#CMMCnationaweek – 6 novembre 2018

**Edison**
La digitalizzazione e l’AI permettono di cambiare il rapporto fornitore/cliente, ovvero costruire nuove partnership tra Edison e fornitori di Contact Center e di tecnologie, rivedendo il modello di compensazione contrattuale.
L’intervento di revisione del modello di compensazione con il partner di outsourcing si pone in un particolare momento di evoluzione di Edison Energia che, negli ultimi 4 anni , ha visto una considerevole riduzione sia del churn che del costo delle attività di caring, con importante intervento qualitativo sulla customer base.
L’attuale fase di test si basa sulla costruzione di cluster di clienti per cui vengono definite alcune tipologie di azioni di customer care. La remunerazione è basata su tutti i clienti entranti e sui clienti verso cui si indirizza l’attività del partner con azioni proattive suggerite dalla soluzione di IA. Tutto ciò è indipendente dalla durata delle chiamate e dall’impiego che il cliente farà del self care.
L’attuale test viene condotto con Covisian e Reply e servirà anche a valutare come condividere informazioni delicate sui clienti finali.