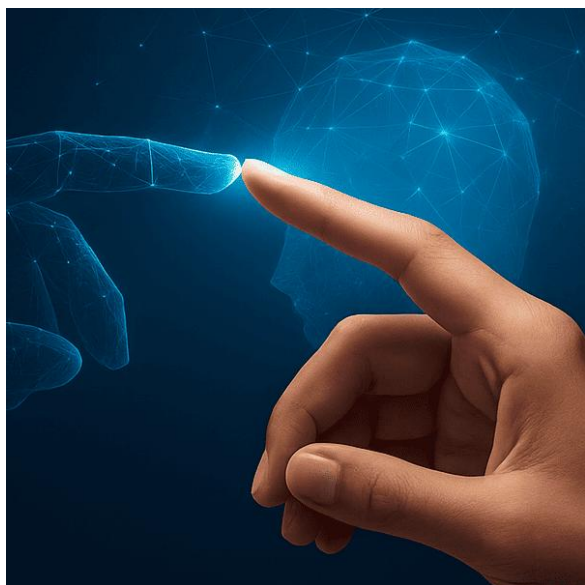
19. Dal presente che evolve al futuro che si consolida
20. Copiloti e agenti multimodali
21. Integrazione dell'AI nei processi core: dal ticketing al CRM, dall'e-commerce al billing
22. Casi d'uso ad alto ROI: reclami, resi e knowledge assist in produzione
23. GenAI per ROI Elevato
24. Proattività predittiva aziendale
25. Journey orchestration closed-loop: azioni automatiche e correzioni in tempo reale
26. CX 6.0: dai sondaggi alle metriche integrate di outcome, comportamento e segnali emozionali
27. Voce e real-time conversation intelligence per insight immediati sul sentiment cliente

28. Collegamento tra metriche di soddisfazione e KPI di business come retention e CLV
29. Personalizzazione, feedback e design dell'esperienza
30. Feedback senza frizione
31. Brand Promise verificabile
32. Design Ops per la CX scalabile
33. Data foundation, compliance AI Act e metriche economiche per misurare il ROI
34. CX Compliance e AI Act
35. Change management e upskilling del front-line per l'era AI
36. Costruzione di una cultura data-driven per la CX
37. Ruolo del design strategico e del customer journey design nella trasformazione digitale

## Conclusioni



# Sintesi introduttiva e quadro interpretativo



**La Customer Experience del 2026** entrerà in una nuova fase evolutiva, segnata dall'affermazione dell'**Intelligenza Artificiale agantica e multimodale** come leva strategica di trasformazione.

In questo scenario, **i confini tra marketing, operations e tecnologia si attenueranno fino a dissolversi**, dando vita a un ecosistema ibrido in cui il valore non risiederà più soltanto nel dato o nell'automazione, ma nella capacità di **orchestrare interazioni intelligenti e significative** tra persone, piattaforme e processi.

L'obiettivo non sarà più "avere l'AI", ma **industrializzarla**: integrarla in modo trasparente, misurabile e coerente con la governance aziendale e con i principi etici imposti dall'AI Act europeo.

Le organizzazioni che sapranno farlo con visione sistemica uniranno **intelligenza artificiale, creatività umana e sostenibilità** in un modello di esperienza realmente predittivo, empatico e responsabile.

**Il 2026 segnerà così il passaggio:**

- dalla **Customer Experience reattiva** alla **Experience predittiva e adattiva**;
- dal **dato osservato** al **dato agito**;
- dal **journey progettato** al **journey auto-apprendente**.

**Questo documento raccoglie i principali trend** che caratterizzeranno questa transizione, individuando le **sei direttrici evolutive** che ne definiscono la traiettoria:

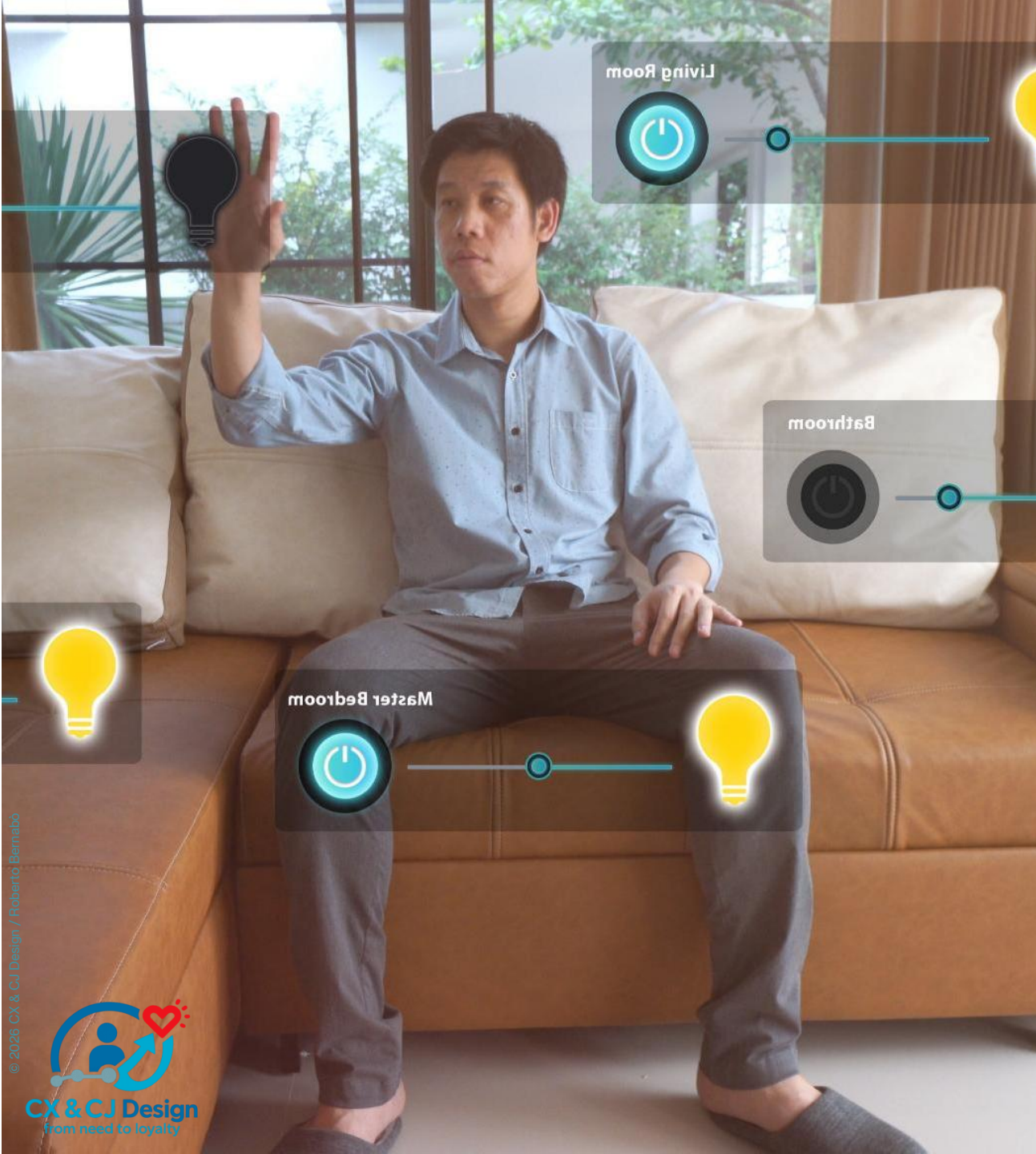
- L'espansione dei copiloti digitali e degli agenti multimodali;
- La misurazione avanzata e l'intelligenza conversazionale;
- La personalizzazione etica e il feedback implicito;
- La governance dei dati e la sostenibilità della CX;
- La trasformazione culturale e organizzativa abilitata dalle competenze AI;
- I casi concreti di aziende che stanno già anticipando il futuro.

Questa **sintesi introduttiva** offre quindi la chiave di lettura del rapporto: la **Customer Experience come disciplina sistemica**, fondata sull'integrazione tra tecnologia, comportamento umano e valore economico sostenibile.

# CAPITOLO 1

## Nuove frontiere dell'AI nella Customer Experience





# Copiloti e agenti multimodali

## Evoluzione dagli assistenti virtuali

I copiloti digitali andranno oltre i tradizionali assistenti virtuali, offrendo una collaborazione più profonda con l'utente.

## Integrazione multimodale

Questi agenti integreranno input vocali, visivi e testuali per un supporto contestuale e personalizzato.

## Collaborazione aumentata

Faciliteranno una collaborazione avanzata tra utente e macchina migliorando l'efficienza e l'esperienza d'uso.

**Azione chiave:** *Si dovranno identificare 3 casi d'uso ad alto ROI e portarli in produzione.*

## Dai bot agli agenti intelligenti: evoluzione o rivoluzione?

Negli ultimi anni il termine “**bot**” è stato utilizzato in modo generico per descrivere **qualsiasi forma di interazione automatizzata tra cliente e azienda.**

Tuttavia, con l'avvento dell'AI agentica e multimodale, **la natura stessa di queste interfacce sta cambiando radicalmente.**

I nuovi agenti intelligenti **non si limitano a rispondere o eseguire istruzioni:** comprendono **contesto, tono, emozione e intenzione**, apprendono nel tempo e collaborano con l'essere umano nella co-creazione dell'esperienza.

Si tratta quindi non di una semplice evoluzione tecnologica, ma di una **trasformazione epistemologica:** dall'automazione della conversazione all'intelligenza relazionale, dove la tecnologia diventa partner cognitivo e non più sostituto operativo.

**La CX 6.0 non è un'estensione dei bot, ma la nascita di una nuova forma di interazione cooperativa tra umanità e intelligenza artificiale.**

# Integrazione dell'AI nei processi core: dal ticketing al CRM, dall'e-commerce al billing

## Ottimizzazione del ticketing

L'AI migliorerà il ticketing automatizzando la gestione delle richieste, ridurrà i tempi di risposta e aumenterà la soddisfazione del cliente.

## Gestione CRM avanzata

L'AI integrerà il CRM per analizzare i dati dei clienti, personalizzerà le interazioni e migliorerà la fidelizzazione attraverso risposte precise.

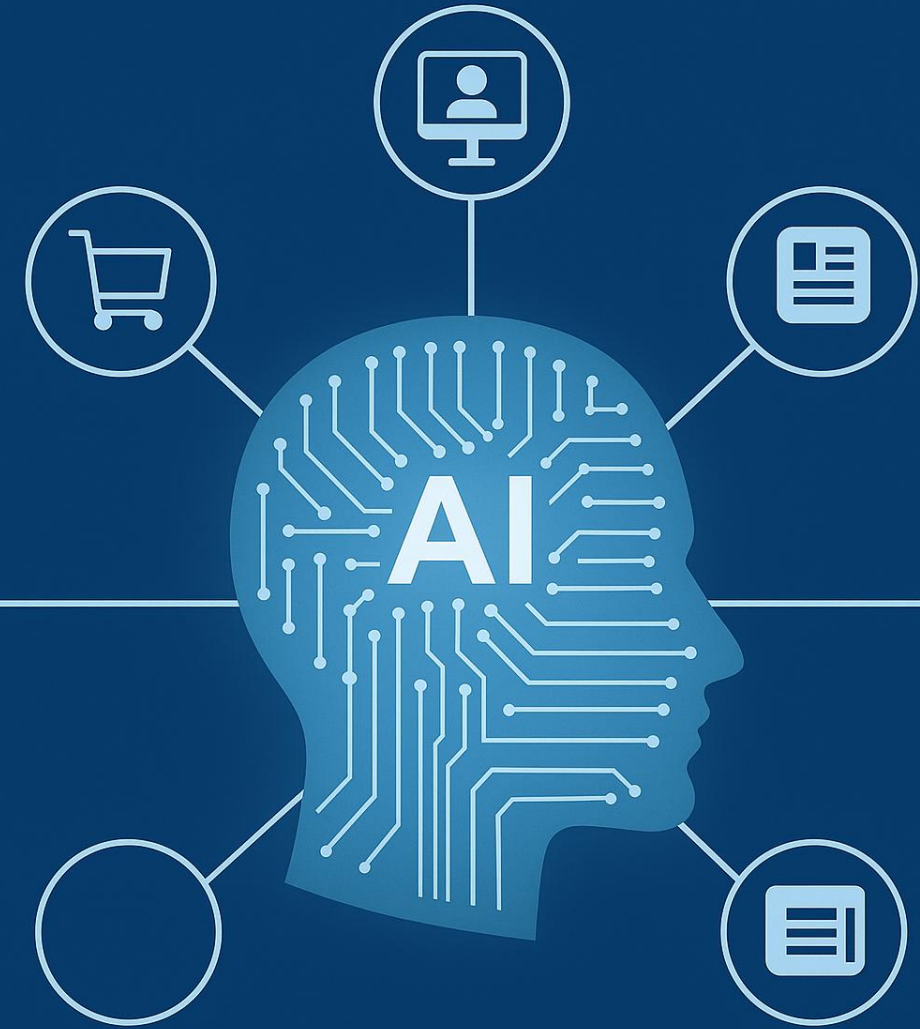
## E-commerce intelligente

L'AI ottimizzerà l'e-commerce automatizzando le raccomandazioni di prodotti e migliorerà l'esperienza di acquisto online.

## Automazione del billing

L'AI automatizzerà i processi di fatturazione, garantirà accuratezza e velocità nelle transazioni finanziarie.

**Azione chiave:** *Si dovranno mappare i processi core e identificare dove l'AI potrà generare efficienza misurabile, integrandola nei workflow esistenti senza aumentare la complessità operativa.*





# Casi d'uso ad alto ROI: reclami, resi e knowledge assist in produzione

## Gestione reclami efficiente

L'AI ottimizzerà la gestione dei reclami, riducendo i tempi di risposta e migliorando la soddisfazione del cliente.

## Automazione processi resi

L'automazione intelligente semplificherà la gestione dei resi, accelerando le operazioni e riducendo errori.

## Assistenza produzione intelligente

La Knowledge base AI supporterà la produzione con informazioni rapide, migliorando la produttività e la qualità.

**Azione chiave:** *Integra moduli di AI predittiva nei processi di reclamo, reso e assistenza per anticipare criticità, velocizzare la risoluzione e migliorare la qualità operativa complessiva.*

# GenAI per ROI Elevato

## Supporto agli agenti

La GenAI aiuterà gli operatori dei contact center fornendo suggerimenti e risposte contestuali, migliorando efficienza e soddisfazione del cliente.

## Automazione operativa

Automatizzando i processi ripetitivi, la GenAI ridurrà ulteriormente tempi e costi operativi, ottimizzando le risorse aziendali.

## Gestione della conoscenza

La GenAI organizzerà ancora meglio e renderà accessibili le informazioni aziendali, aiutando operatori e clienti a ottenere risposte precise in modo rapido.

## Self-service intelligente

Il self-service guidato dalla GenAI permetterà direttamente ai clienti di risolvere autonomamente problemi complessi, aumentando la soddisfazione e riducendo il carico sugli operatori.



| **Azione chiave:** / *Progetta l'AI intorno ai processi, non viceversa.*



# Proattività predittiva aziendale

## Prevenzione dei problemi aziendali

L'obiettivo non sarà reagire, ma prevenire.

La proattività predittiva permetterà alle aziende di prevenire problemi invece di reagire, riducendo reclami e disservizi.

## Valore tramite interventi anticipati

Modelli predittivi anticiperanno sempre più i possibili reclami, i disservizi e i nuovi bisogni dei clienti emergenti.

Intervenire prima dell'insorgere di criticità genererà valore, soddisfacendo bisogni emergenti dei clienti in modo tempestivo.

## Riduzione del churn dei clienti

Il valore nasce quando l'azienda "arriva prima" del problema.

L'uso di modelli predittivi identificherà sempre meglio e in maniera tempestiva i clienti a rischio di churn, migliorando la fidelizzazione e la soddisfazione.

**Azione chiave:** *Adotta modelli predittivi per identificare clienti a rischio churn.*



# Journey orchestration closed-loop: azioni automatiche e correzioni in tempo reale

## Chiusura del loop

La chiusura del loop consentirà d'integrare i dati raccolti per azioni automatiche immediate e correzioni efficaci.

## Azioni automatiche

Le azioni automatiche verranno attivate in tempo reale per migliorare l'esperienza cliente senza intervento manuale.

## Correzioni in tempo reale

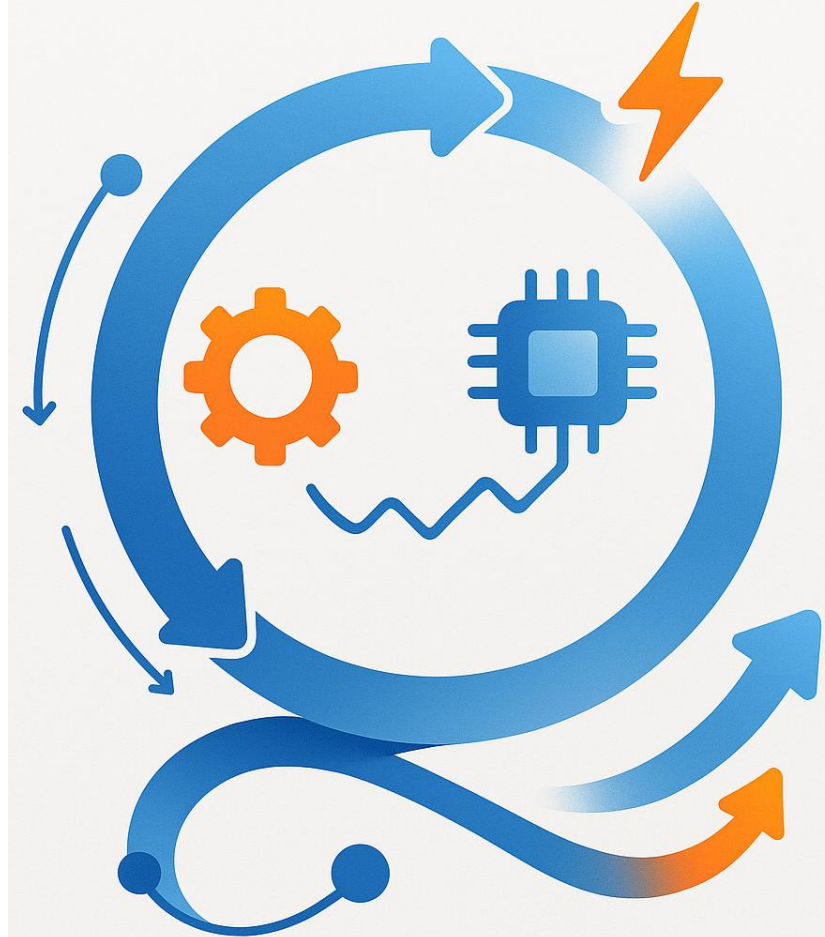
Le correzioni immediate assicureranno un'esperienza cliente ottimale e personalizzata secondo le esigenze contingenti.

## Dalla mappa statica al journey dinamico, orchestrato da trigger e regole predittive

Insight, azione e risultato si fonderanno in un ciclo chiuso di apprendimento continuo.

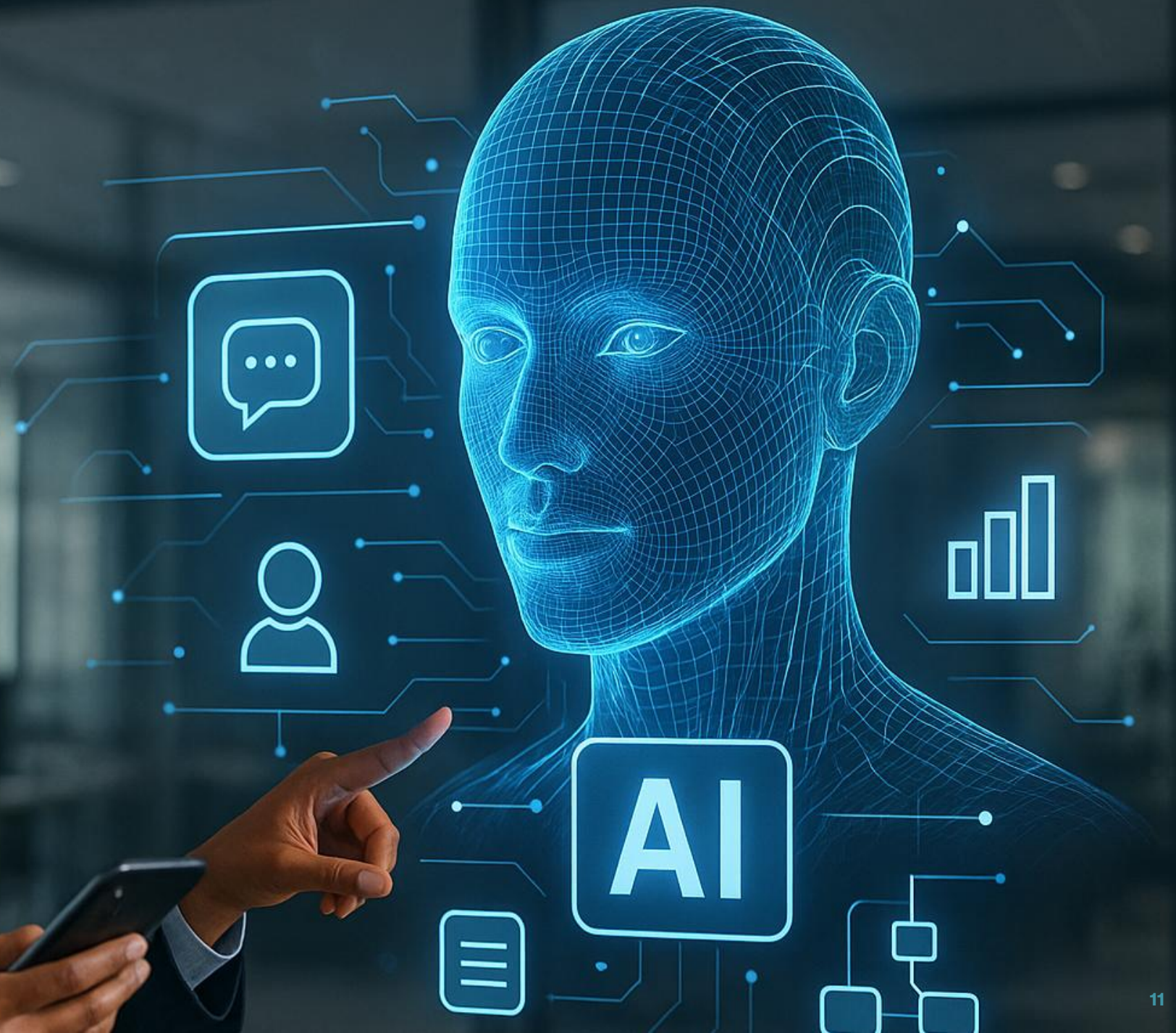
Ogni interazione alimenterà il modello successivo, creando un sistema adattivo.

**Azione chiave:** *Integra un motore di journey orchestration con analisi predittiva.*



## CAPITOLO 2

# Misurazione evoluta e Intelligenza Conversazionale



# CX 6.0: dai sondaggi alle metriche integrate di outcome, comportamento e segnali emozionali

## Superamento dei sondaggi tradizionali

**La CX 6.0:** la nuova generazione di esperienza cliente predittiva abilitata dai progressi dell'AI - andrà oltre i sondaggi tradizionali per ottenere dati più ricchi e dettagliati sull'esperienza cliente.

## Integrazione di dati comportamentali

Verranno combinati dati sul comportamento del cliente per comprenderne azioni e interazioni in tempo reale.

## Segnali emozionali e risultati di business

Includerà segnali emozionali e risultati di business per una valutazione completa e azioni mirate.

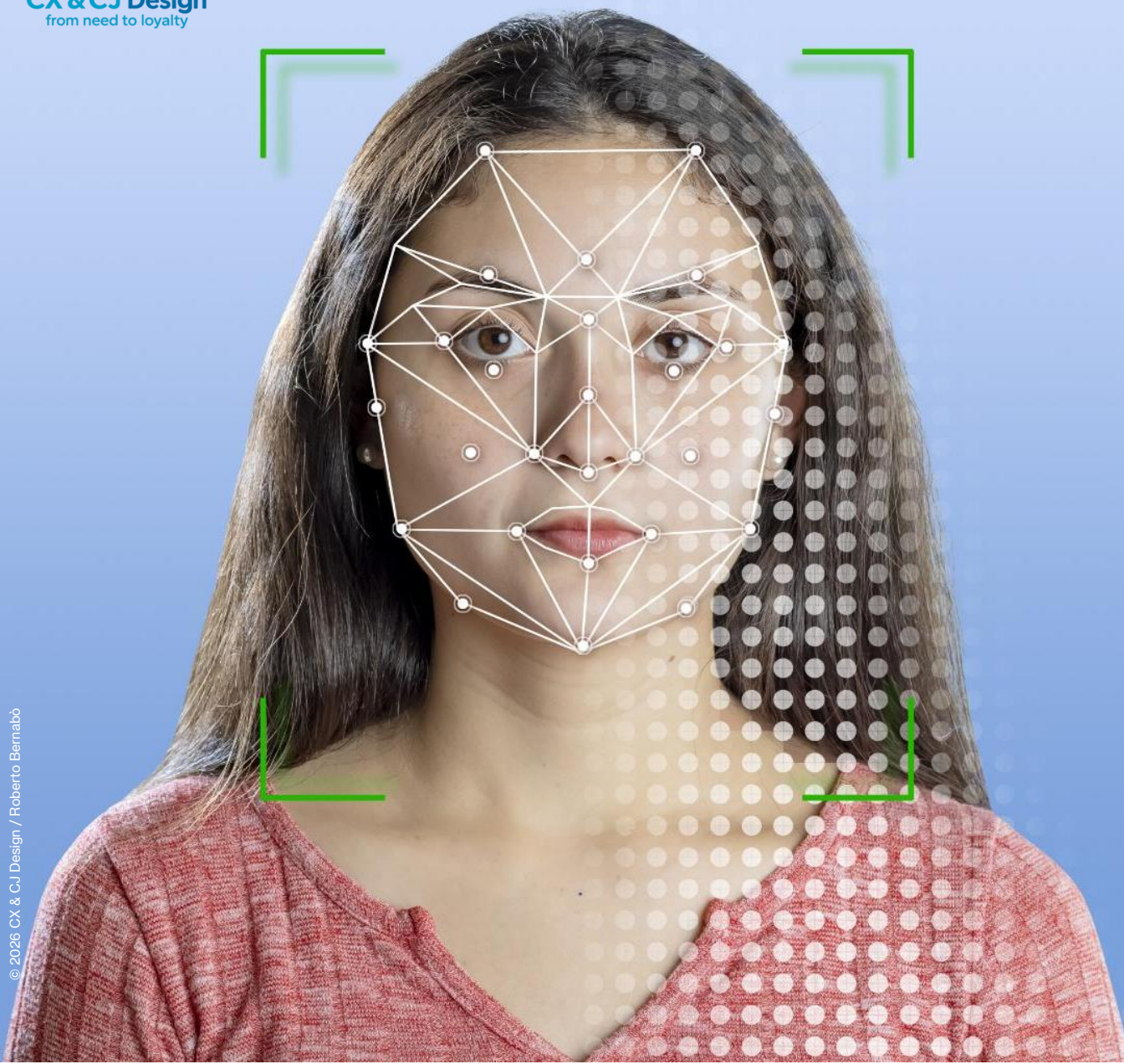
## KPI e responsabilità

Le metriche di opinione da sole non bastano. Serviranno sistemi integrati che uniranno outcome, comportamenti e segnali emozionali.

- La CX diventerà sempre più una scienza predittiva basata su dati di journey, KPI di business e metriche esperienziali.
- Ogni metrica dovrà sempre più essere collegata a un momento del percorso cliente ed a un responsabile operativo.

**Azione chiave:** *Collega ogni metrica CX a un KPI di business (retention, cost-to-serve, CLV).*





# Voce e real-time conversation intelligence per insight immediati sul sentiment cliente

## Analisi vocale in tempo reale

L'analisi delle conversazioni vocali in tempo reale permetterà di rilevare rapidamente il sentiment del cliente.

## Rilevazione delle emozioni

La tecnologia individuerà le emozioni per migliorare la qualità del servizio offerto al cliente.

## Anticipazione delle criticità

L'intelligenza conversazionale aiuterà sempre più a prevedere e gestire problemi nel customer journey.

## Coaching per agenti

Le AI coach forniranno feedback live agli operatori per migliorare l'empatia e la qualità.

| **Azione chiave:** *Abilita strumenti di real-time guidance e QA automatizzato sulle chiamate strategiche.*

# Collegamento tra metriche di soddisfazione e KPI di business come retention e CLV

## Importanza della soddisfazione cliente

La soddisfazione del cliente è fondamentale per influenzare positivamente la retention e aumentare il valore nel tempo.

## KPI di business chiave

Retention e Customer Lifetime Value (CLV) sono indicatori essenziali per misurare il successo aziendale legato alla CX.

## Strategie data-driven efficaci

Collegare metriche di soddisfazione a KPI consente decisioni aziendali basate su dati concreti per migliorare la customer experience.

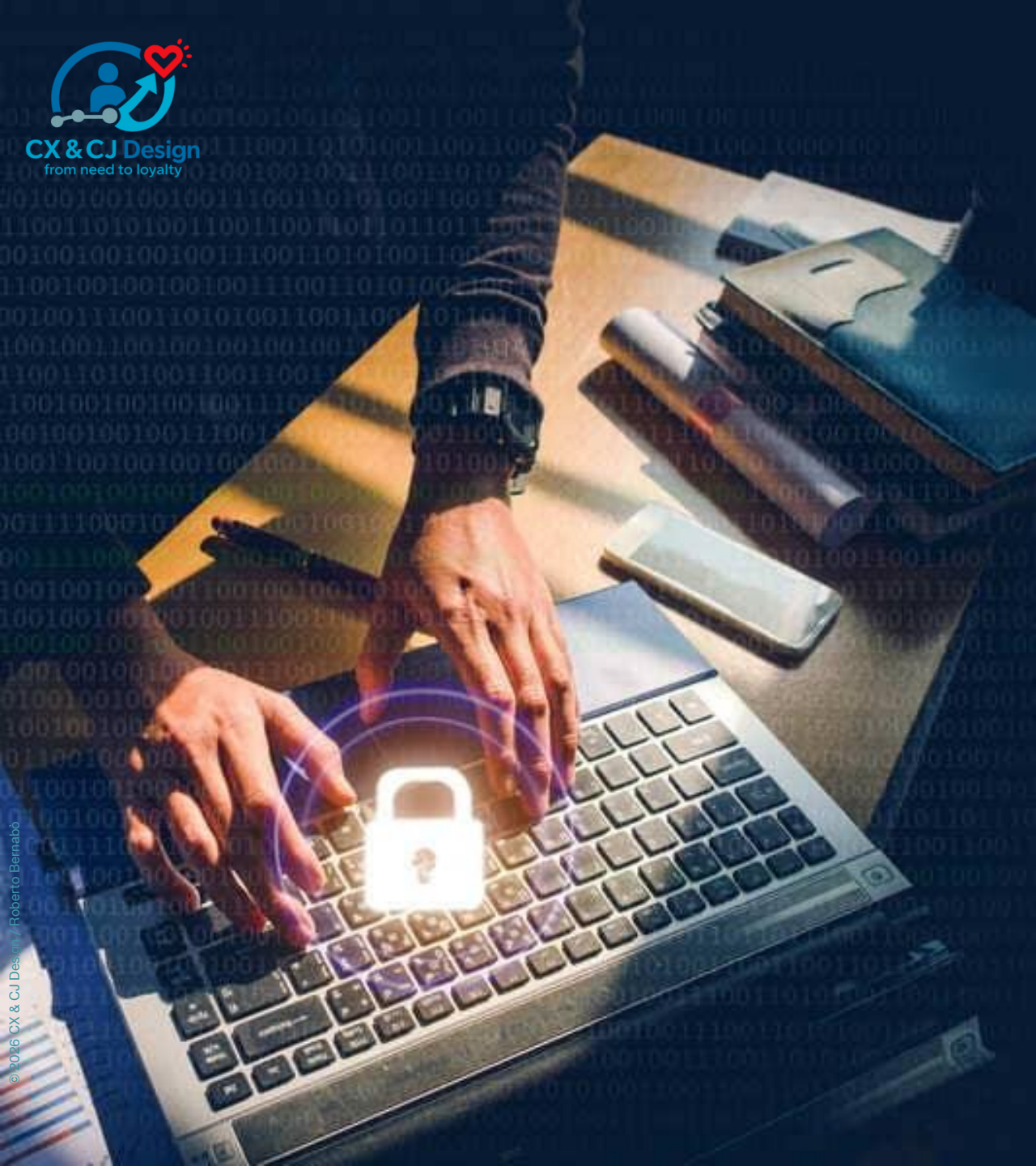
**Azione chiave:** *Collega le metriche di soddisfazione cliente ai KPI economici di retention e CLV, per dimostrare l'impatto diretto della CX sui risultati di business.*



# CAPITOLO 3

## Personalizzazione, feedback e design dell'esperienza





# Personalizzazione privacy-by-design e feedback senza frizione

## Principi privacy-by-design

La personalizzazione integrerà sempre più la privacy fin dalla progettazione, proteggendo i dati degli utenti in ogni fase.

## Feedback cliente senza attriti

Il feedback dei clienti sarà sempre più facilitato senza ostacoli, migliorando l'esperienza utente e l'engagement.

## Aumento fiducia e sicurezza

L'approccio dovrà garantire la sicurezza dei dati rafforzando la fiducia e il coinvolgimento del cliente.

## Value Exchange

- La personalizzazione si farà sempre più etica e trasparente: zero-party data e consenso esplicito.
- Il valore nascerà dallo scambio: fiducia, rilevanza e controllo dell'utente.
- Le interfacce dovranno comunicare chiaramente come i dati vengono usati.

| **Azione chiave:** *Progetta flussi di consenso chiari e value exchange trasparenti.*

# Feedback senza frizione

## Feedback implicito e automatizzato

Le tradizionali survey verranno sostituite da feedback impliciti e analisi automatiche che semplificheranno la raccolta dei dati.

## Intelligenza Artificiale e dati

L'Intelligenza Artificiale interpreterà clickstream, sentiment e log, trasformando ogni interazione in insight preziosi.

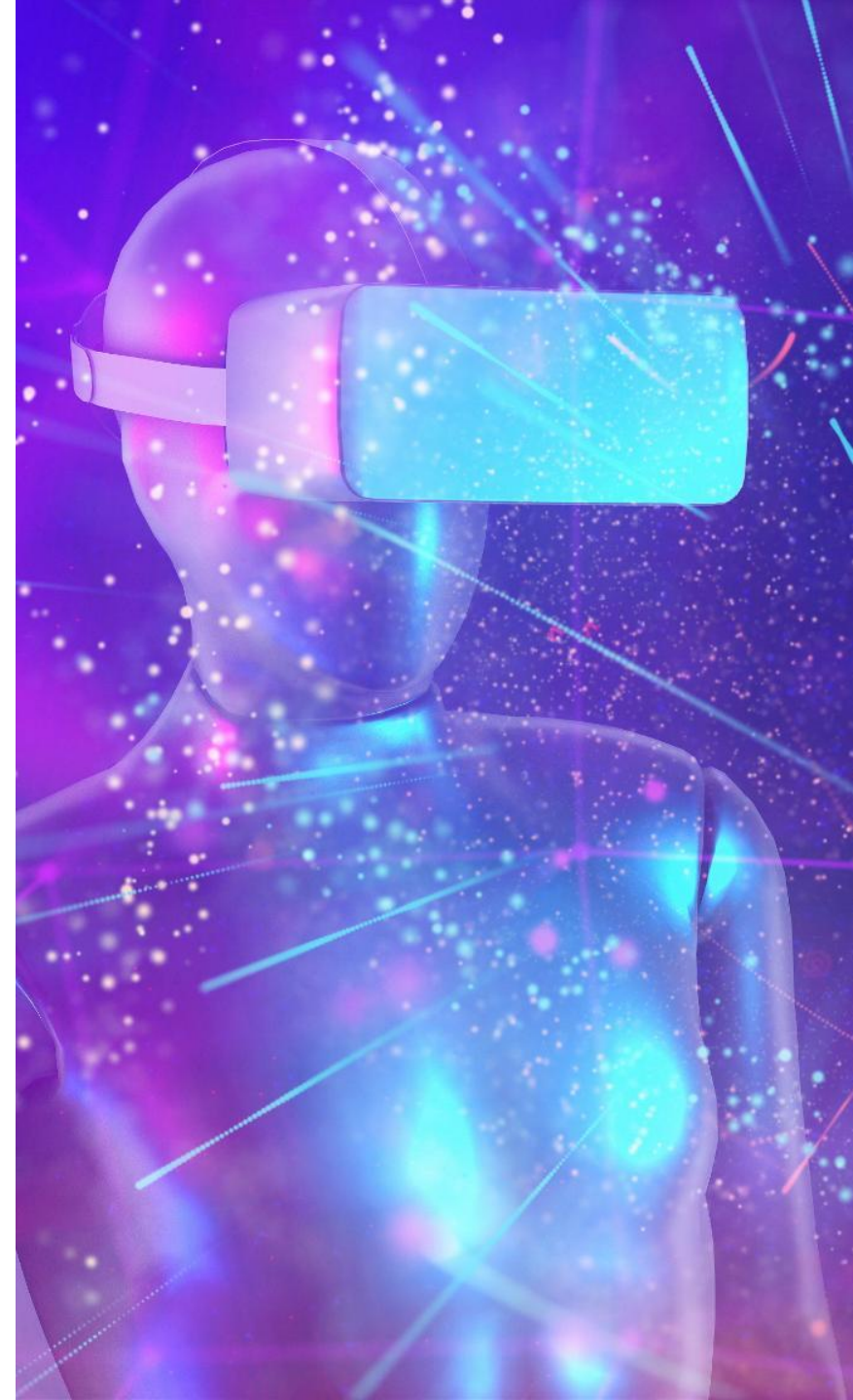
## Esperienza che genera insight

Il cliente non dovrà compilare moduli: l'esperienza stessa fornirà i dati utili per migliorare il servizio.

## Azioni concrete e immediate

Gli insight raccolti verranno collegati ad azioni rapide e concrete per rispondere subito ai bisogni dei clienti.

**Azione chiave:** *Chiedi feedback solo quando serve, collegando insight ad azioni immediate.*



# Brand Promise verificabile

## Valutazioni basate su dati oggettivi

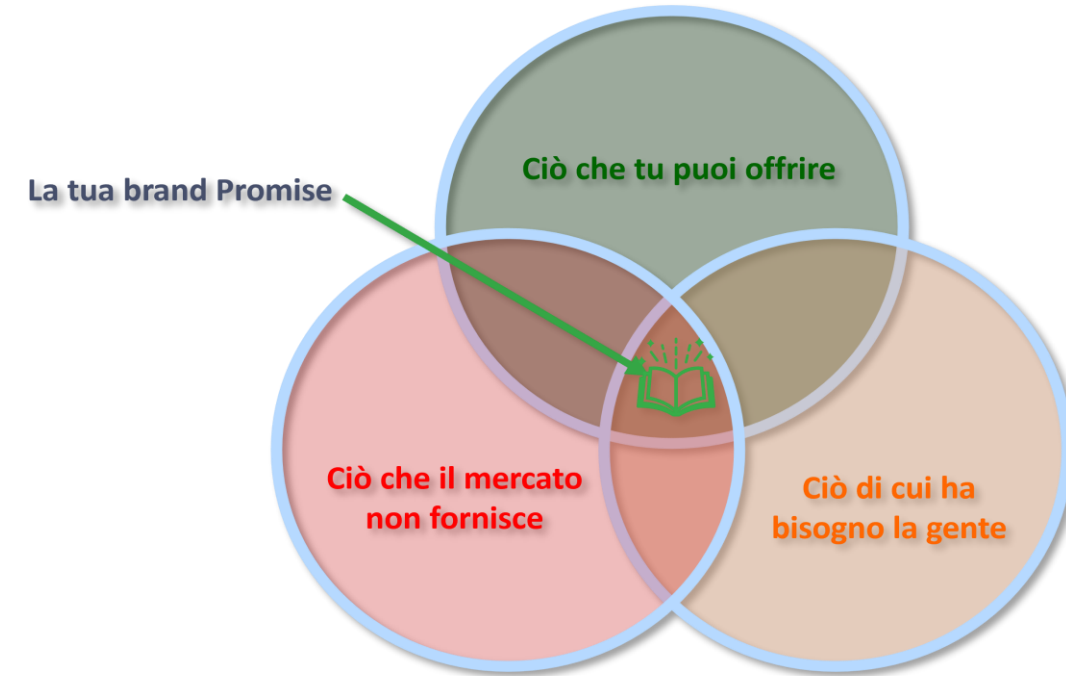
Le aziende saranno giudicate su risultati concreti e misurabili, non solo sulle promesse fatte ai clienti.

## Trasparenza delle performance

SLA, rimborsi e tempi medi diventeranno strumenti pubblici per la trasparenza e la misurazione verso il mercato.

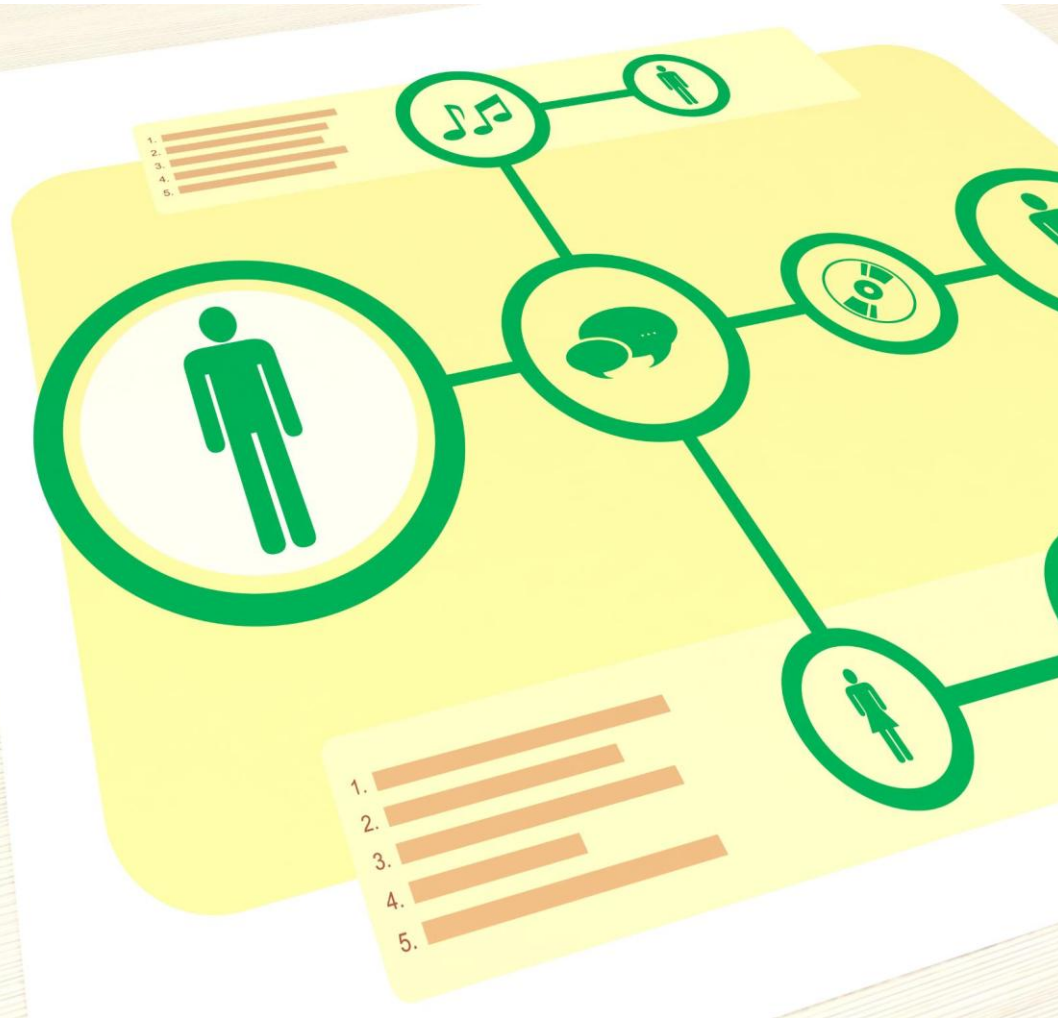
## Azioni concrete e immediate

La reputazione si costruirà e si comunicherà sempre più attraverso la condivisione di risultati oggettivi e facilmente accessibili.



| **Azione chiave:** *Pubblica indicatori di performance trasparenti e accessibili.*

# Design Ops per la CX scalabile



## Componenti riusabili e scalabilità

L'uso di librerie e componenti riusabili permetterà la crescita efficiente e coerente del design della customer experience.

## Coerenza e riconoscibilità del brand

Microcopy, tone-of-voice e interfacce coerenti rafforzeranno l'identità del brand in ogni punto di contatto.

## Ecosistema operativo integrato

Design Ops coordineranno team, strumenti e processi creando efficienza all'interno di un unico ecosistema operativo condiviso.

## Sviluppo di un design system condiviso

La creazione di un design system condiviso sarà sempre più un'azione chiave per la scalabilità e la coerenza della customer experience.

**Azione chiave:** *Implementa un design system unificato per garantire coerenza, velocità di sviluppo e scalabilità in tutte le esperienze cliente.*

2026 CX & CJ Design / Roberto Bernabò



# CAPITOLO 4

## Governance, dati e sostenibilità

# Data foundation, compliance AI Act e metriche economiche per misurare il ROI

## Fondamenta solide dei dati

Una base dati robusta sarà sempre più essenziale per supportare decisioni informate e ottimizzare la customer experience in modo sostenibile.

## Conformità normativa AI Act

Rispettare il regolamento AI Act dovrà essere un must per etica e trasparenza nell'uso dell'intelligenza artificiale per la customer experience.

## Misurazione economica del ROI

Calcolare il ritorno sugli investimenti CX aiuterà a giustificare le spese e a pianificare strategie basate su dati finanziari solidi.

**Azione chiave:** *Collega le metriche CX al conto economico e al P&L.*



# CX Compliance e AI Act

## Conformità e fiducia nel cliente

La conformità diventerà parte integrante dell'esperienza.

La conformità rafforzerà fiducia e trasparenza nell'esperienza cliente, elemento centrale per relazioni durature e sicure.

## Audit e spiegabilità AI

Audit, logging e spiegabilità dei modelli AI dovranno garantire sicurezza e responsabilità nei processi automatizzati.

## AI Act e governance CX

L'AI Act europeo introduce nuove metriche di accountability obbligatorie che dovranno essere integrate nella governance dell'esperienza cliente.

| **Azione chiave:** *Integra i requisiti AI Act nel framework di governance CX.*



# CAPITOLO 5

## Cultura, competenze e trasformazione organizzativa

# Change management e upskilling del front-line per l'era AI

## Formazione mirata per il front-line

Programmi di formazione specifici aiuteranno il personale front-line ad acquisire competenze digitali essenziali per l'era AI.

## Collaborazione tra personale e AI

Incoraggiare la collaborazione tra personale e AI migliorerà sempre più la qualità della customer experience co-creata.

## Cambiamento culturale e operativo

Il cambiamento culturale sarà un presupposto irrinunciabile e fondamentale per integrare efficacemente l'AI nelle operazioni quotidiane del front-line.

**| Azione chiave:** *Forma il personale front-line per collaborare con i nuovi strumenti AI.*



# Costruzione di una cultura data-driven per la CX

## Decisioni rapide e accurate

Una cultura data-driven abiliterà decisioni più rapide e accurate nella gestione dell'esperienza cliente.

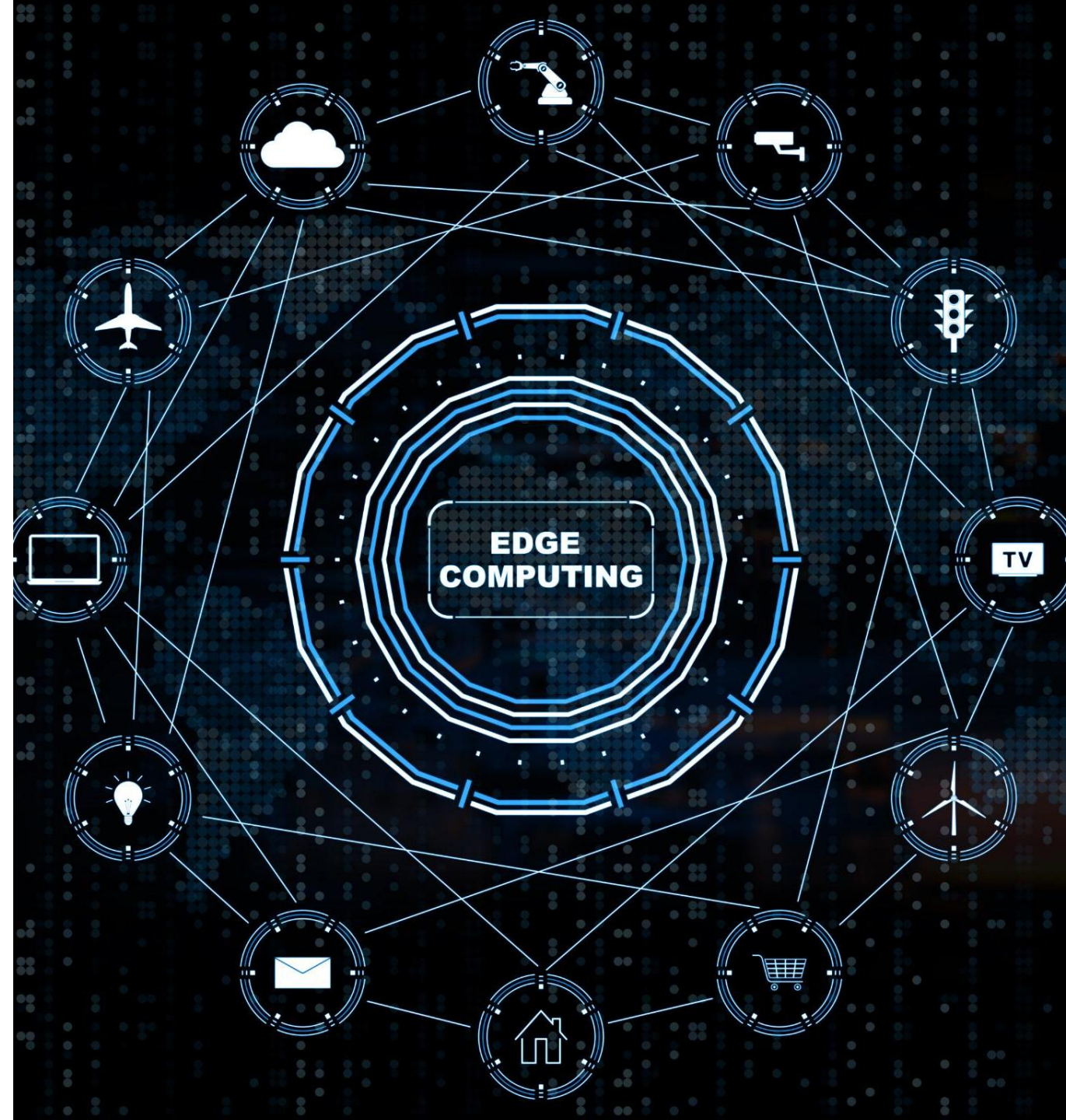
## Adozione di analytics e AI

L'uso di strumenti di analytics e intelligenza artificiale migliorerà continuamente l'esperienza del cliente.

## Condivisione e governance dei dati

Rendere i dati accessibili e condivisi tra reparti favorirà decisioni coerenti, i silos informativi andranno attenuati / eliminati al fine di consolidare una visione unificata del cliente lungo l'intero journey.

**Azione chiave:** *Integra strumenti di analytics avanzati e modelli di AI predittiva nei processi decisionali per trasformare i dati in insight immediati e azioni misurabili.*



# Ruolo del design strategico e del customer journey design nella trasformazione digitale

## Design strategico come guida

Il design strategico dirige la trasformazione digitale allineando tecnologia con obiettivi di business concreti e reali.

## Customer journey design efficace

Il design del percorso cliente crea esperienze coerenti e di valore per migliorare l'interazione con l'utente finale.

## Orchestrazione integrata tra AI, design e business

Nel nuovo ecosistema esperienziale, il design strategico funge da ponte tra intelligenza artificiale, processi aziendali e valore per l'utente.

Traduce insight e dati in scelte operative, garantendo coerenza tra visione strategica e execution lungo tutto il journey.

**Azione chiave:** *Applica i principi del design strategico per allineare tecnologia, processi e obiettivi di business, trasformando ogni journey in un'esperienza coerente e di valore.*

## KEY PERFORMANCE INDICATOR





## CAPITOLO 6

# Dal trend all'azione: chi lo sta già facendo

### Fonti e metodologia

i casi di studio sono basati su implementazioni reali attive nel 2024-2025, considerate anticipazioni dei trend CX 2026.

# Dal presente che evolve al futuro che si consolida



## Dove il 2026 è già cominciato

I trend che plasmeranno la Customer Experience del 2026 non appartengono a un futuro distante, ma a un presente in trasformazione.

Le aziende citate in questa sezione rappresentano le prove generali del futuro: pionieri che sperimentano oggi le pratiche che domani diventeranno standard.

I loro progetti non sono esempi di arrivo, ma punti di partenza verso una CX 6.0 in cui tecnologia, empatia e intelligenza collaborativa si fondono in un ecosistema unico, umano e digitale.

***Il futuro non è ciò che accadrà: è ciò che sta già accadendo sotto i nostri occhi.***

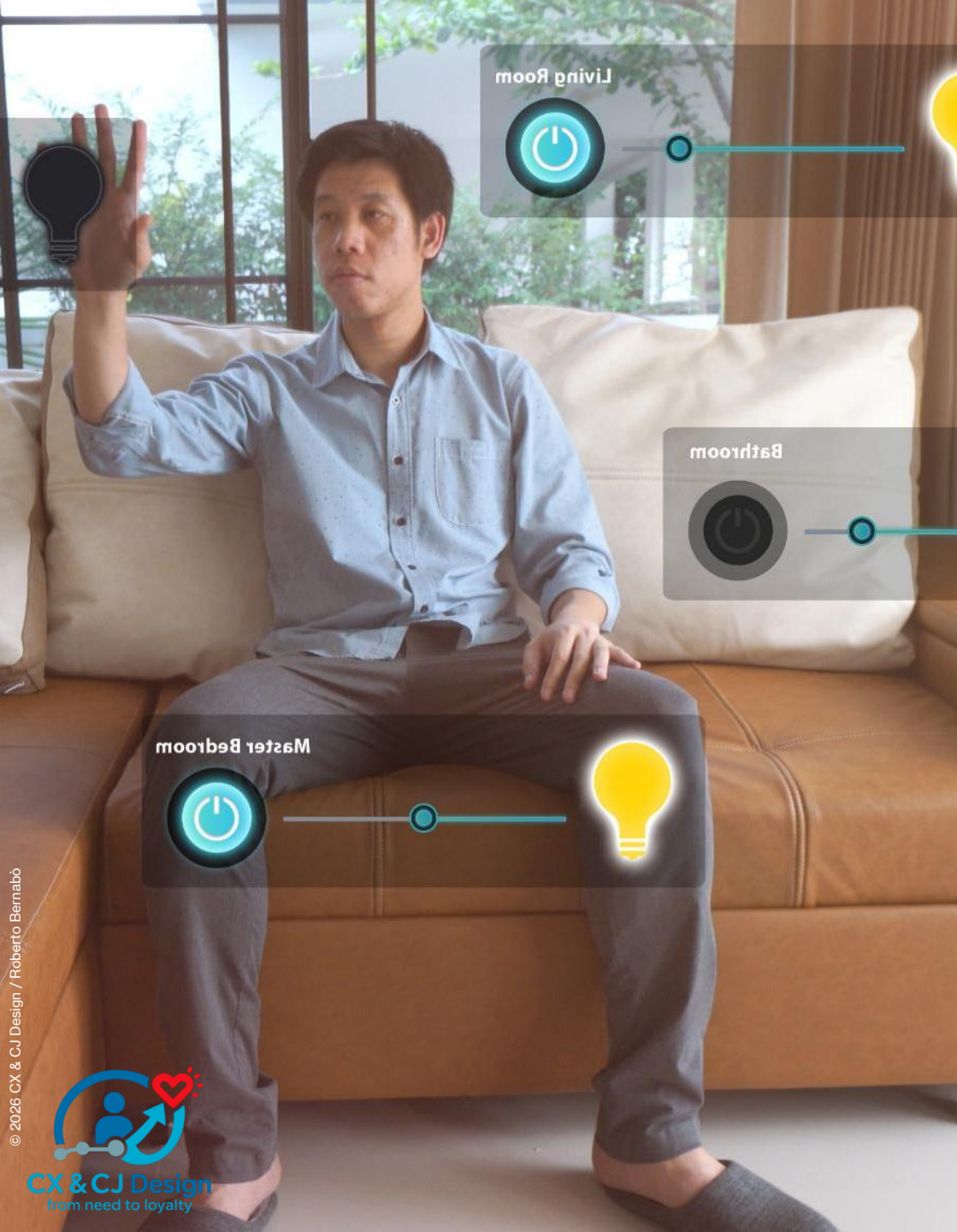
## Il futuro è già iniziato, chi non cavalcherà verrà travolto

I trend qui descritti non appartengono a un futuro ipotetico, ma a un futuro che ha già cominciato a prendere forma.

***Le aziende citate sono anticipatori del cambiamento: mostrano oggi ciò che diventerà lo standard della CX entro il 2026.***

La rapidità del cambiamento in atto è senza precedenti, chi non sarà in grado di governarlo è destinato a soccombere.





## Copiloti e agenti multimodali 1 di 2

Le organizzazioni stanno superando il concetto di assistente virtuale per adottare veri e propri copiloti digitali, capaci di comprendere testo, voce e immagini.

**Microsoft** ha integrato **Copilot** nella suite **365** e in **Teams**, generando documenti, **riassunti e piani d'azione in tempo reale**: un nuovo standard per la **produttività esperienziale**.

**GitHub Copilot**, usato da milioni di sviluppatori, **riduce i tempi di scrittura del codice di oltre il 50%**,

**Adobe Firefly** consente di **creare immagini e layout con prompt linguistici**.

**Klarna** ha integrato nel proprio servizio clienti un **agente AI basato su GPT-5 Turbo**, addestrato su policy, linguaggio e processi aziendali reali. L'agente è in grado di comprendere **richieste testuali, allegati e screenshot** (ad esempio ricevute o foto di prodotti danneggiati), **gestendo 2/3 di tutte le conversazioni globali**.

### Risultati dichiarati

- **Riduzione del 66%** dei costi di assistenza;
- **Tempo medio di risposta** passato da **11 a 2 minuti**;
- **Livello di soddisfazione cliente pari o superiore a quello umano**.

### Rilevanza per la CX 6.0

È il primo agente multimodale operativo su larga scala capace di combinare linguaggio naturale e input visivi in tempo reale.

**Klarna** ha dimostrato che un'AI agentic può gestire l'intera customer journey, mantenendo empatia e precisione.

# Copiloti e agenti multimodali 2 di 2

## BMW – AI Voice & Vision Assistant (iDrive 9)

**Tipo di agente:** multimodale integrato (voce + touch + gesture + riconoscimento visivo).

**Funzione:** consente di interagire con il veicolo attraverso voce, gesti e sguardo, gestendo infotainment, navigazione e assistenza post-vendita.

**Tecnologia:** modelli NLP + computer vision proprietari integrati in OS9.

**Risultato:** +25% nel tasso di utilizzo delle funzioni digitali e riduzione del 30% delle chiamate ai contact center post-acquisto.

**Rilevanza CX 6.0:** fusione tra canale fisico (auto) e digitale, con interfaccia naturale multimodale.

## Delta Air Lines – “Agent Assist” multimodale

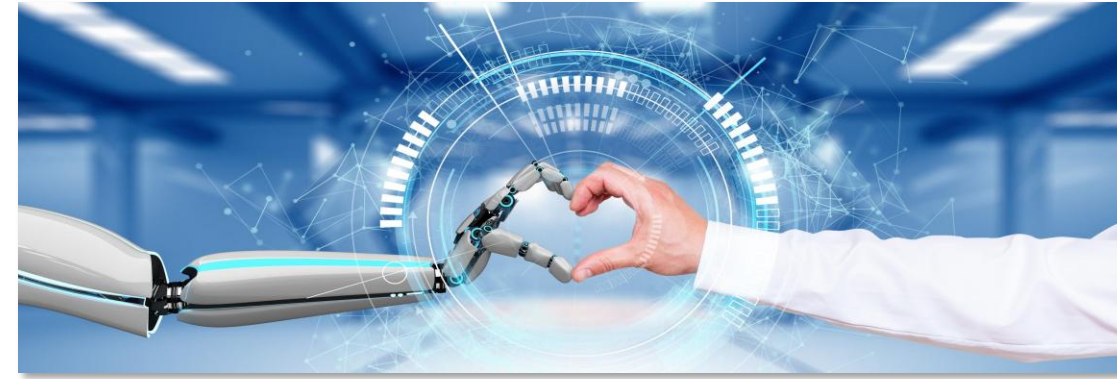
**Tipo di agente:** copilota interno per operatori CX.

**Funzione:** supporta gli agenti umani leggendo testo, analizzando tono della voce e suggerendo in tempo reale risposte o azioni correttive.

**Tecnologia:** basato su piattaforma NICE Enlighten + AI vocale IBM.

**Risultato:** +18% nella velocità di risposta, miglioramento significativo dell'esperienza percepita nei contatti vocali.

**Rilevanza CX 6.0:** ibridazione uomo-AI in tempo reale, con comprensione simultanea di voce, testo e contesto emozionale.



### Tecnologia

Large Language Models multimodali (testo, voce, immagine, gesto) integrati nei flussi di lavoro e nelle piattaforme di relazione cliente.

### Risultati dichiarati

Incremento medio del 25–30% della produttività, riduzione dei tempi di risposta fino al 70%, aumento della precisione e dell'efficacia comunicativa.

### Rilevanza CX 6.0

Segna l'avvio della collaborazione simbiotica tra esseri umani e intelligenza artificiale: la relazione con il cliente evolve in un dialogo continuo, personalizzato e multimodale.

### In sintesi

- Conversazionalità naturale tra voce, testo, immagini e gesti.
- Co-creazione esperienziale fra cliente e AI nei processi di lavoro e di assistenza.
- Integrazione fluida tra mondo fisico e digitale nei canali di contatto.

### Benchmark:

**Microsoft, GitHub, Adobe, Klarna, BMW, Delta Air Lines** – sei casi che dimostrano come l'AI non sostituisca la relazione, ma la amplifichi, rendendola più umana, intuitiva e sensoriale.

## Key Takeaways

# Integrazione dell'AI nei processi core: dal ticketing al CRM, dall'e-commerce al billing

Le aziende più avanzate non applicano l'AI come strato accessorio, ma la integrano nei **processi centrali**.

## Salesforce Einstein Copilot

trasforma il CRM in un ambiente cognitivo in grado di rispondere a domande, generare report e suggerire azioni di business con governance integrata.

## ServiceNow Now Assist

automatizza IT e HR, analizzando i ticket e producendo riepiloghi contestuali che riducono i tempi di risoluzione del 40%.

## Intuit GenOS

con i suoi agenti verticali (TurboTax, QuickBooks, Mailchimp), dimostra la maturità di una piattaforma AI proprietaria, scalabile e sicura. L'AI entra così nel cuore operativo, diventando infrastruttura invisibile ma essenziale.

## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

–40% nei tempi medi di gestione (ServiceNow)  
+35% produttività nei team operativi (Salesforce)  
Riduzione del 50% degli errori manuali nei processi back-office (Intuit)

### Rilevanza per la CX 6.0

L'AI diventa parte integrante dell'infrastruttura aziendale. I processi non vengono più “supportati” dall'intelligenza artificiale, ma *alimentati* da essa, rendendo l'esperienza cliente più fluida, coerente e prevedibile.

### In sintesi

- Integrazione profonda dell'AI nei processi centrali aziendali.
- Automazione cognitiva che libera tempo a valore.
- Governance e tracciabilità come nuove basi di fiducia digitale.

### Benchmark:

Salesforce, ServiceNow, Intuit.



# Casi d'uso ad alto ROI: reclami, resi e knowledge assist in produzione

Le organizzazioni stanno applicando la GenAI a processi ad alto volume e impatto economico, dove la velocità e la precisione determinano la soddisfazione cliente.

**Klarna** utilizza un agente generativo per gestire reclami e richieste di reso in linguaggio naturale, capace di analizzare allegati e immagini per verificare prodotti danneggiati.

**Morgan Stanley** ha sviluppato un *AI Knowledge Assistant* interno basato su architettura *Retrieval-Augmented Generation (RAG)*, che consente ai consulenti finanziari di accedere rapidamente a politiche, documenti e procedure aziendali verificate.

**NICE** ha introdotto *Enlighten Copilot* per supportare in tempo reale gli operatori di contact center con suggerimenti contestuali.

**Zendesk** ha integrato la propria piattaforma con modelli generativi per fornire risposte automatiche a richieste ripetitive e suggerimenti dinamici agli agenti umani.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- 60% costi operativi (NICE, Klarna)
- Tempi di risoluzione ridotti da ore a minuti
- Livelli di CSAT invariati o superiori rispetto all'interazione umana

### Rilevanza per la CX 6.0

La GenAI operativa consente di ottimizzare i processi di supporto e conoscenza, dimostrando che l'automazione intelligente può migliorare efficienza e qualità simultaneamente.

### In sintesi

- Applicazioni GenAI ad alto impatto economico e operativo.
- Riduzione drastica dei tempi di gestione e miglioramento della qualità.
- Evoluzione della knowledge base in intelligenza conversazionale.

### Benchmark:

Klarna, Morgan Stanley, NICE, Zendesk.



# GenAI per ROI Elevato

Le aziende stanno integrando la Generative AI nei processi quotidiani per ridurre il tempo di gestione e migliorare la qualità delle decisioni.

**NICE** utilizza *Enlighten AutoSummary* per generare automaticamente report post-interazione, estrarre insight e individuare trend ricorrenti.

**Gong** sfrutta l'AI per analizzare conversazioni di vendita e generare suggerimenti personalizzati per i commerciali, migliorando il tasso di conversione.

**Zendesk** ha introdotto l'AI generativa per sintetizzare ticket complessi e suggerire risposte basate sul tono e sul contesto.

**Adobe**, con *Firefly* e *Sensei GenAI*, automatizza la creazione di contenuti visuali e copy testuali a partire da prompt linguistici, accorciando i cicli di progettazione e revisione.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

Riduzione dell'80% dei tempi di stesura post-call (NICE, Zendesk)  
+25% accuratezza decisionale e predittiva (Gong)  
-50% tempo di produzione dei contenuti creativi (Adobe)

### Rilevanza per la CX 6.0

L'AI generativa diventa una leva di efficienza cognitiva: libera tempo umano e alimenta un flusso di miglioramento continuo della conoscenza e della comunicazione.

### In sintesi

- Automazione delle attività a basso valore aggiunto.
- Miglioramento della qualità e coerenza dei contenuti.
- Apprendimento costante dalle interazioni reali.

### Benchmark

NICE, Gong, Zendesk, Adobe.



# Proattività predittiva aziendale

La capacità di prevedere il comportamento dei clienti in tempo reale sta trasformando la CX da reattiva a anticipatoria.

**Adobe** utilizza *Journey AI* per individuare il momento migliore per ingaggiare il cliente con offerte o messaggi personalizzati.

**Twilio Segment** integra machine learning predittivo per classificare i clienti in base al rischio di churn e attivare campagne automatiche di retention.

**Amazon** sfrutta modelli di analisi comportamentale per anticipare esigenze di acquisto o assistenza, orchestrando notifiche e suggerimenti proattivi.

**Netflix** continua a perfezionare i propri algoritmi di raccomandazione, con oltre 80 versioni simultanee testate per adattarsi alle preferenze micro-segmentate degli utenti.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- +45% engagement medio (Twilio, Adobe)
- 30% tasso di abbandono (Amazon, Netflix)
- +10 punti NPS nei brand che adottano journey predittivi

### Rilevanza per la CX 6.0

L'AI predittiva trasforma i dati in azioni: ogni interazione diventa parte di un flusso continuo che anticipa bisogni e previene insoddisfazioni.

### In sintesi

- Anticipazione dei bisogni e riduzione del churn.
- Personalizzazione basata su dati comportamentali live.
- Journey dinamici e adattivi fondati su insight predittivi.

### Benchmark

Adobe, Twilio, Amazon, Netflix.



# Journey orchestration closed-loop: azioni automatiche e correzioni in tempo reale

La nuova frontiera della CX è la capacità di collegare insight, azioni e risultati in un ciclo chiuso e auto-apprendente.

**Adobe Experience Platform (AEP)** e *Journey Optimizer* permettono di costruire journey dinamici che reagiscono in tempo reale ai comportamenti dell'utente.

**AIDA Cruises** utilizza orchestrazione omnicanale per adattare offerte e comunicazioni in base al meteo e alla posizione della nave.

**Domino's Pizza**, con il suo *Pizza Tracker*, collega ogni fase del journey (ordine, preparazione, consegna, feedback) in un unico flusso trasparente e misurabile.

## Key Takeaways



### Risultati dichiarati

- +25% tasso di conversione (Adobe)
- 35% tempi di ciclo cliente-azienda (AIDA)
- +15% fiducia percepita grazie alla trasparenza (Domino's)

### Rilevanza per la CX 6.0

La CX diventa un ecosistema adattivo, in cui ogni interazione modifica e ottimizza le successive in modo autonomo.

### In sintesi

- Journey auto-apprendenti e feedback-to-action continuo.
- Correzione in tempo reale su tutti i touchpoint.
- Trasparenza e coerenza come leve di fiducia.

### Benchmark

Adobe, AIDA Cruises, Domino's Pizza.

# CX 6.0: dai sondaggi alle metriche integrate di outcome, comportamento e segnali emozionali

Le aziende stanno integrando analisi vocali e metriche predittive per misurare la qualità delle interazioni in tempo reale.

**Qualtrics** e **Medallia** combinano feedback percettivi, dati comportamentali e indicatori di business per valutare la CX con modelli di correlazione economica.

**American Express** monitora in tempo reale le conversazioni e segnala variazioni emotive che indicano insoddisfazione imminente.

**NICE Enlighten Actions** analizza tono, pause e interruzioni per suggerire strategie comunicative efficaci durante le chiamate.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- +20% accuratezza nella previsione del churn (Qualtrics)
- +25% miglioramento first contact resolution (NICE)
- Riduzione tempi di analisi insight da giorni a minuti (Medallia)

### Rilevanza per la CX 6.0

La misurazione evolve da strumento retrospettivo a leva di gestione predittiva, migliorando l'esperienza nel momento stesso in cui accade.

### In sintesi

- Metriche ibride percettive e comportamentali.
- Analisi emozionale e semantica live.
- Decisioni basate su insight predittivi condivisi.

### Benchmark

Qualtrics, Medallia, NICE, American Express.



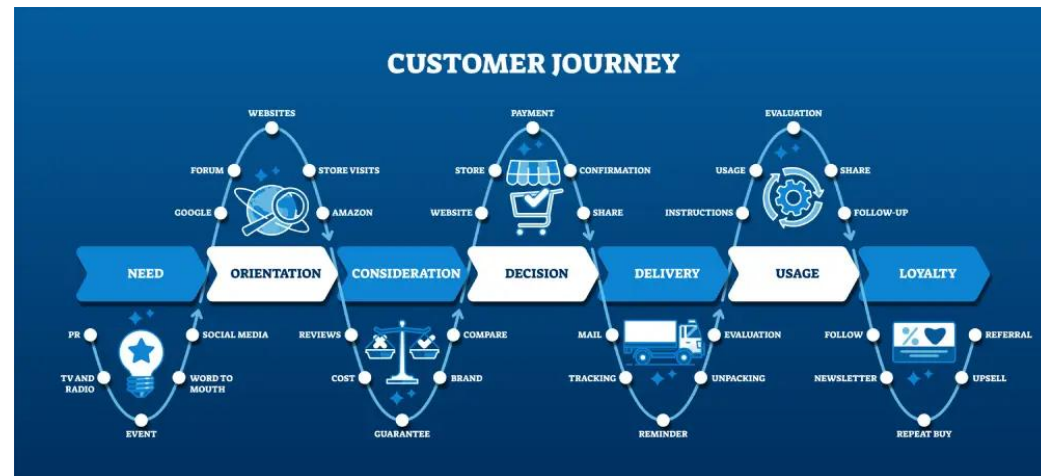
# Voce e real-time conversation intelligence per insight immediati sul sentiment cliente

La **voce** torna protagonista come canale sensoriale e strategico.

**NICE**, con *Enlighten Copilot for Voice*, analizza tono e pause per fornire suggerimenti di linguaggio all'agente durante la conversazione.

**Gong** e **IBM Watson** applicano intelligenza semantica e analisi emozionale per migliorare la coerenza del dialogo e l'empatia percepita.

**Delta Air Lines** utilizza AI vocale per suggerire risposte e azioni ai propri operatori in tempo reale, migliorando il tempo medio di gestione.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- +18% velocità di risposta vocale (Delta)
- +20% empatia percepita e soddisfazione cliente (NICE)
- 25% errori di comunicazione (Gong, IBM)

### Rilevanza per la CX 6.0

L'AI trasforma la voce in uno strumento di comprensione emotiva, rendendo la relazione più naturale e umanizzata.

### In sintesi

- Analisi in tempo reale del tono e delle emozioni.
- Suggerimenti adattivi per migliorare la comunicazione.
- Relazione più empatica e coerente con il brand voice.

### Benchmark

NICE, Gong, IBM, Delta Air Lines.



# Collegamento tra metriche di soddisfazione e KPI di business come retention e CLV

Le aziende più mature stanno collegando in modo diretto gli indicatori di Customer Experience con i risultati economici.

**Forrester** ha sviluppato il modello **Total Economic Impact (TEI)** per misurare il valore economico derivante dall'adozione di soluzioni CX basate su AI, come **Microsoft Copilot**.

**Twilio**, con il report **State of Customer Engagement**, mostra come l'aumento della personalizzazione e dell'interazione omnicanale produca fino al +30% di crescita dei ricavi medi per cliente.

**Delta Airlines** ha collegato gli indicatori di soddisfazione e **NPS** con metriche operative come puntualità, tempo di attesa e costi di assistenza, ottenendo un sistema di gestione integrato dell'esperienza.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

ROI misurabile e correlato ai KPI economici (Forrester TEI)  
+30% ricavi medi per cliente (Twilio)  
Riduzione dei costi CX per passeggero mantenendo alto il livello di soddisfazione (Delta)

### Rilevanza per la CX 6.0

La CX diventa una disciplina economica basata su evidenze: la qualità dell'esperienza genera valore tangibile e misurabile.

### In sintesi

- Collegamento strutturale tra CX e indicatori di business.
- KPI esperienziali legati a metriche finanziarie.
- ROI come linguaggio comune tra marketing e direzione generale.

### Benchmark

Forrester, Twilio, Delta Airlines.



# Personalizzazione privacy-by-design e feedback senza frizione

La personalizzazione entra in una nuova fase basata su trasparenza e consenso informato.

**Starbucks**, con la piattaforma **Deep Brew**, combina dati comportamentali e preferenze dichiarate (zero-party data) per generare raccomandazioni e offerte uniche per ogni cliente.

**Netflix** applica modelli di **on-device learning** che analizzano i comportamenti direttamente sul dispositivo, evitando la condivisione dei dati sensibili in cloud.

**Apple** ha esteso il principio **privacy-by-design** al proprio ecosistema, garantendo controllo e tracciabilità dei dati a livello individuale.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

+20% retention (Starbucks)  
-40% opt-out da comunicazioni personalizzate (Netflix)  
Crescita fiducia percepita e brand equity (Apple)

### Rilevanza per la CX 6.0

La personalizzazione diventa sostenibile e rispettosa: l'utente partecipa attivamente alla definizione della propria esperienza.

### In sintesi

- Centralità del consenso e dello scambio di valore dati-benefici.
- Modelli di personalizzazione locale e sicura.
- Fiducia e controllo come leve della loyalty.

### Benchmark:

Starbucks, Netflix, Apple.



# Feedback senza frizione

Il futuro della misurazione dell'esperienza è *passivo e continuo*. **Spotify** analizza interazioni, skip e tempi di ascolto per individuare in modo implicito i punti di gradimento o fastidio, migliorando le playlist e le raccomandazioni.

**Netflix** utilizza metriche comportamentali (completion rate, replay, dwell time) per misurare l'engagement in tempo reale.

**Uber** rileva la qualità del servizio attraverso parametri d'uso (tempi d'attesa, cancellazioni, valutazioni spontanee) senza richiedere survey dirette.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- 60% tasso di abbandono nelle app che adottano metriche implicite
- +35% accuratezza delle analisi CX
- Aumento delle recensioni spontanee e positive

### Rilevanza per la CX 6.0

L'esperienza parla da sola: le aziende imparano dai comportamenti, non solo dalle opinioni.

### In sintesi

- Misurazione implicita attraverso segnali d'uso.
- Insight in tempo reale senza interrompere l'utente.
- Approccio "experience telemetry" continuo.

### Benchmark

Spotify, Netflix, Uber.



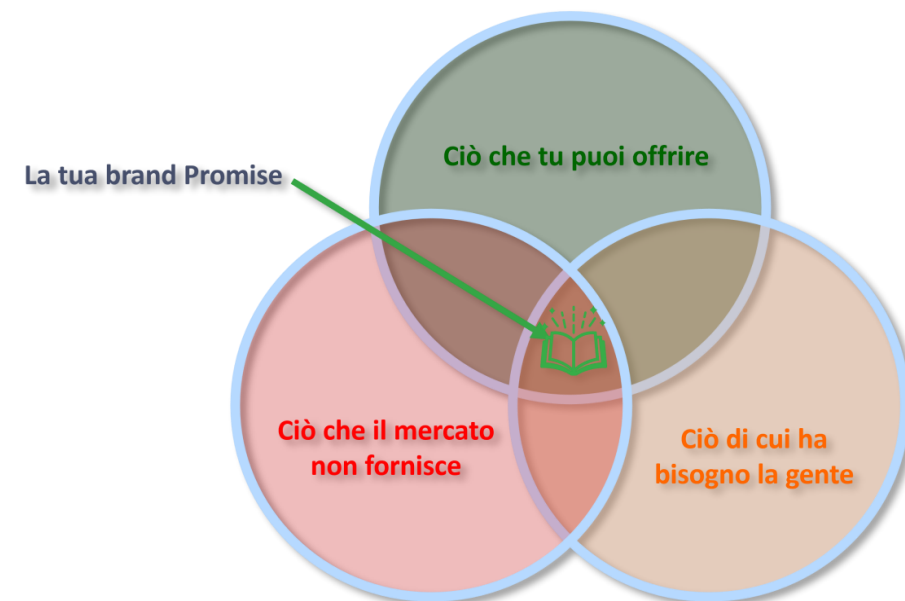
# Brand Promise verificabile

**La fiducia** si costruisce quando la promessa di marca diventa verificabile in tempo reale.

**Domino's Pizza** ha creato il *Pizza Tracker*, un sistema che consente ai clienti di seguire ogni fase dell'ordine – dalla preparazione alla consegna – con trasparenza totale.

**Patagonia** pubblica report ambientali e sociali accessibili direttamente dai prodotti, rendendo tracciabile l'impatto etico della filiera.

**Amazon** mostra tempi di consegna stimati e aggiornamenti in tempo reale, mantenendo coerenza tra promessa e realtà operativa.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

+15% fiducia percepita (Domino's)  
+20% propensione al riacquisto (Amazon)  
Incremento della reputazione ESG (Patagonia)

### Rilevanza per la CX 6.0

La trasparenza diventa un asset competitivo e una nuova forma di comunicazione di marca.

### In sintesi

- Promessa verificabile attraverso dati reali.
- Notifiche e tracciamento in tempo reale.
- Allineamento tra valori dichiarati e comportamenti concreti.

### Benchmark

Domino's, Patagonia, Amazon.

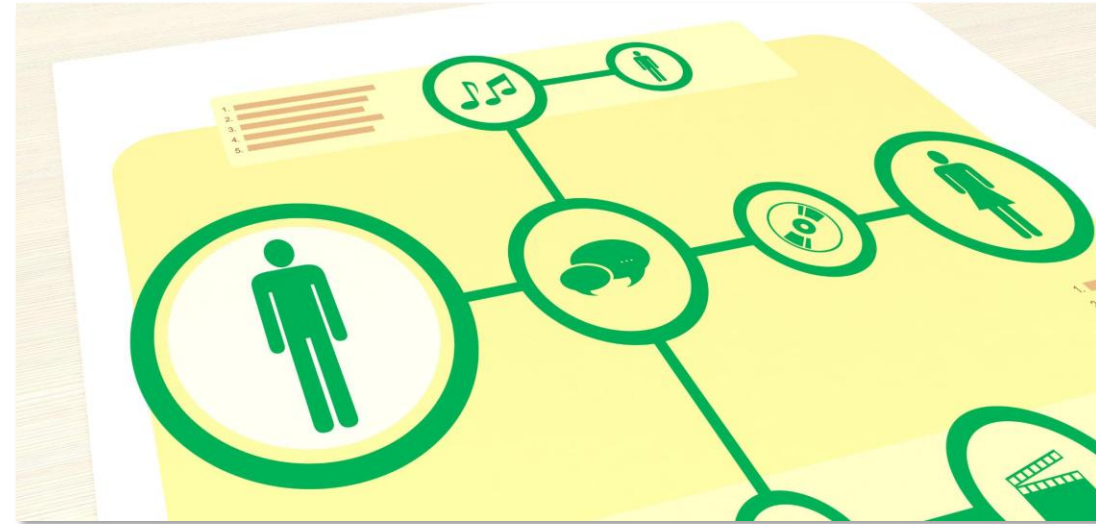
# Design Ops per la CX scalabile

**Le aziende più evolute** hanno trasformato il design in un sistema operativo scalabile.

**Atlassian** ha creato un *Design System* che consente a tutti i team globali di sviluppare esperienze coerenti e accessibili.

**GOV.UK Design System** è diventato un modello di riferimento internazionale per semplicità, riuso e accessibilità dei componenti digitali.

**Airbnb** ha costruito il proprio *Design Language System (DLS)* per garantire uniformità tra app, web e canali vocali, riducendo errori e tempi di sviluppo.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- 40% tempi di rilascio di nuove funzionalità (Airbnb)
- +30% efficienza cross-team (Atlassian)
- Miglioramento significativo della consistenza UX (GOV.UK)

### Rilevanza per la CX 6.0

Il design diventa infrastruttura organizzativa: un ecosistema scalabile che unisce tecnologia, cultura e brand.

### In sintesi

- Standard condivisi per un'esperienza coerente e accessibile.
- Riuso e versioning per accelerare lo sviluppo.
- Allineamento continuo tra design, marketing e sviluppo.

### Benchmark:

Atlassian, GOV.UK, Airbnb.



# Data foundation, compliance AI Act e metriche economiche per misurare il ROI

**La solidità della Customer Experience** del futuro dipenderà dalla qualità della base dati e dalla capacità di interrogare conoscenza aziendale in modo verificabile.

**Morgan Stanley** ha sviluppato un *Knowledge Assistant* basato su architettura *Retrieval-Augmented Generation (RAG)*, che consente ai consulenti di accedere a documentazione interna verificata e sempre aggiornata.

**Intuit**, con la piattaforma *GenOS*, integra i dati provenienti da QuickBooks, TurboTax e Mailchimp per alimentare modelli predittivi e agenti verticali.

**Unilever** sta utilizzando data lakehouse e architetture RAG per ottimizzare supply chain, campagne marketing e gestione HR in un ecosistema dati integrato e controllato.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

- 35% errori di conoscenza e riduzione delle “allucinazioni” AI
- +40% velocità nel recupero di insight aziendali
- Maggiore fiducia e riuso della conoscenza organizzativa

### Rilevanza per la CX 6.0

Una data foundation solida è il prerequisito per esperienze affidabili, personalizzate e sicure: senza dati puliti e accessibili, nessuna AI può essere realmente intelligente.

### In sintesi

- Single source of truth e governance trasparente dei dati.
- Architetture RAG per risposte verificabili e citabili.
- Dati come infrastruttura viva della relazione cliente.

### Benchmark

Morgan Stanley, Intuit, Unilever.



# CX Compliance e AI Act

Con l'entrata in vigore dell'AI Act europeo, le aziende devono integrare la conformità come componente della customer experience.

**Salesforce** ha introdotto il *Trust Layer* nella suite Einstein, garantendo anonimizzazione, audit trail e sicurezza dei prompt AI.

**Microsoft** applica il proprio *Responsible AI Standard*, con linee guida etiche e controlli di accountability su ogni modello rilasciato.

**ServiceNow** ha creato policy di *AI governance* e logging automatico per garantire explainability e conformità ai requisiti normativi.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

Conformità nativa a normative internazionali (GDPR, AI Act)  
Riduzione dei rischi reputazionali e legali  
Incremento della fiducia percepita dai clienti enterprise

### Rilevanza per la CX 6.0

La fiducia è esperienza: la trasparenza sui dati e sui modelli non è solo requisito legale, ma valore competitivo.

### In sintesi

- Compliance integrata nei processi CX e AI.
- Governance e audit come garanzia di trasparenza.
- Fiducia come nuova metrica esperienziale.

### Benchmark

Salesforce, Microsoft, ServiceNow.



# Change management e upskilling del frontline per l'era AI

**L'adozione dell'AI agentic** richiede **una profonda trasformazione culturale**.

**ServiceNow**, con il programma *Now on Now*, ha formato migliaia di dipendenti a collaborare con agenti generativi nei flussi HR e IT.

**Microsoft**, nel rollout di *Copilot*, ha attivato programmi di *employee listening* e training progressivo per valutare la percezione interna e migliorare l'adozione.

**Accenture** ha introdotto figure ibride come gli *AI Navigators*, esperti che guidano team e reparti nella transizione verso modelli uomo-AI.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

Aumento dell'engagement e della soddisfazione dei dipendenti  
Riduzione degli errori operativi fino al 40%  
Miglioramento della velocità di adozione delle nuove tecnologie

### Rilevanza per la CX 6.0

Le persone restano il cuore dell'esperienza: l'AI amplifica competenze e intelligenza collettiva.

### In sintesi

- Formazione continua e sperimentazione guidata.
- Collaborazione uomo-AI come modello operativo.
- Cultura organizzativa aperta all'innovazione.

### Benchmark

ServiceNow, Microsoft, Accenture.



# Costruzione di una cultura data-driven per la CX

**Le organizzazioni più evolute** basano le decisioni su evidenze oggettive, non su intuizioni.

**Twilio**, nel report *State of Customer Engagement*, mostra che le aziende data-driven hanno il doppio delle probabilità di superare gli obiettivi di crescita.

**Amazon** applica il modello “*Working Backwards*”, fondato su sperimentazione continua e analisi di comportamento in tempo reale.

**Booking.com** effettua oltre 1.000 esperimenti simultanei per ottimizzare micro-interazioni, migliorando costantemente UX e conversione.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

Decisioni più rapide e accurate  
+20% performance media nei processi CX  
Cultura dell'apprendimento continuo estesa all'intera organizzazione

### Rilevanza per la CX 6.0

La conoscenza diventa la nuova forma di leadership: l'esperienza migliore nasce dai dati, non dalle opinioni.

### In sintesi

- Decisioni evidence-based e misurabili.
- Sperimentazione continua e test A/B diffusi.
- Dati come linguaggio comune tra funzioni aziendali.

### Benchmark

Twilio, Amazon, Booking.com.



# Ruolo del design strategico e del customer journey design nella trasformazione digitale

**Il design torna al centro come leva strategica** capace di tradurre insight e tecnologia in esperienze coerenti e significative.

**Adobe Experience Cloud** consente di progettare e misurare journey personalizzati in tempo reale, fondendo marketing e UX.

**Lego Group** applica il design thinking per riprogettare i touchpoint digitali e fisici, basandosi su insight provenienti dal feedback continuo dei clienti.

**Nike** integra AI e dati comportamentali per creare esperienze omnicanale dinamiche che combinano storytelling, personalizzazione e community.



## Key Takeaways

### Risultati dichiarati

Aumento dell'engagement e della soddisfazione dei dipendenti  
Riduzione degli errori operativi fino al 40%  
Miglioramento della velocità di adozione delle nuove tecnologie

### Rilevanza per la CX 6.0

Le persone restano il cuore dell'esperienza: l'AI amplifica competenze e intelligenza collettiva.

### In sintesi

- Formazione continua e sperimentazione guidata.
- Collaborazione uomo-AI come modello operativo.
- Cultura organizzativa aperta all'innovazione.

### Benchmark

ServiceNow, Microsoft, Accenture.

# Conclusione

Il **2026** segnerà il **passaggio** dall'**esperienza gestita** all'**esperienza generata**, dove **ogni interazione** diventerà **intelligente, coerente e misurabile**.

**L'AI non sostituirà la relazione:** la **amplificherà, trasformando** ogni **touchpoint** in **un'occasione di valore reciproco**.

## Integrazione avanzata dell'AI

L'evoluzione della Customer Experience sarà guidata dall'uso avanzato di AI agentica e multimodale per migliorare le interazioni e abilitare modelli di CX predittiva.

## Misurazione e governance

Una misurazione sofisticata ed una governance responsabile saranno sempre più essenziali per gestire le esperienze dei clienti in maniera efficace ed efficiente.

## Cambiamento organizzativo

Il cambiamento organizzativo consapevole e lo sviluppo delle competenze saranno dei fattori chiave per abilitare esperienze clienti sostenibili.

