



## **Cortesia e disponibilità al tempo dei “social”**

### **Premessa**

*Questa indagine (composta da 7 domande) si propone di raccogliere informazioni sul tema della cortesia e della disponibilità degli operatori di contact center.*

*Le informazioni raccolte saranno elaborate garantendo la riservatezza*

*A tutte le aziende partecipanti sarà inviata la elaborazione conclusiva.*

*Si precisa che:*

- per “cortesia” si intende il comportamento garbato, gentile, premuroso e interessato.*
- per “disponibilità” si intende l’apertura mentale verso gli altri, che agevola l’ascolto e la comprensione delle richieste di supporto.*

### **1. Quali sono le metodologie di analisi usate dalla sua azienda per capire quanto e come i vostri clienti considerano la cortesia degli operatori di contact center?**

*(scegliere frequenze e tipologia clienti)*

- |   |                                  |                                  |                                   |                                   |
|---|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mystery Shopper  | <input type="checkbox"/> mensile | <input type="checkbox"/> annuale | <input type="checkbox"/> consumer | <input type="checkbox"/> business |
| <input type="checkbox"/> CSI              | <input type="checkbox"/> mensile | <input type="checkbox"/> annuale | <input type="checkbox"/> consumer | <input type="checkbox"/> business |
| <input type="checkbox"/> Feedback Instant | <input type="checkbox"/> mensile | <input type="checkbox"/> annuale | <input type="checkbox"/> consumer | <input type="checkbox"/> business |
| <input type="checkbox"/> altra analisi    | <input type="checkbox"/> mensile | <input type="checkbox"/> annuale | <input type="checkbox"/> consumer | <input type="checkbox"/> business |

*(precisare) .....*

### **2. Sotto sono riportati alcuni aspetti che descrivono la cortesia e la disponibilità degli operatori di contact center. Segnali quali sono monitorati dalla sua azienda e qual è il loro livello di importanza.**

#### **2.1) Uso di parole e frasi cortesi. Per favore, posso, grazie, scusi, benvenuto, con nome cliente**

- |   |  |                                     |   |
|---|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> monitorato           | <input type="checkbox"/> non monitorato        |                                     |   |
| <input type="checkbox"/> per nulla importante | <input type="checkbox"/> abbastanza importante | <input type="checkbox"/> importante | <input type="checkbox"/> molto importante |

#### **2.2) Uso di frasi che mostrano sensibilità. Stiamo provvedendo, ci scusi. Comprendo la situazione**

- |   |  |                                     |   |
|---|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> monitorato           | <input type="checkbox"/> non monitorato        |                                     |   |
| <input type="checkbox"/> per nulla importante | <input type="checkbox"/> abbastanza importante | <input type="checkbox"/> importante | <input type="checkbox"/> molto importante |

**2.3) Frasi di chiusura. La ringrazio per averci chiamato....buona giornata**

- monitorato                       non monitorato  
 per nulla importante       abbastanza importante       importante       molto importante

**2.4) Impiego del tono di voce. La voce non é impersonale, impaziente, impersonale, rude**

- monitorato                       non monitorato  
 per nulla importante       abbastanza importante       importante       molto importante

**2.5) Impiego dello script. L'operatore non deve sembrare un robot che legge lo script**

- monitorato                       non monitorato  
 per nulla importante       abbastanza importante       importante       molto importante

**2.6) Ritmo della voce. La velocità ed il ritmo della voce, adeguati alle esigenze del cliente**

- monitorato                       non monitorato  
 per nulla importante       abbastanza importante       importante       molto importante

3. Ci sono altri elementi su cui indagate, sempre nella sfera che riguarda il comportamento e la preparazione degli operatori? Scegliere tra i seguenti, oppure inserire un nuovo elemento.

*(multirisposta)*

- utilizzo dell'hold/mute
- richiesta/utilizzo nome e titolo cliente
- ascolto attivo e controllo della chiamata
- relazione tra cortesia e proposta commerciale
- offerta di ulteriore aiuto e riepilogo finale
- particolare attenzione al cliente nuovo ed inesperto
- altro elemento

.....

**4. Sulla base delle vostre attività di ricerca, quanto risultano importanti per i clienti della vostra azienda la cortesia e la disponibilità degli operatori di contact center?**

*(segnare il livello di importanza)*

- 1) per nulla importante      2) abbastanza importante      3) importante      4) molto importante

**5. Come la sua azienda giudica l'attività di analisi condotta sugli aspetti di cortesia e disponibilità degli operatori dei contact center?**

- Mystery Shopper  
1) non utile      2) abbastanza utile      3) utile      4) molto utile
- CSI  
1) non utile      2) abbastanza utile      3) utile      4) molto utile
- Feedback Instant  
1) non utile      2) abbastanza utile      3) utile      4) molto utile
- altra analisi.....  
1) non utile      2) abbastanza utile      3) utile      4) molto utile

**6. Se la sua azienda, in relazione ai risultati delle analisi condotte, ha messo in atto azioni di miglioramento negli ultimi 12 mesi, a quali aree esse sono prevalentemente rivolte?**

*(multirisposta)*

- miglioramento formazione operatori
- modifica frequenze di rilevazione
- modifica organizzativa contact center
- revisione processo di relazione con il cliente,
- revisione processo con particolare attenzione ad alcune tipologie di clienti,
- incremento relazione tra funzioni aziendali
- altro

.....  
.....

**7. Può descrivere, in breve, una recente iniziativa che si è dimostrata particolarmente efficace nella sfera che riguarda il comportamento e la preparazione degli operatori di contact center?**

.....  
.....

**Grazie per la sua collaborazione!**

---

**Documento da compilare ed inviare a:**  
**Club CMMC – Markab**  
mediante e-mail: [info@club-cmmc.it](mailto:info@club-cmmc.it) - mediante fax: 02 875234

---