

**Premio migliore partner
outsourcing di teleselling – 2011**

**Premio migliore partner
outsourcing di customer care – 2011**



**Premio
Relazione con
il Cliente Cittadino**

BANDO DI CONCORSO

ART. 1. OGGETTO E FINALITA'

CMMC bandisce un concorso per l'attribuzione del "Premio migliore partner outsourcing di teleselling e di customer care – 2011"

L'iniziativa risponde alla finalita' di premiare le Aziende che si sono particolarmente distinte per lo sviluppo del mercato dei servizi di contact center e di relazione con clienti e cittadini in Italia.

ART. 2. CONTENUTO DEL PREMIO

Il premio verra' attribuito, sulla base dei criteri di cui all'articolo 5) del presente bando di concorso. Ciascuno dei primi classificati nella graduatoria definita dalla Commissione di cui all'articolo 5) del presente bando di concorso, riceverà una targa di riconoscimento speciale e un attestato, come descritto nell'articolo 6).

ART. 3. REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE

Possono partecipare al concorso tutte le Aziende che operano sul territorio italiano e che svolgano servizi in outsourcing di teleselling e di customer care.

ART. 4. MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

La partecipazione al concorso "del "Premio migliore partner outsourcing di teleselling e di customer care – 2011" è gratuita.

Tutte le Aziende potranno partecipare al concorso compilando il "Modulo partecipazione Societa' di servizi di Outsourcing" riportato nell'Allegato A)

Ogni Azienda che invia tale documento sara' avvisata dell'avvenuto ricevimento e, se avra' superato la prima fase di selezione, sara' ricontattata per un approfondimento.

L'invio del documento Allegato A) dovra' avvenire entro il 31 agosto 2011.

ART. 5. VALUTAZIONE DEL PREMIO

Il premio verra' attribuito a insindacabile giudizio di una Commissione.

La Commissione è costituita da alcune delle principali Societa' Committenti appartenenti a vari settori: telecomunicazioni, media, utilities e finanziario.

La Commissione individuera' i vincitori secondo un ordine di graduatoria definito sulla base dei criteri evidenziati nel "Modulo criteri di valutazione espressi da Clienti Committenti", riportato

nell'Allegato B).

Tutte le Società Clienti Committenti che vorranno partecipare alle valutazioni potranno richiedere alla Segreteria del Premio il “Modulo valutazioni espresse da Clienti Committenti”, modulo sul quale per ciascun criterio esse potranno assegnare un punteggio variabile da 1=scarso a 4=ottimo. La Commissione produrrà una specifica motivazione per ogni premio assegnato.

ART. 6. MODALITA' DI CONFERIMENTO DEL PREMIO

La graduatoria dei vincitori sarà pubblicata sul sito web di CMMC (www.club-cmmc.it) e sarà prodotta una opportuna comunicazione alla Stampa.

I vincitori saranno premiati in occasione di un evento organizzato da CMMC a gennaio 2012 e a cui parteciperanno anche i componenti della Commissione.

ART. 7. INFORMAZIONI ED AGGIORNAMENTI

Le ulteriori informazioni e integrazioni al bando sono recuperabili dal sito www.club-cmmc.it

Milano, 20 Giugno 2011

Segreteria Premi 2011 – CMMC
Signora Laura Cappetti
Via San Vittore 6 20123 Milano,
tel. 02 72021195 - fax: 02 875234 – e.mail: info@club-cmmc.it

Allegato A)
Allegato B)

Allegato A)

Premio migliore partner outsourcing di teleselling e di customer care – 2011 Modulo partecipazione Societa' di servizi di Outsourcing - documento riservato Ragione Sociale della Societa':	
Partecipa per i servizi di teleselling	
Partecipa per i servizi di customer care	
Partecipa per i servizi di teleselling e customer care	
Anni di attivita' come servizi di outsourcing di teleselling e/o customer care in Italia	
Diversificazione attivita' (indicare le attivita' principali es: telemarketing, teleselling, customer care, back office, B2B, servizi ai cittadini, recupero crediti, ecc...)	
Diversificazione settori di mercato clienti (indicare i settori, es: telecomunicazioni, media, utilities, commercio, finanziario, PA, assicurazioni, industria, terzo settore, ecc)	
Diversificazione portafoglio clienti (indicare il peso % del fatturato dei primi 2 clienti sul totale fatturato relativo all'ultimo anno fiscale disponibile)	
Diversificazione internazionale (indicare, ad esempio, la presenza di operatori multilingue e di aziende clienti non italiane)	
Sedi operative (indicare il numero di sedi in Italia)	
Utilizzo dei contratti di lavoro per ottenere la flessibilita' richiesta dalle principali attivita' svolte	
Referenze Clienti Committenti (riportare le principali societa', che si suggerisce anche di coinvolgere in questa iniziativa per raccogliere le loro valutazioni)	
Riportare informazioni particolari che si intendono porre all'attenzione della Commissione di valutazione dei Premi (es. Certificazioni, Iniziative sociali, Iniziative per il personale, Risultati economici conseguiti, ecc..)	
<i>Ove possibile, allegare ultimo bilancio disponibile (es. semestrale)</i>	
RESPONSABILE a cui fare riferimento per questa iniziativa Cognome e nome: Indirizzo: Telefono:..... Cellulare:..... Indirizzo e-mail:.....	
I dati contenuti in questo documento sono riservati e possono essere impiegati solo per le finalita' del Premio. Nel caso che le informazioni da trasmettere richiedano più spazio impiegare un Allegato A1)	

Documento da compilare ed inviare a CMMC - Premio 2011 entro 31 agosto 2011
mediante posta: Via San Vittore 6 20123 Milano,
oppure mediante fax: 02 875234, oppure mediante e-mail:info@club-cmmc.it

Allegato B)

Premio migliore partner outsourcing di teleselling e customer care – 2011

Modulo criteri di valutazione espressi da Clienti Committenti - documento riservato

Ragione Sociale della Società:

Capacità di comprendere il business del Committente e di contribuire con idee innovative in ottica win win (es. sistemi, processi e approcci gestionali per ottenere risparmi e maggiori ricavi con una logica di ripartizione del valore)

Disponibilità a collaborare e a predisporre nelle strutture operative un forte senso di appartenenza al brand del Committente e di responsabilizzazione nella gestione di ogni singolo caso

Qualità etiche. Capacità nella gestione trasparente della relazione del cliente finale

Qualità nell'amministrazione delle risorse umane. Capacità di mantenere nel tempo un buon livello del clima interno all'organizzazione (es. con iniziative ludiche e sociali)

Responsabilità Sociale. L'Azienda è considerata una risorsa per il territorio in cui opera e mette in campo concreti impegni sociali

Flessibilità. Capacità di mantenere adeguata flessibilità operativa attraverso il giusto mix contrattuale (ripartizione in full time, part time, lap). Flessibilità negli staffaggi e tempestiva reattività in occasione della modifica dei forecast

Capacità di comprendere le dinamiche del mercato e di prendere in carico le esigenze del cliente finale (ad esempio richiedendo al Committente supporto in maniera strutturata) al fine di garantire il mantenimento dell'impegno)

Capacità di tenere la forza lavoro aggiornata con formazione continua, in un'ottica di continuo miglioramento, a valle di un processo ricorrente di assessment basato su verifica periodica delle competenze, programmi di affiancamento strutturati e criteri di selezione collaudati

Capacità dell'azienda di coinvolgere gli addetti nel raggiungimento degli obiettivi in costante miglioramento attraverso schemi di incentivazione e/o altri benefici

Sicurezza fisica locali. Sicurezza informatica dei sistemi e dei data base clienti. Continuità del servizio con gestione overflow su sede secondaria presidiata

Infrastrutture tecnologiche flessibili e multicanali (es. chat, e-mail, sms, sn). Integrazione servizi di front e back office. Sistemi CTI ed IVR con possibilità di personalizzazione

RESPONSABILE a cui fare riferimento per questa iniziativa

Cognome e nome:

Indirizzo:

Telefono:.....

Cellulare:.....

Indirizzo e-mail:.....

Per il trattamento dei dati personali:Decreto Legislativo 30/6/2003 n. 196 (Codice in materia di protezione dei dati personali).

I dati contenuti in questo documento sono riservati e possono essere impiegati solo per le finalità del Premio

Documento da compilare ed inviare a CMMC - Premio 2011

mediante posta: Via San Vittore 6 20123 Milano,

oppure mediante fax: 02 875234, oppure mediante e-mail:info@club-cmmc.it