



Ricerche on-line

Performance

e costi

Elaborazione risultati

Campione composto da 101 risposte

Periodo di rilevazione: Ottobre-Novembre 2002

Performance e costi dei contact center

tipologia campione (101 risposte)

solo in house	37%
in house, ma parziale outsourcer	25%
solo outsourcer	32%
outsourcer su mercato captive	6%
prevalentemente di tipo consumer	44%
egual misura business e consumer	23%
prevalentemente di tipo business	21%
esclusivamente di tipo business	7%
esclusivamente di tipo consumer	5%
media postazioni operatore	110
% media postazioni attive	70

Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Indicatori di performance per comunicazioni telefoniche

	valori medi
% chiamate risposte entro 20 secondi	74,8
tempo medio di attesa (sec.)	23,8
% di chiamate abbandonate	8,8
tempo medio per contatto (con after-call, in sec.)	165,3
tempo medio di attesa prima abbandono (sec.)	66
% di contatti evasi al primo livello	79,5
escluse short-call con durata inferiore a..(sec.)	11,4
% tempo occupazione dell'operatore al giorno	68,5

Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Indicatori di performance per comunicazioni e-mail

	valori medi
n° di e-mail gestite al giorno per operatore	37,8
tempo medio entro cui si risponde a e-mail (ore)	19,5
% di casi risolti alla prima risposta di e-mail	81,8
% di e-mail correttamente classificate	82
% email risposte completamente in automatico	25,4
% email errate / incomplete / non gestite	16,4

Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003



Fonte: Osservatorio Club CMMC 2002

Durata media del contatto

	in minuti
chiamata inbound help desk	6,3
chiamata customer care informativo	3,1
chiamata telemarketing outbound	4,5
risposta ad e-mail	3,3
chat gestita	5,8

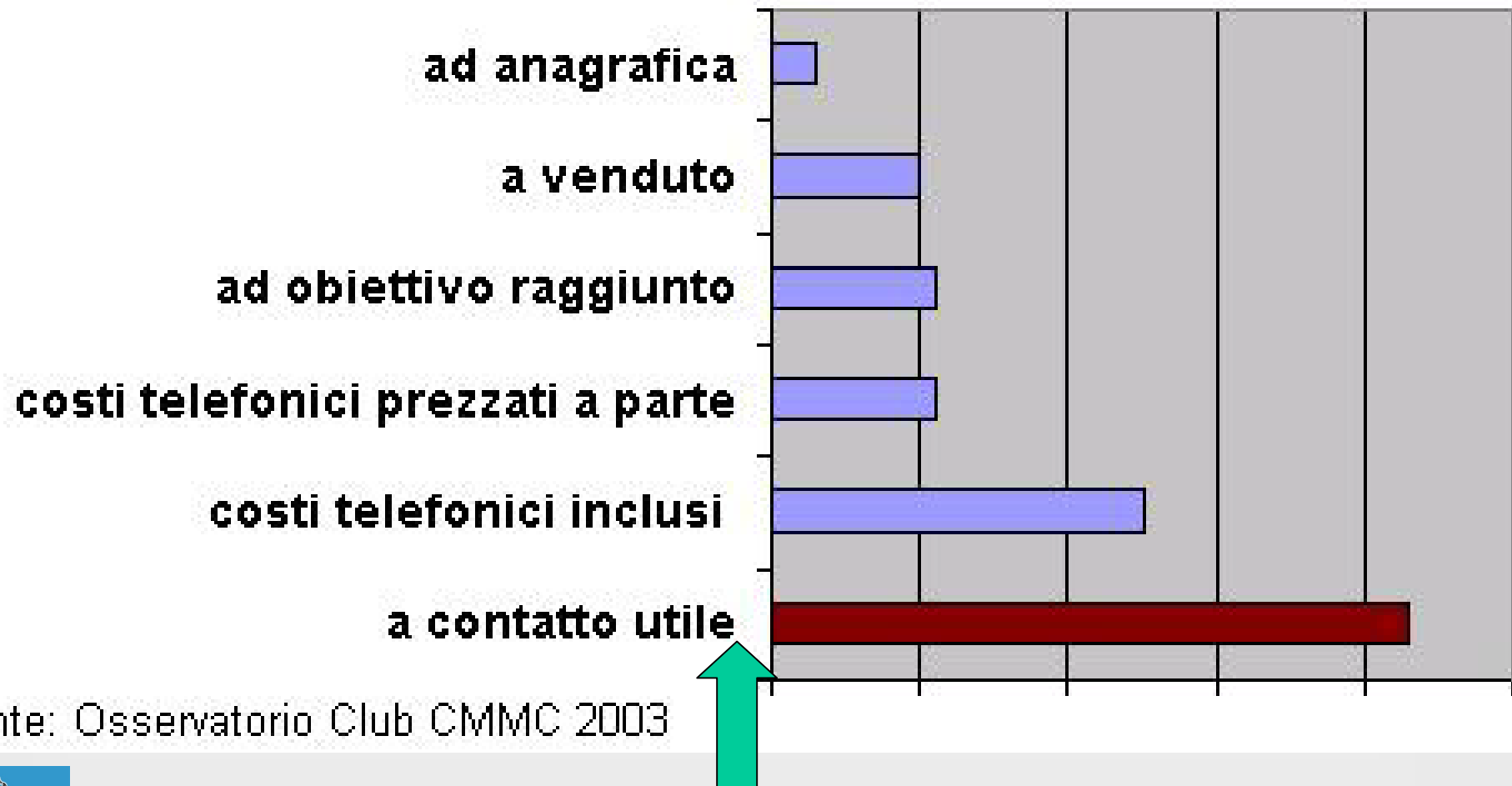
Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Prezzi o valori medi

	in cent di euro
contatto inbound help desk (cent al minuto)	93,6
contatto customer care informativo (cent al minuto)	83,0
contatto (utile) telemarketing outbound (cent al minuto)	143,9
e-mail smistata (in centesimi)	34,0
e-mail risposta (in centesimi)	111,5
chat gestita (cent al minuto)	63,5

Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Modalità offerta servizio telemarketing outbound



Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Modalità offerta servizio "help desk"

prezzo per risorsa dedicata
minimo garantito e aggiuntivo
penali e/o incentivi con SLA
prezzo al minuto
prezzo per postazione dedicata
prezzo per contatto gestito



Fonte: Osservatorio Club CMMC 2003

Modalità offerta customer care informativo

- minimo garantito, delta a prezzo inferiore*
- minimo garantito, delta stesso prezzo*
- prezzo per postazione*
- prezzo al minuto*
- penali o incentivi SLA*
- prezzo per contatto gestito*

