



Automazione nei servizi di Contact Center



Mario Massone
fondatore CMMC
Customer Management Multimedia Competence
www.club-cmmc.it

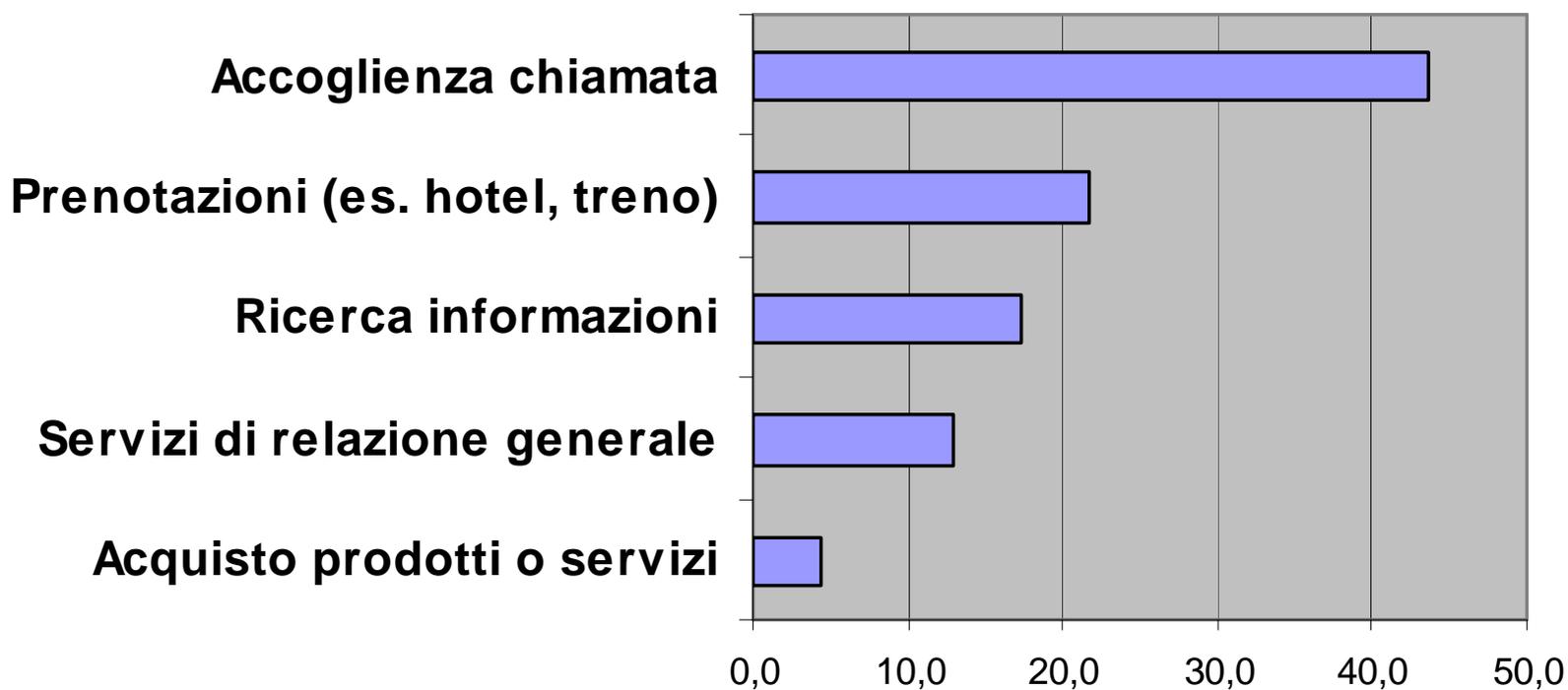
Workshop Natural Language Interactivity
Interactive Media
Milano, 27 marzo 2012

Automazione nei servizi di Contact Center

Con Automazione si intende l'insieme di metodi e processi che le organizzazioni di Customer Management e Business Process Outsourcing (Contact Center) impiegano per consentire a clienti e cittadini di interagire con un'azienda secondo necessità e convenienza. Dal Call Center all'Help Desk al sito Web, una soluzione di Customer Care Automation fornisce strumenti, informazioni, prodotti, servizi e supporto che ottimizzano le risorse migliorando le procedure, l'impiego del personale e la qualità del servizio.

Utilità dell'automazione *campione on-line "customer service"*

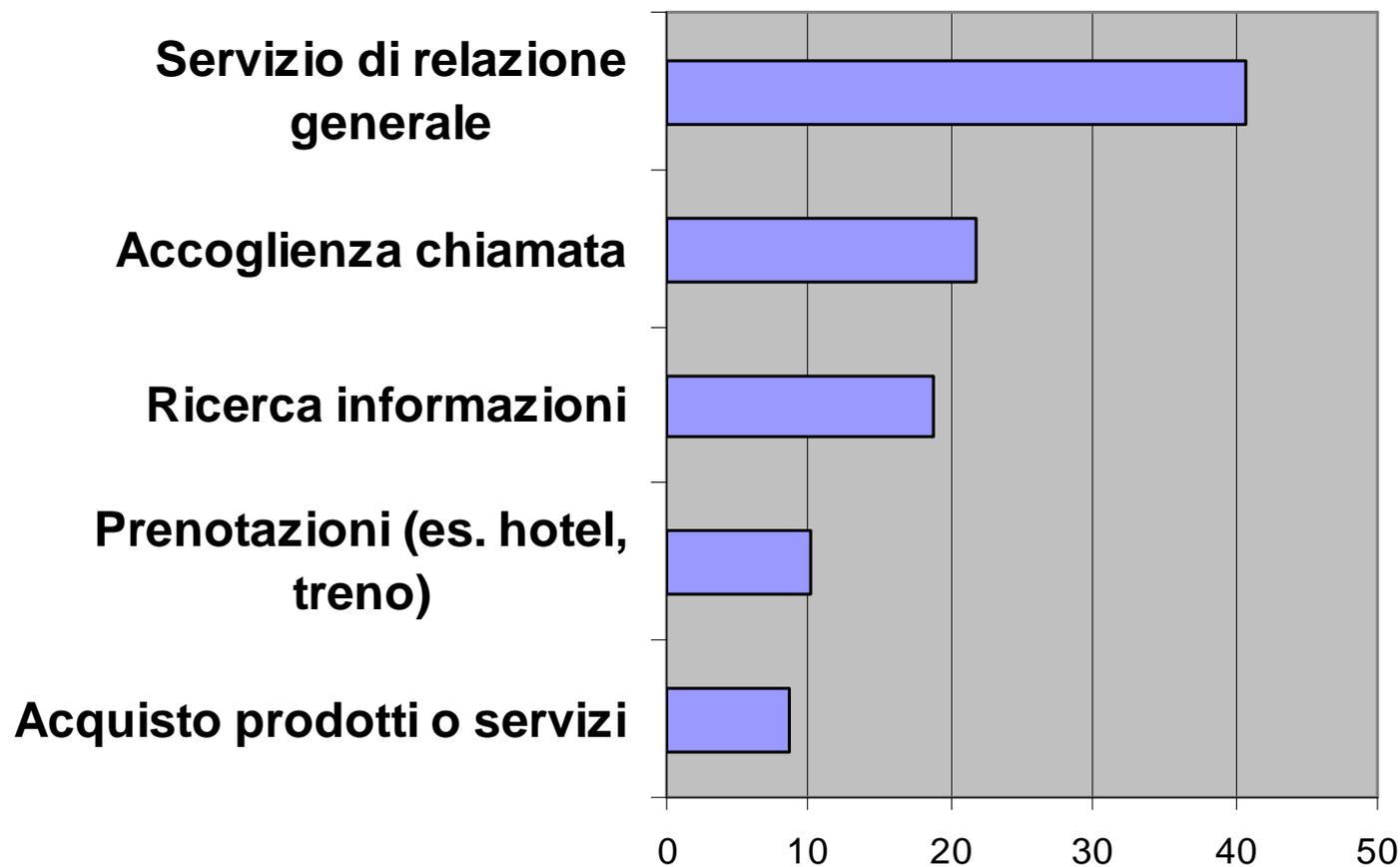
Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



Utilità dell'automazione

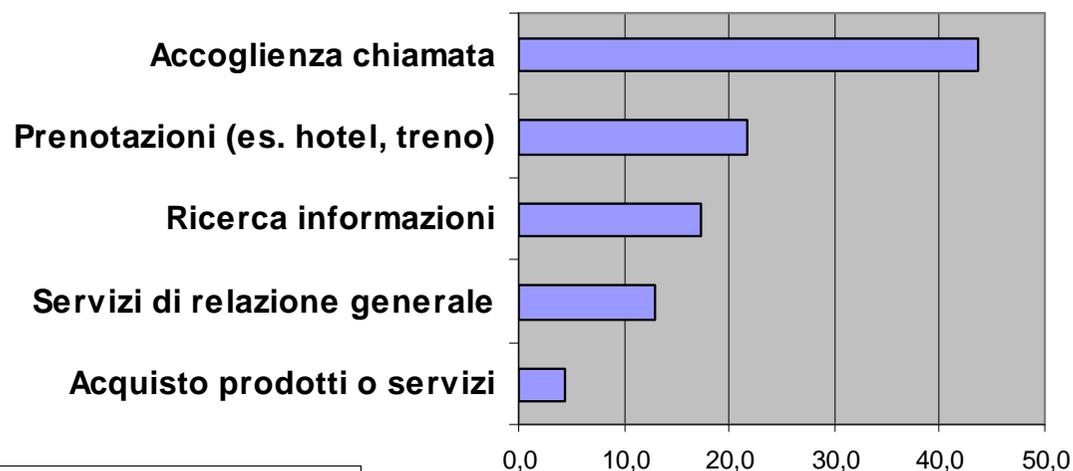
campione convegno Milano

Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile

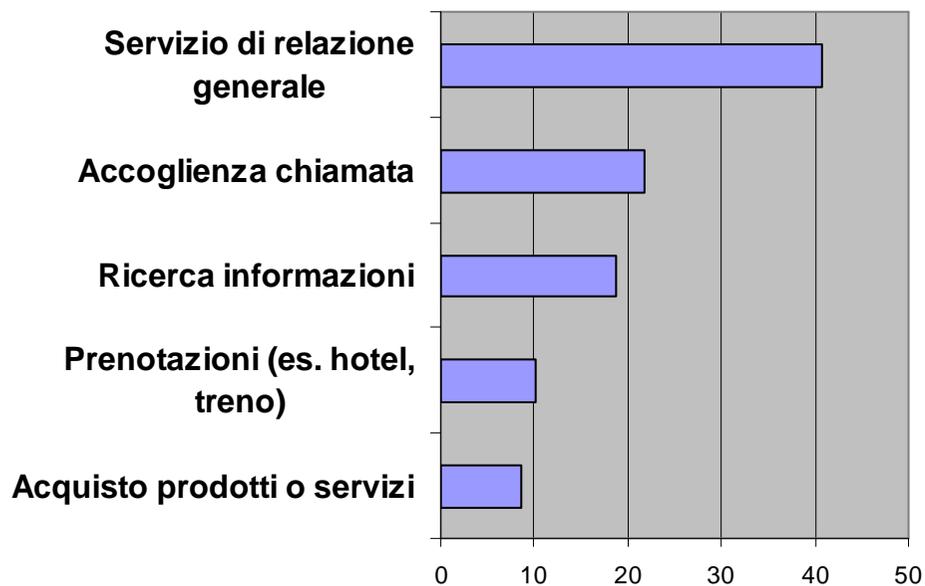


Utilità dell'automazione

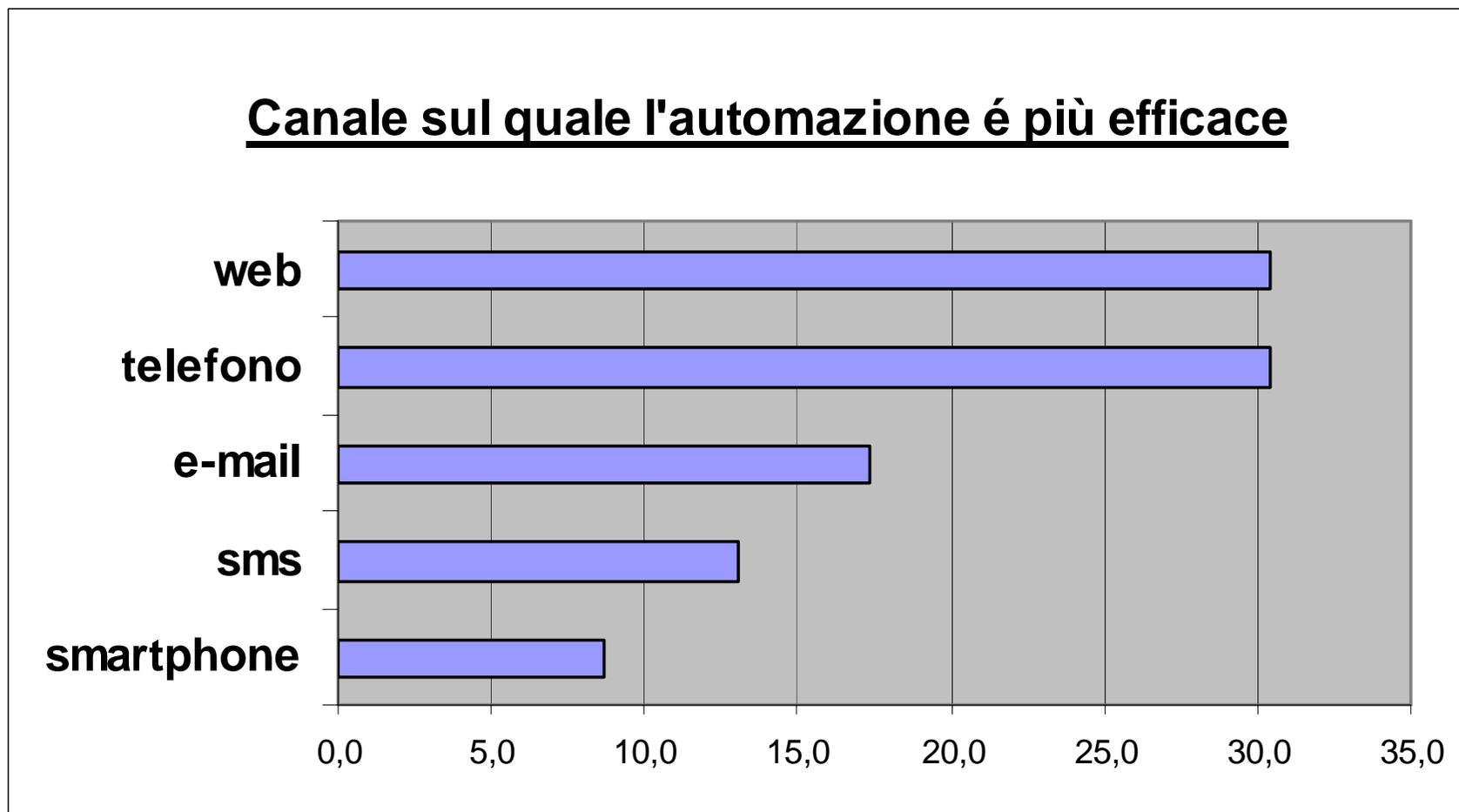
Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



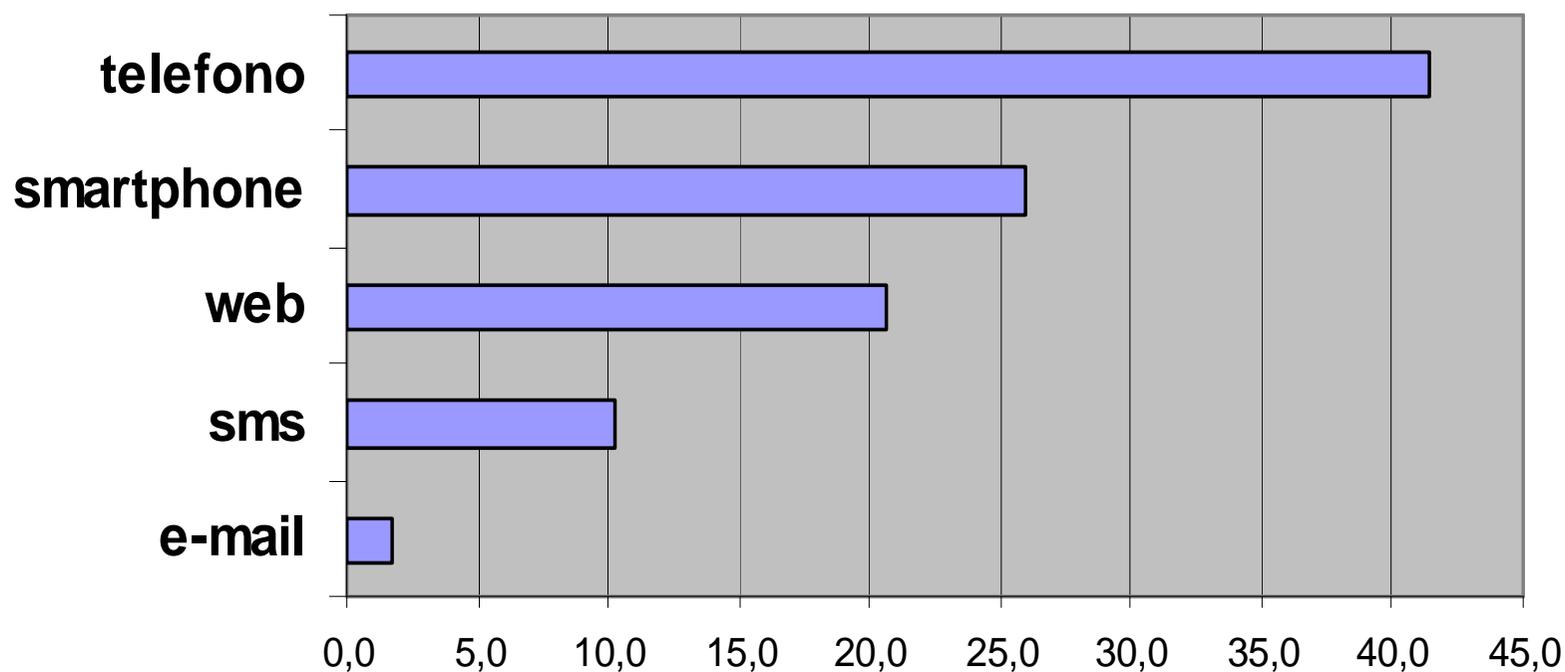
Automazione e canali impiegati *campione on-line "customer service"*



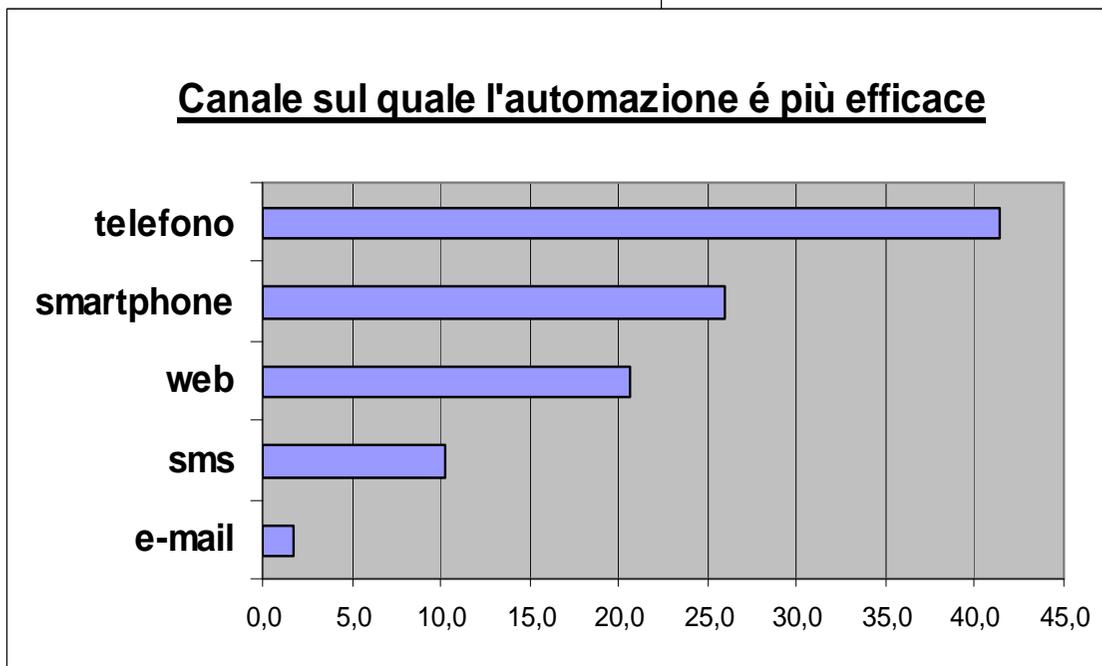
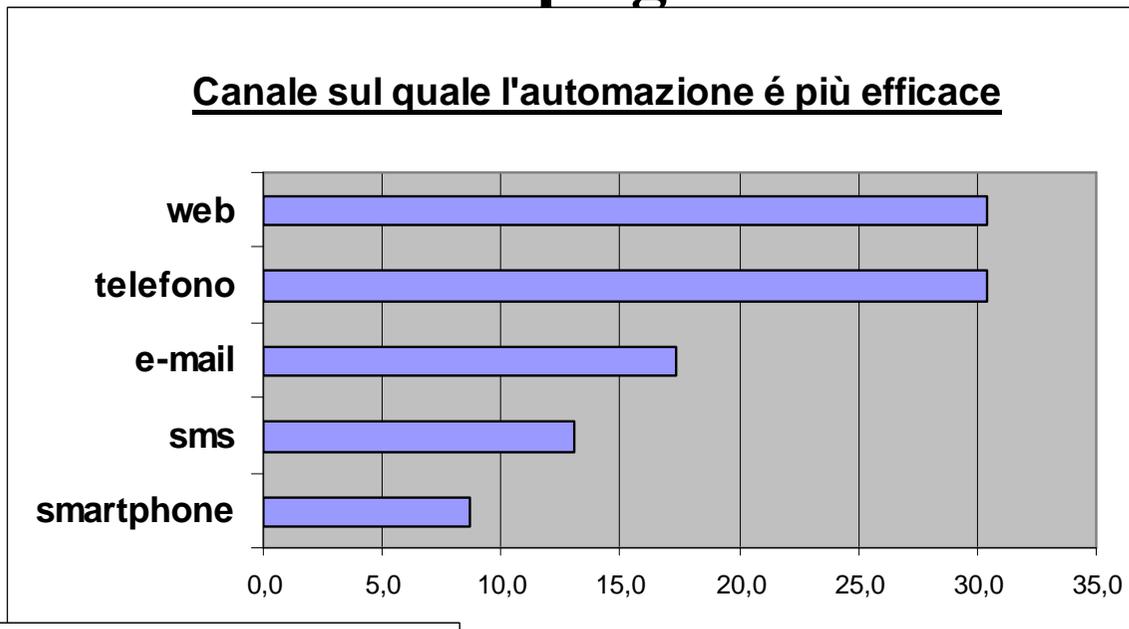
Automazione e canali impiegati

campione convegno Milano

Canale sul quale l'automazione è più efficace



Automazione e canali impiegati



Mix tra servizi assistiti e automatici

Un mix tra servizi assistiti e automatici può essere gradito alla clientela e può migliorare la qualità.

Come commenta questa affermazione?

Mix tra servizi assistiti e automatici

clienti problematici: sì, ma, dipende, solo se...

- il cliente preferisce ancora il contatto diretto
- deve poter essere bypassato per parlare con l'operatore
- dipende dal servizio erogato, più gradito se servizio ripetitivo poco complesso.
- può funzionare in alcuni casi se le istruzioni sono chiarissime
- bisogna lasciare che i clienti scelgano in base alle loro esigenze e necessità del momento
- solo se esiste effettivo tracciamento di tutte le interazioni
- sì, se il servizio automatizzato serve a guidare il cliente verso l'operatore più idoneo al tipo di richiesta

Mix tra servizi assistiti e automatici

clienti solutori: sì, ma con mix ottimale...

- il giusto mix determina di fatto il successo sul mercato...
limitare gli automatismi sui servizi a basso valore
- un **mix tra servizi assistiti e automatici** é raccomandabile
- la sfida è **indovinare il mix ottimale**, con un attento ascolto del cliente
- un mix tra i servizi può risultare il **pacchetto vincente**
- spesso tale mix risulta essere il giusto **equilibrio tra qualità e prezzo**

Mix tra servizi assistiti e automatici

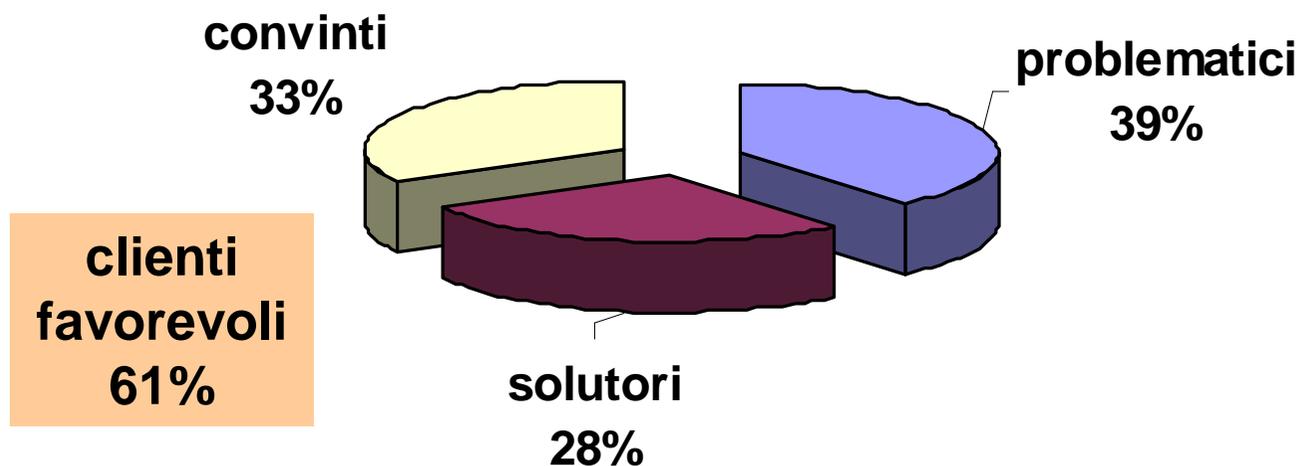
clienti convinti: sì, è vero, condivido...

- concordo pienamente con l'affermazione.
- corretto.
- é vero, spesso un servizio automatico consente di fare prima e meglio che con un operatore.
- certamente sì; l'automazione deve essere finalizzata a semplificare la vita al cliente e ad abbreviare "operazioni" senza valore per il cliente, ma necessarie per chi eroga servizi.
- condivido, è velleitario pensare di poter rispondere sempre e comunque a prescindere dai picchi.

Mix tra servizi assistiti e automatici

campione on-line "customer service"

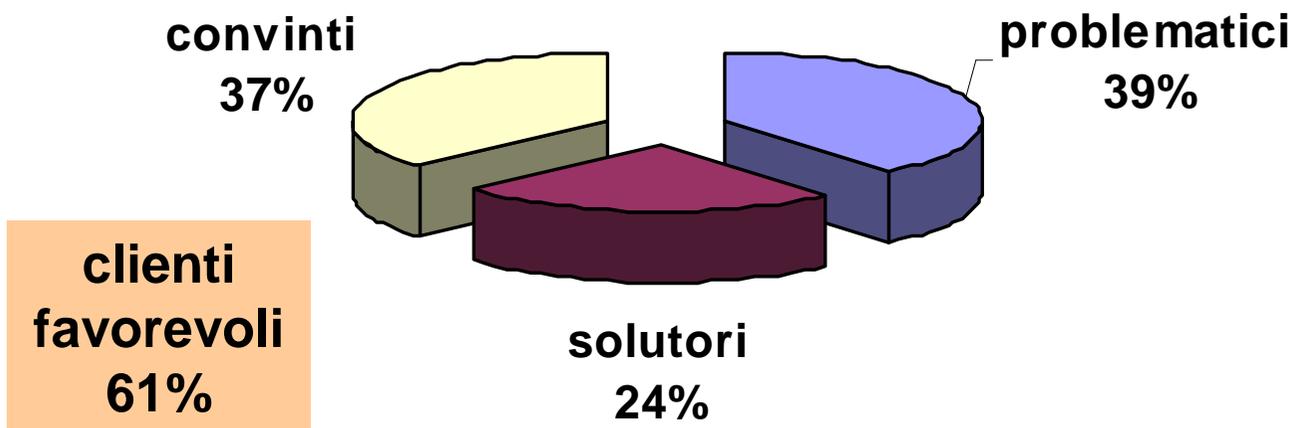
Mix tra servizi assistiti e automatici:
come si classifica il campione



Mix tra servizi assistiti e automatici

campione convegno Milano

Mix tra servizi assistiti e automatici:
come si classifica il campione



Grazie per l'attenzione, continuate a seguirci su
www.club-cmmc.it



The image shows a screenshot of the CMMO website interface. The central focus is the CMMO logo, which is a stylized white outline of a person wearing glasses and holding a laptop. Below the logo, the text "Customer Management Multimedia Competence" is displayed. To the right of the main content area is a vertical navigation menu with icons and labels: E-newsletter, Novità, CMMC, Aziende, Lotture, Attività, Interattività, and Eventi. On the left side, there are several smaller sections: "Bizmatica Client", "Giornata Nazionale della Relazione con il Cliente Cittadino", and "forum UCC". At the top of the main content area, there is a "to be online" section with a list of items: "Good News", "Web seminar 'Validazione e RSC'", "Indagine automazione C.C.", "Slogan Giornata Nazionale 2012", and "Diploma operatori in Svizzera". At the bottom of the page, there are links for "mappa", "e-mail", and "ricerca".

mario.massone@markab.it

