



Automazione nei servizi di Contact Center



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

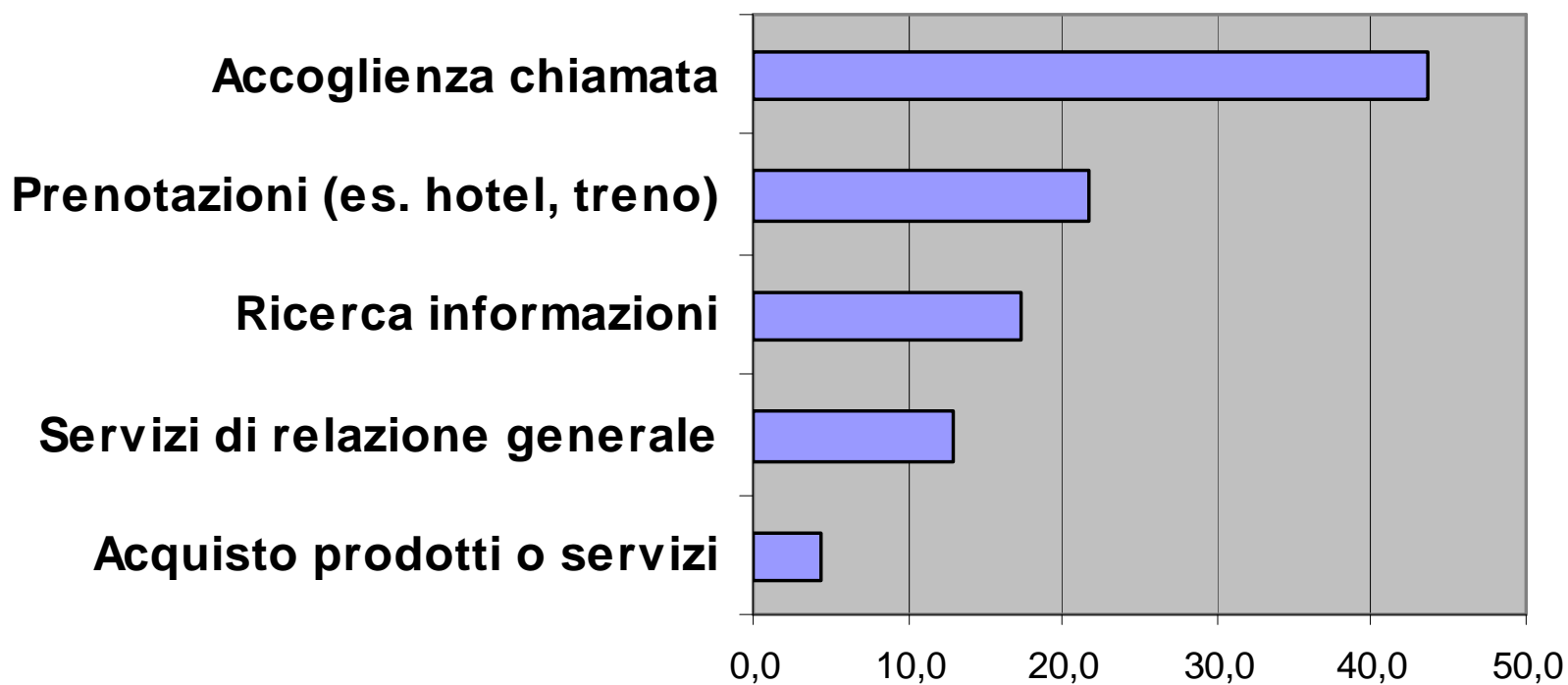
Workshop Natural Language Interactivity
Interactive Media
Milano, 27 marzo 2012

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"*

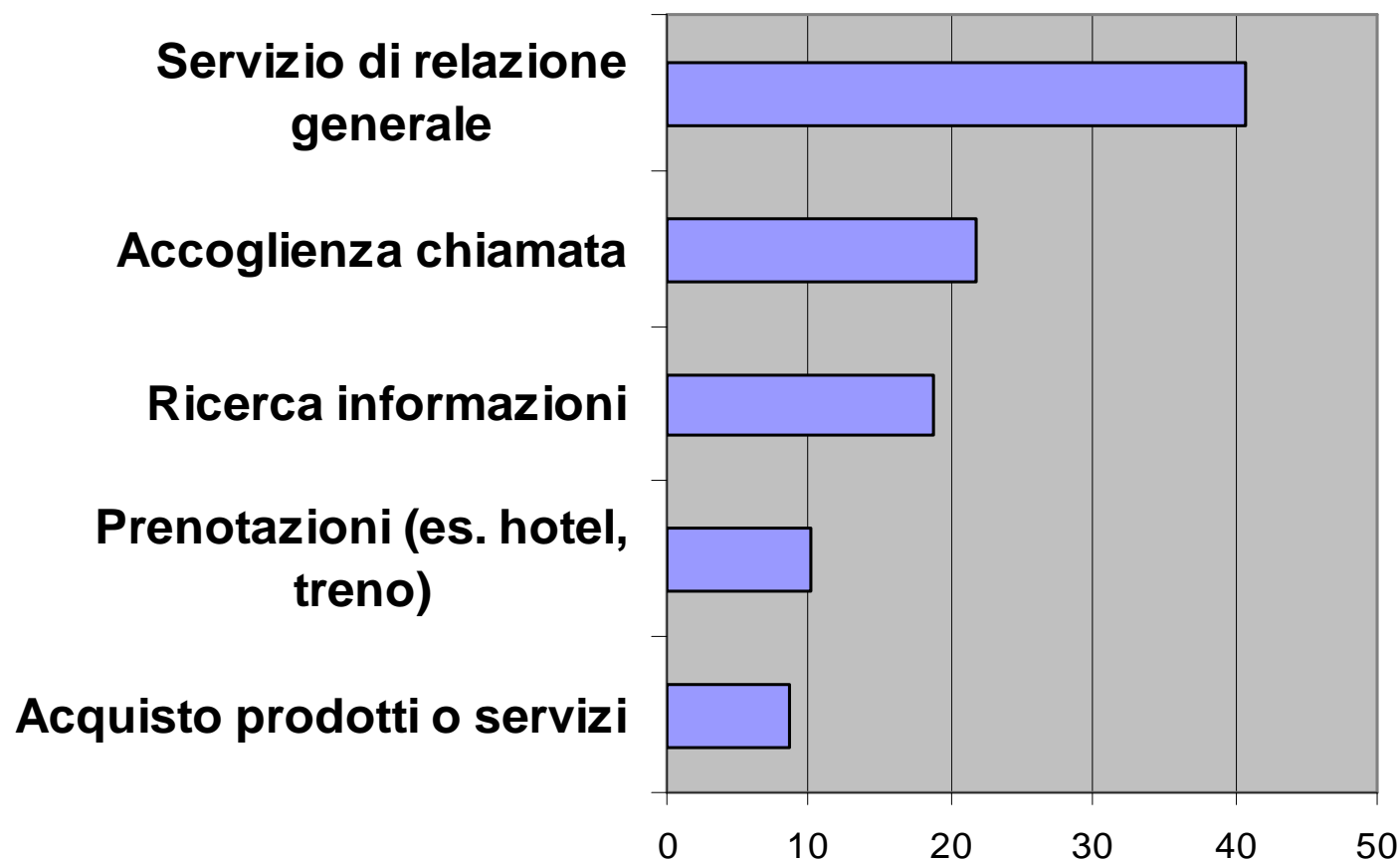
Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



Utilità dell'automazione

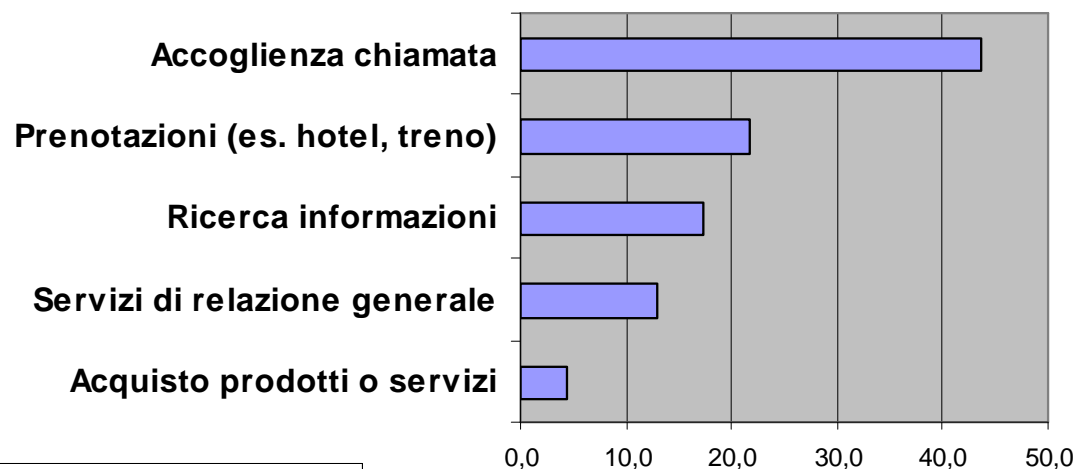
campione convegno Milano

Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile

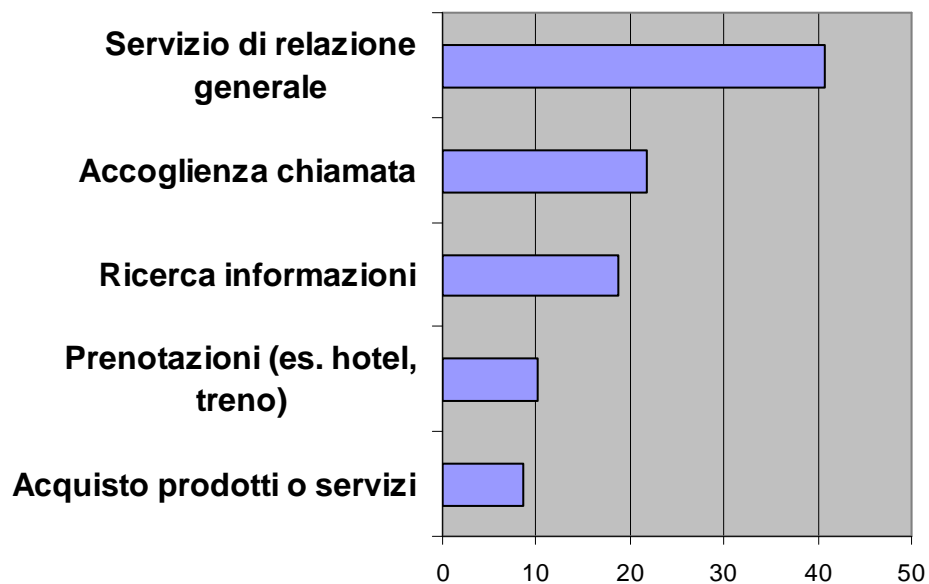


Utilità dell'automazione

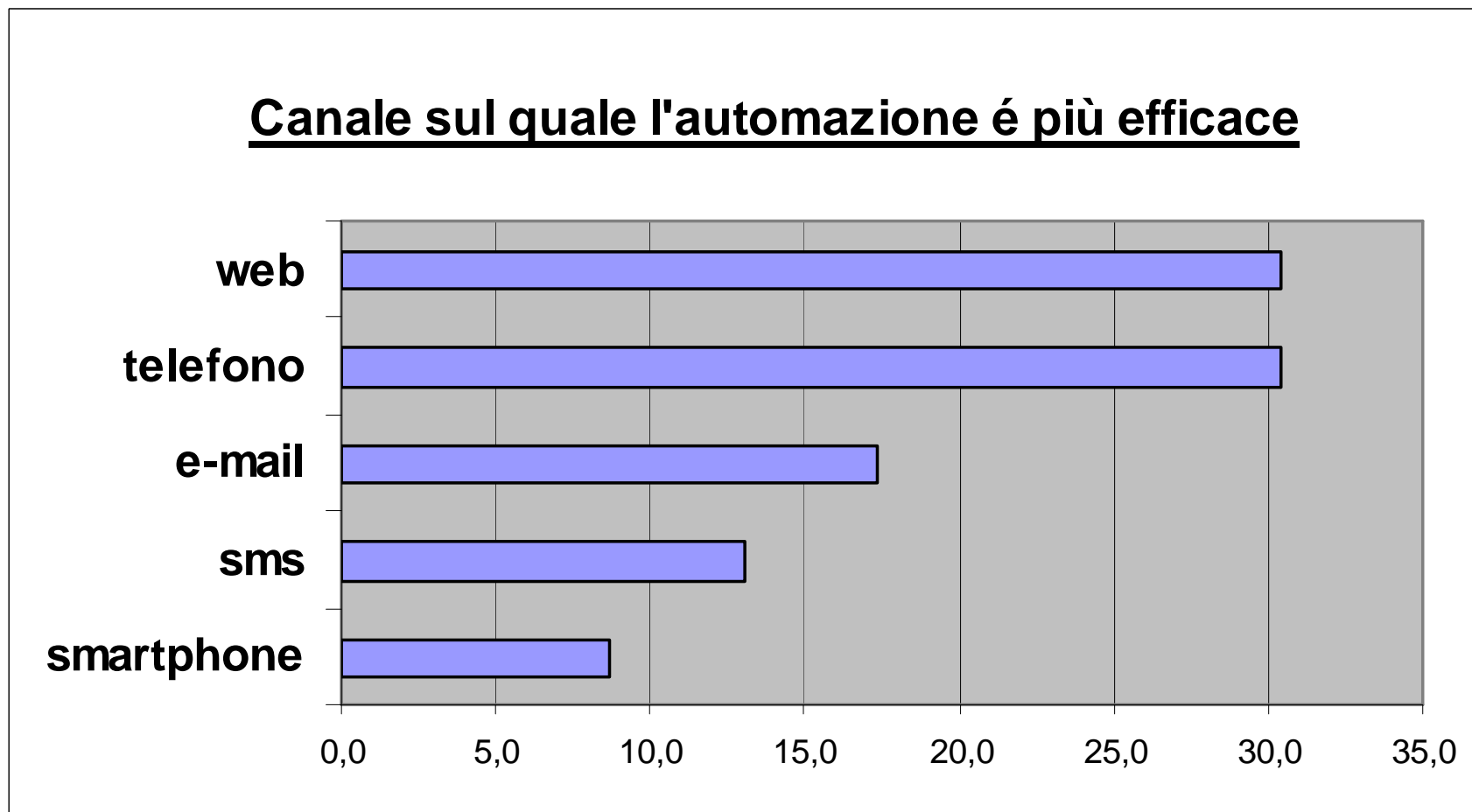
Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



Servizio per cui l'automazione è più indicata - utile



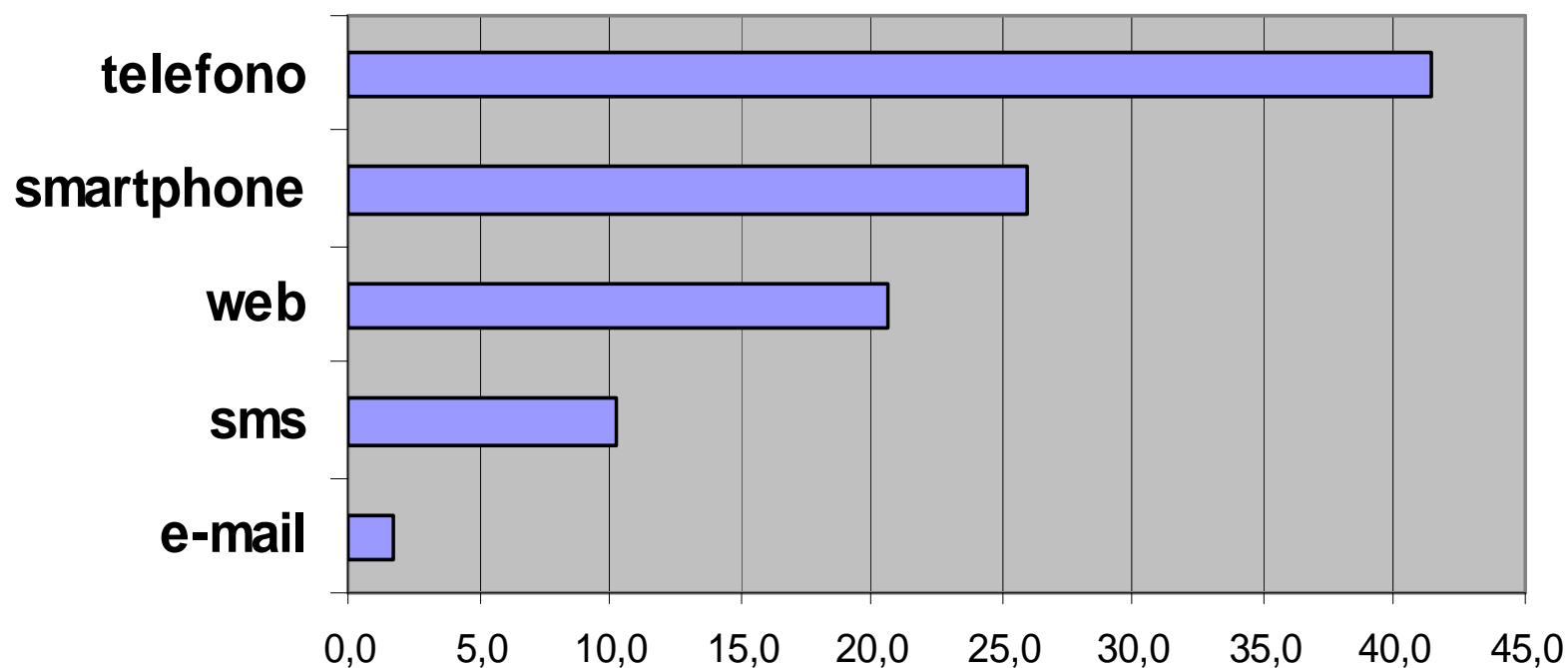
Automazione e canali impiegati *campione on-line "customer service"*



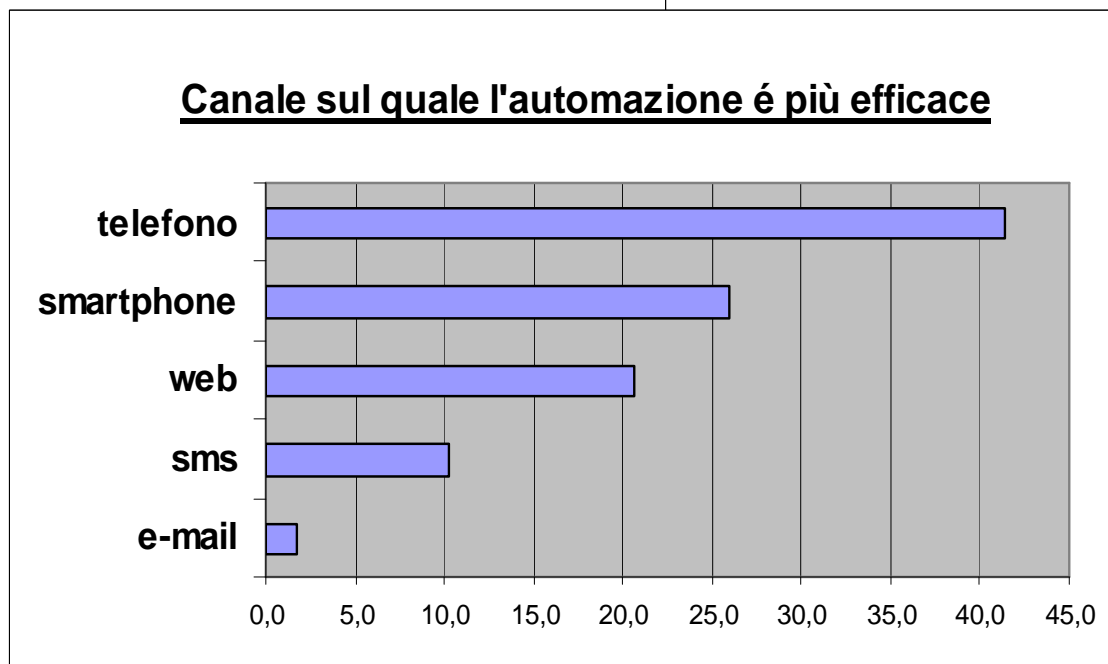
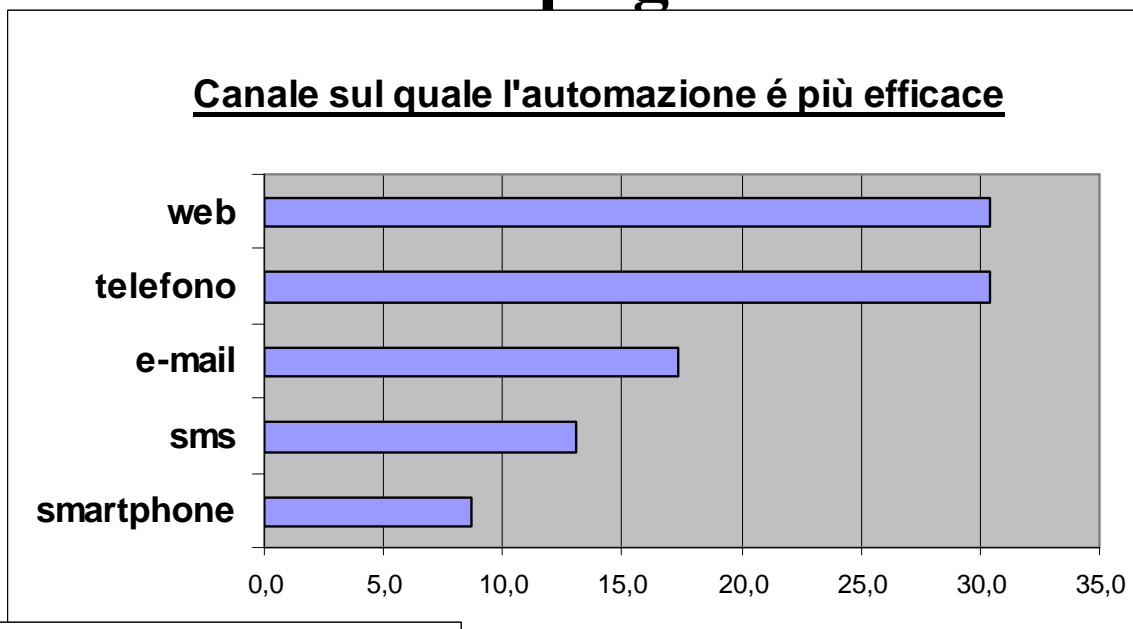
Automazione e canali impiegati

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

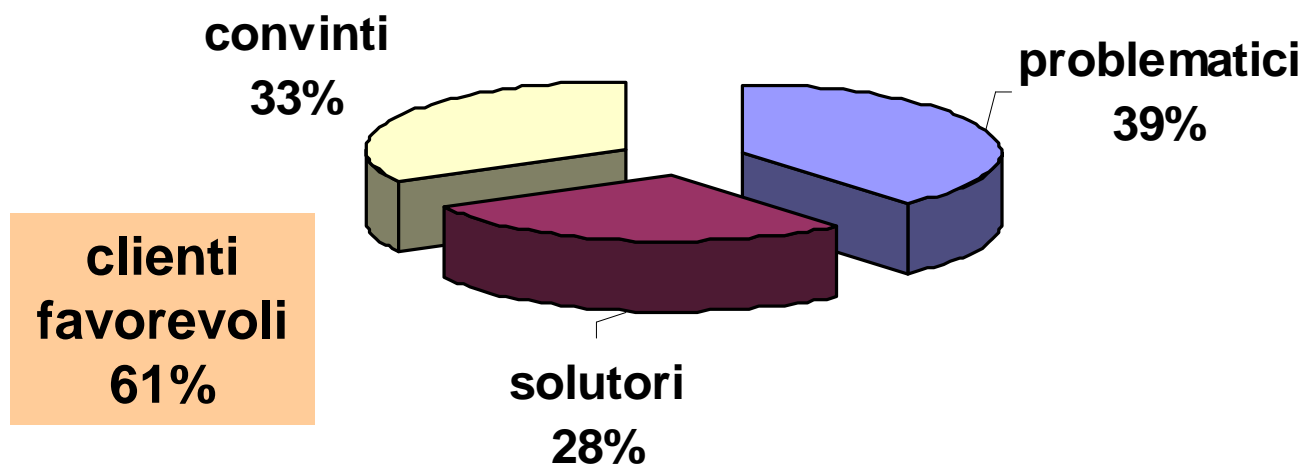
clienti convinti: sì, è vero, condivido...

- 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"

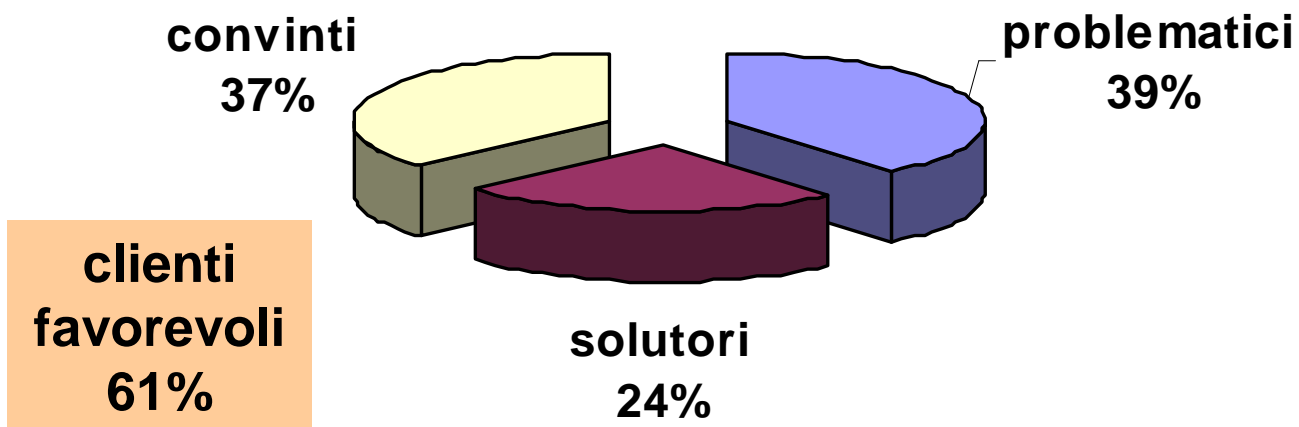
Mix tra servizi assistiti e automatici:
come si classifica il campione



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, set against a dark blue background. Below the logo, the text "Customer Management Multimedia Competence" is displayed in white. To the right of the main content area is a vertical navigation menu with several circular icons and corresponding text labels: "E-newsletter", "Novità", "CMMC", "Aziende", "Letture", "Attività", "Interattività", and "Eventi". On the left side, there are several smaller logos and text elements, including "Bizmatica", "Giornata Nazionale della Relazione con il Cliente Cittadino", and "forum". At the top of the main content area, there is a small box with the text "to be online" and 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

