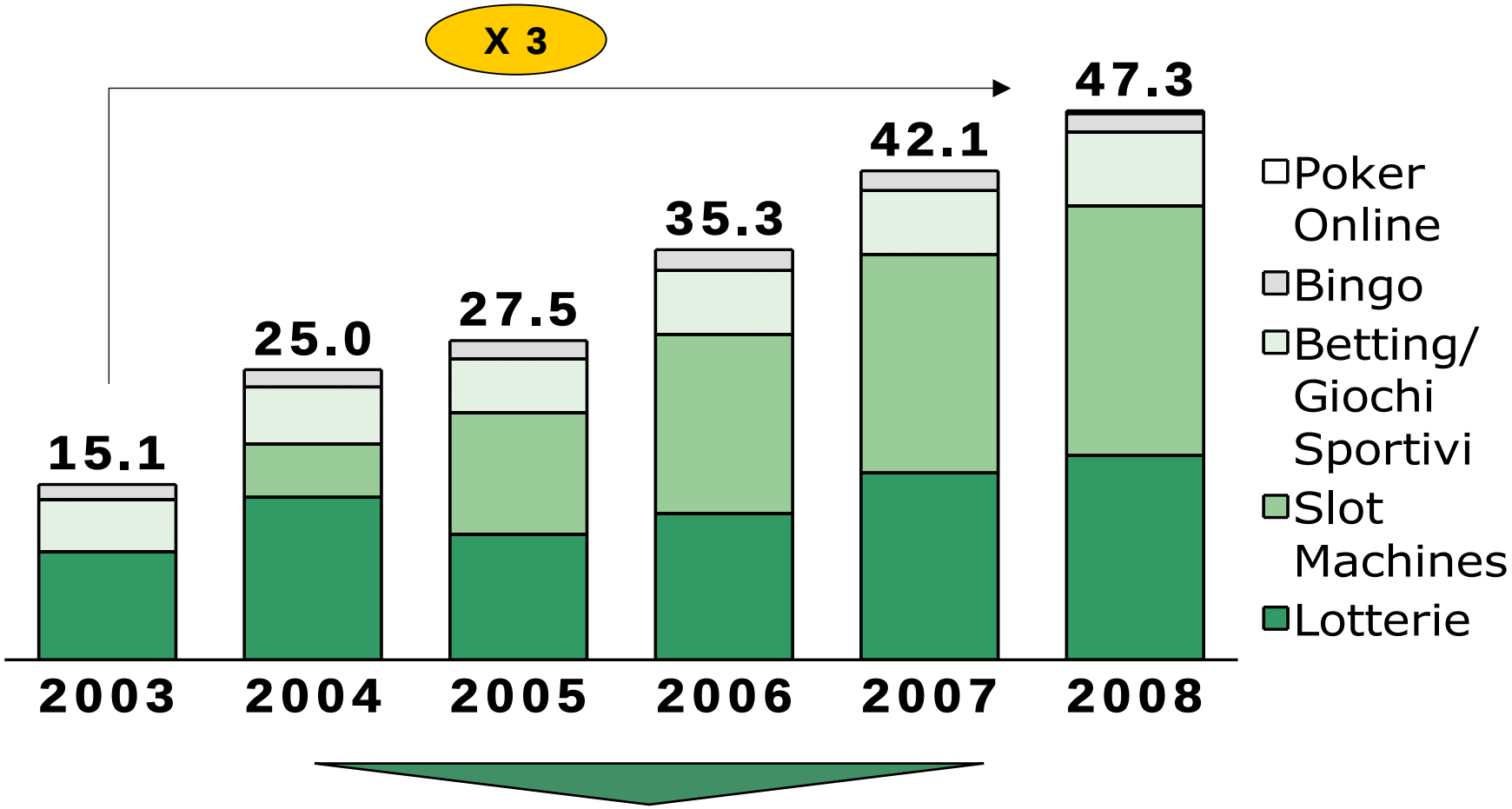
# Lottomatica ed il Contact Center

***Roma, 26 giugno 2009***

GRUPPO LOTTOMATICA giochi e servizi

# Il mercato dei giochi in Italia (Mld €)




Lottomatica è il **leader di mercato con una quota nel 2008 del 41,1%** (il secondo player ha 11,6% come quota di mercato)

# L'offerta dei Giochi – Principali brand Lottomatica

LOTTOMATICA BETTER SLOT

#Totosì

BETTER

POKER Club

GIOCO DEL LOTTO

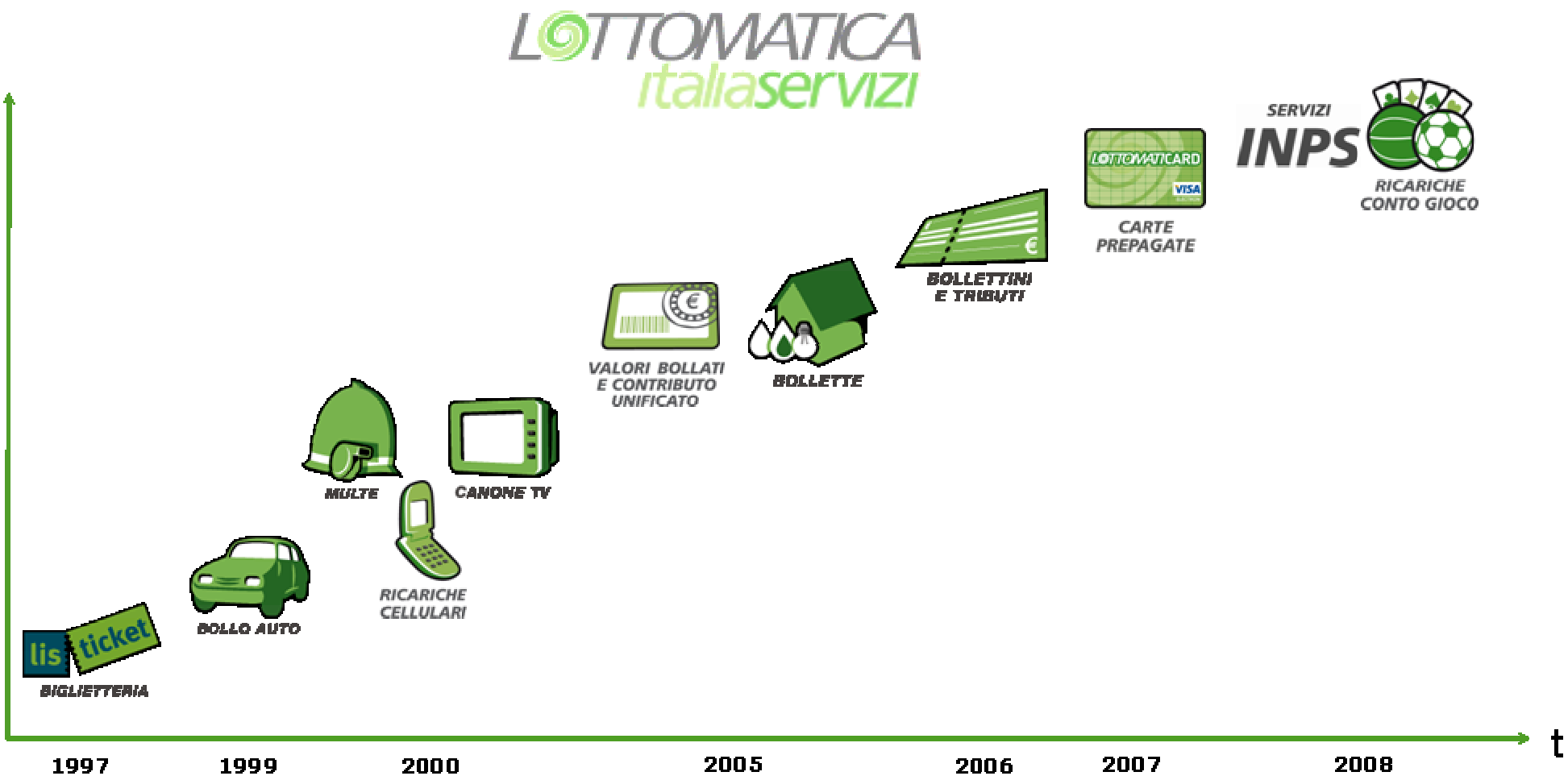
Gratta e Vinci!

**Con oltre 14 miliardi di € di raccolta Lottomatica è oggi il <u>primo operatore di Lotterie</u> al mondo**



GRUPPO LOTTOMATICA giochi senza

# L'offerta dei Servizi




**Biglietteria**

**Ricariche**

**Lottomaticard**

**Bollo auto e altri servizi**

**Bollette e pagamenti**

# I numeri di Lottomatica in Italia

Lottomatica gestisce la più estesa rete on line di punti vendita in Italia

| | |
|---|---|
| **BASE CLIENTI (#):** | |
| • **Giochi** | **> 20 Milioni** |
| • **Servizi** | **> 30 Milioni** |
| **INFRASTRUTTURA** | |
| • **Rete (# di PdV):** | **> 98.000** |
| • **Terminali (#):** | **> 240.000** |
| **VOLUMI** | |
| • **Flussi finanziari (€):** | **> 24 Miliardi** |
| • **Numero di transazioni (€)** | **> 4,4 Miliardi** |
| • **Numero di spedizioni (#)** | **> 2 Milioni** |
| • **Contatti con i clienti (#)** | **> 7 Milioni** |

# Lottomatica nel mondo – L'operazione Gtech

**La più grande acquisizione (valore pari a 4 Mld€) compiuta da un'azienda italiana negli Stati Uniti e fra le più grandi acquisizioni italiane all'estero in assoluto**

GTECH

- Leader mondiale nella fornitura di soluzioni tecnologiche per lotterie e apparecchi da intrattenimento
- Presente in oltre 50 paesi
- Fornitore tecnologico di riferimento per il 58% delle lotterie mondiali
- Produttore del terminale Altura, il più performante e diffuso a livello mondiale

Presenza globale con ricavi di circa 2 Mld€

Circa 7.500 persone (1.200 in Italia)

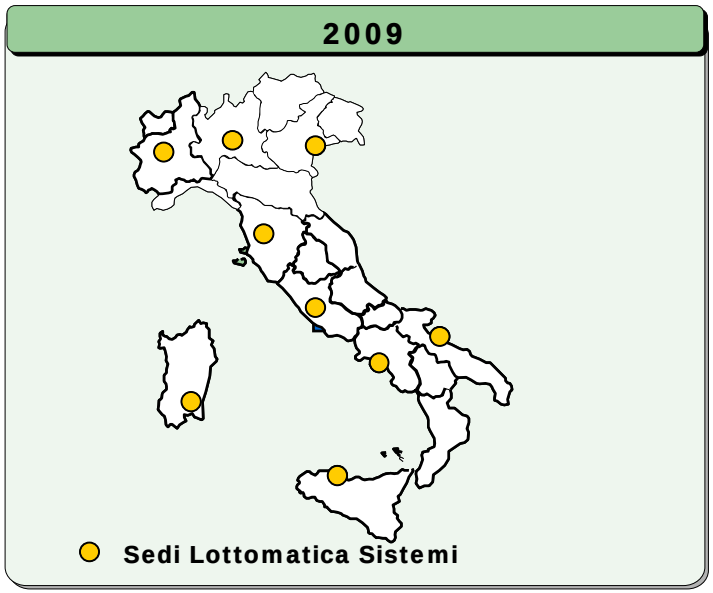
Quotata sulla borsa di Milano (parte dell'indice dei principali titoli)

Favorevoli prospettive di espansione internazionale nella gestione del gioco

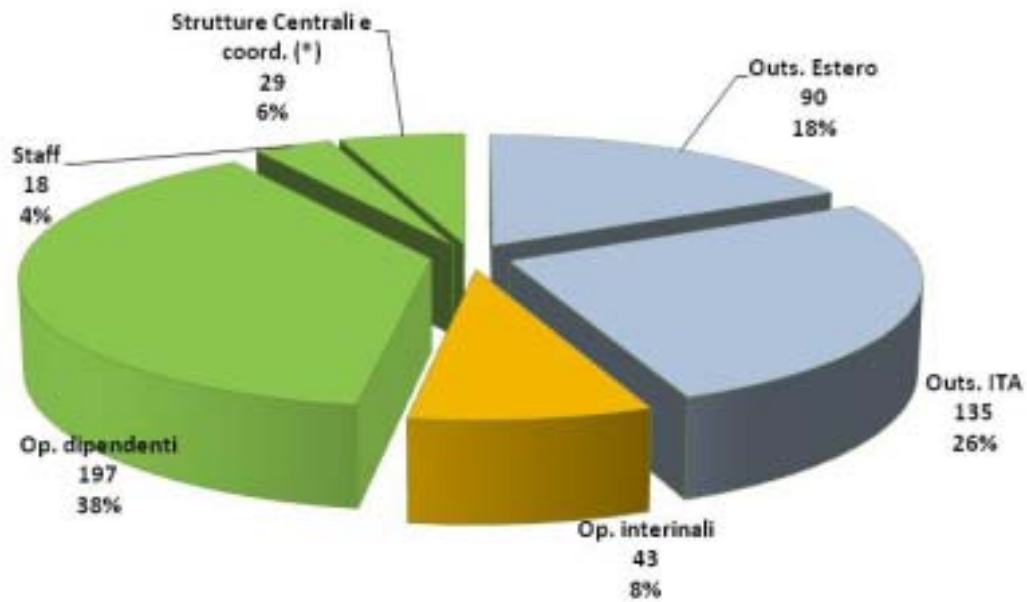


GRUPPO LOTTOMATICA giochi senza

# Lottomatica Sistemi




- **Lottomatica Sistemi** è la società del gruppo Lottomatica cui fanno capo le sedi presenti sul territorio, che garantiscono il presidio operativo e la presenza commerciale, e tutte le attività di **Contact Center** del gruppo.




## Principali numeri

- **10** Sedi dedicate
- ≈**500** Risorse interne ed esterne
- ≈**7** Mln di contatti annui (budget '09) per una media di 20.000 contatti al giorno
- **8** *numeri verdi* di assistenza telefonica e 2 siti web con accesso multicanale di assistenza (chat, mail)

(*) Compresi i Responsabili di Sede territoriali

# Processo CRM

*Punto vendita*

*Cliente finale*

Service level agreements

*Front Office*

## Contact Center

- Technical Specialists
- PoS Specialists
- Sales Specialists
- Product Specialists

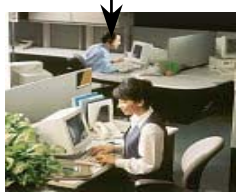
**≈ 20.000 contatti/giorno**

Service level agreements

*Back Office*

*Sales*

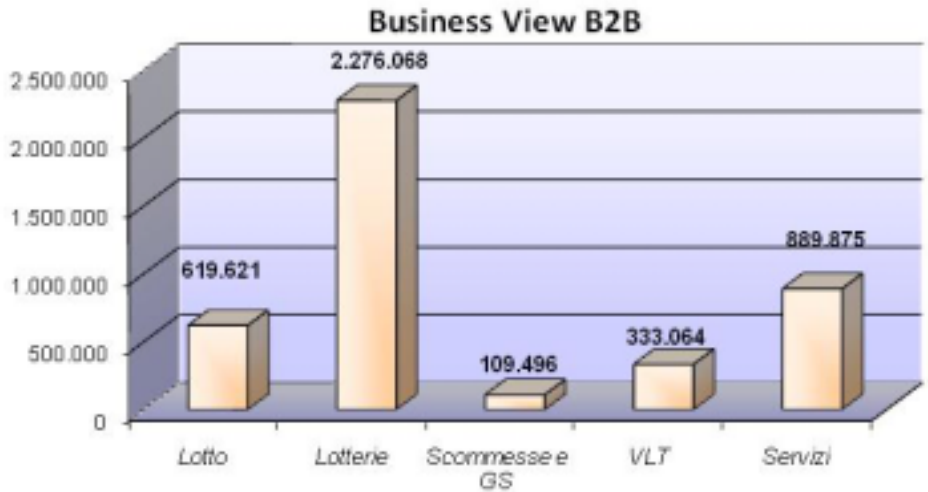
*Line of Business*



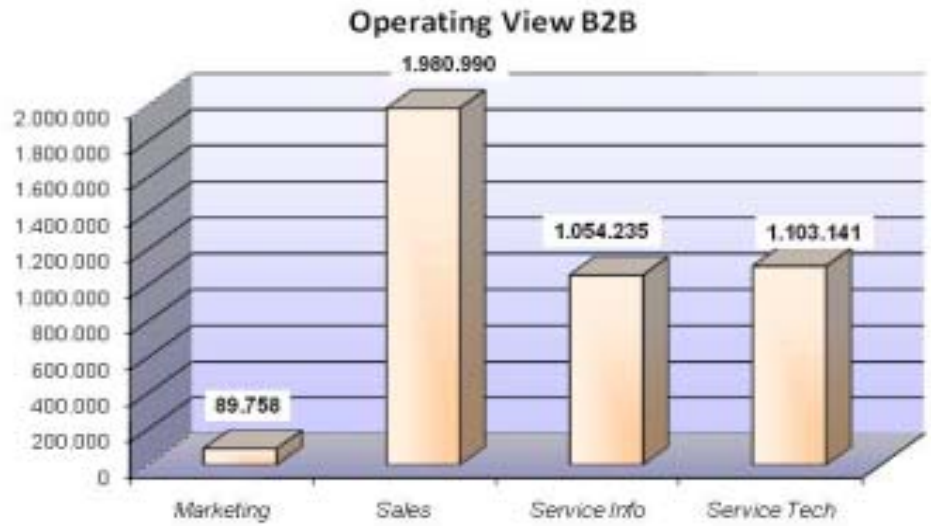
*IT Department*

# Contatti B2B 2008

## Totale contatti B2B 2008: **4.228.124**

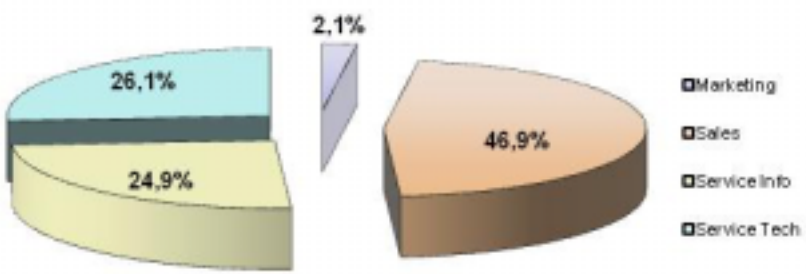



Chiamate 2008




Totale Chiamate 2008

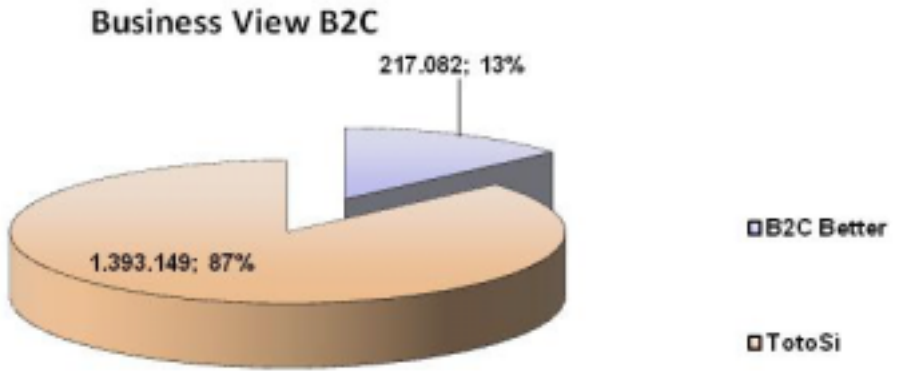
% totale chiamate 2008



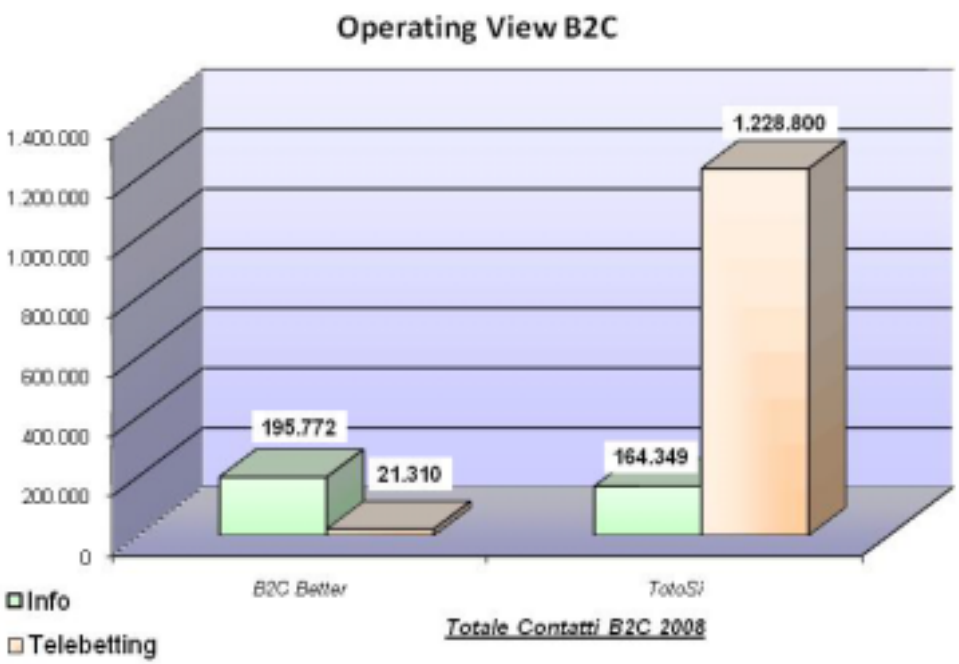

% chiamate 2008

# Contatti B2C 2008 e Budget 2009

- Totale contatti B2C 2008: **1.610.231**

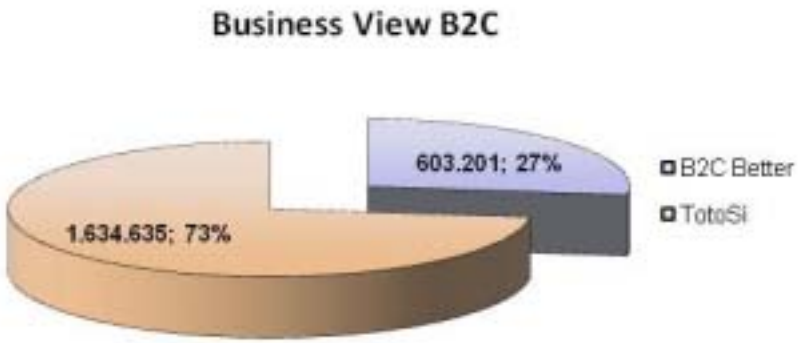



*Totale Contatti B2C 2008*

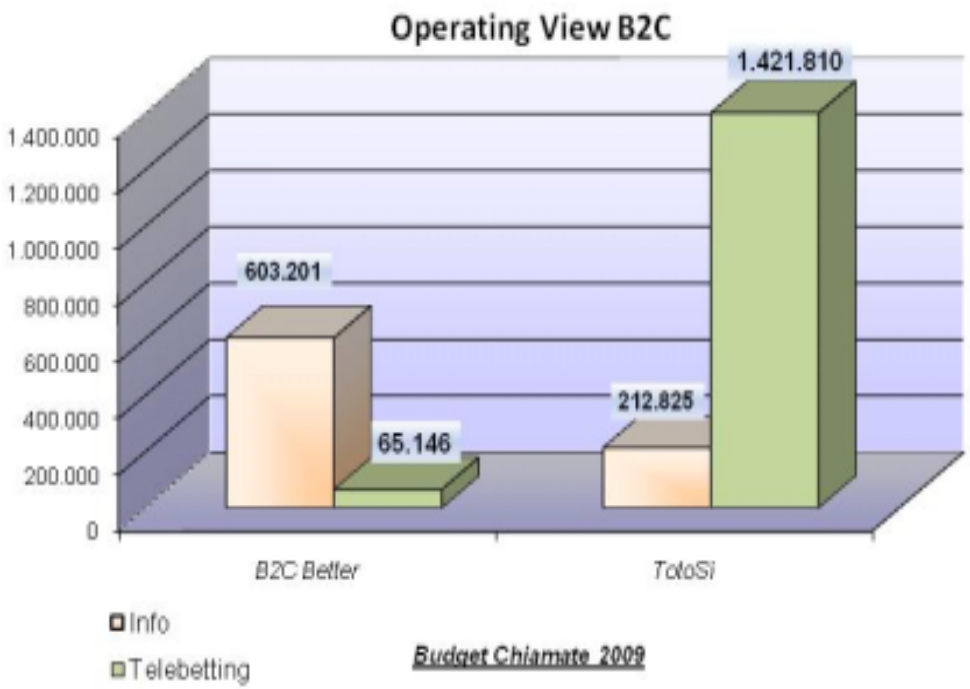



*Totale Contatti B2C 2008*

- Budget contatti B2C 2009: **2.237.836**




*% totale chiamate budget 2009*




*Budget Chiamate 2009*

# Strategia per gli startup

Fasi

**Preparazione del progetto** → **Avvio delle attività in-house** → **Avvio graduale outsourcing**

Attività

- Requisiti di adeguamento piattaforme CRM
- Verifica del processo di assistenza
- Dimensionamento della struttura sulla base dei business plan
- Preparazione knowledge base e materiale formativo
- Identificazione risorse di "governo" delle attività

- Selezione operatori front-end (risorse interne se disponibili e personale in somministrazione)
- Formazione operatori
- Test delle architetture
- Business simulation

Nella fase di maturità del progetto, quando sono meglio definiti:

- i contenuti dell'assistenza
- gli aspetti chiave della relazione con il cliente
- le caratteristiche tecniche del servizio (curve di carico, etc.)
- i livelli di customer satisfacion

↓

graduale spostamento delle attività verso l'outsourcing (coerentemente con il posizionamento strategico dell'attività)

# Strategia di scelta per l'outsourcing

VALORE STRATEGICO

**Sales**
Clienti TOP-A-B
~27.000

Assistenza Tecnica
(**Service Tech**)

NO OUTSOURCING

**Sales**(*)
Clienti B-C~12.000

Campagne outbound
(**Marketing**)

Info Giochi & Servizi
(**Service Info**)

COMPLESSITA'

**FULL OUTSOURCING**

Driver
①PRICING
②EFFICIENZA/FLESSIBILITA'

***Attivazione di una fornitura OFF-SHORE***

**OUTSOURCING PARZIALE**

Driver
①QUALITA'
②EFFICIENZA/PRICING

***Selezione di un fornitore italiano a valle di un confronto competitivo***

(*) valore < 10% del sell-in

GRUPPO LOTTOMATICA giochi senza