

Vari elementi stanno cambiando sostanzialmente il mercato della comunicazione tramite i contact center, e, più in generale, i canali virtuali di contatto e relazione:

- ❖ La forte richiesta di qualità che viene dal mercato
- ❖ Le modifiche che si sono avute nelle tecniche di comunicazione più usate dai consumatori/cittadini ed il diverso atteggiamento dei consumatori/cittadini stessi
- ❖ Le nuove normative sulla tutela dei dati dei cittadini
- ❖ Le nuove normative sul lavoro
- ❖ La struttura delle società di outsourcing, sempre più caratterizzata da poche grandi realtà e da molte piccole o piccolissime entità.

Si sente fortemente la necessità di rinnovare tutto il settore operando su:

- ❖ ridisegno di molti processi di servizio di comunicazione e dei relativi SLA
- ❖ investimenti in nuove soluzioni ICT
- ❖ selezione, organizzazione e formazione del personale
- ❖ modifica delle logiche e delle procedure di approvvigionamento dei servizi in outsourcing
- ❖ modifica delle tecniche di mercato per sostituire l'outbound, sempre più in difficoltà.

La situazione fa sì che le scelte da fare in termini di comunicazione aziendale verso il mondo economico, con cui interagire, sia un tema che deve essere affrontato in termini strategici di pianificazione e, di conseguenza, ai massimi livelli aziendali.

CMMC ha fatto evolvere il suo programma di azione e già l'anno scorso parliamo della opportunità di lavorare il più possibile come "competence center" che si interessi di :

- ❖ *individuare i trend del mercato e suggerire linee strategiche*
- ❖ *individuare e promuovere i livelli di qualità che soddisfino il mercato*
- ❖ *individuare i prodotti e le tecniche di lavoro che favoriscono l'innovazione*
- ❖ *promuovere le nuove opportunità indirizzando gli idonei livelli aziendali delle compagnie utenti sia di servizi in insourcing che in outsourcing, creando ed utilizzando occasioni di incontro e dialogo*

La sfida per il 2008 è:

- **Concentrarsi sullo sforzo di produrre una nuova cultura del servizio**
- **Attivare il colloquio con le idonee funzioni aziendali, ad adeguato livello**
- **Ampliare al massimo il colloquio con i committenti e gli attori in-house**
- **Promuovere nuove forme di selezione dei fornitori e sviluppare forme contrattuali che favoriscano la completezza e la qualità del servizio**

E' fondamentale riuscire ad impostare un colloquio con i gli attori più significativi presenti lungo la "filiera della relazione con i clienti" sulle sfide tecniche, tecnologiche ed organizzative che la tematica comunicativa e commerciale pone alle aziende.

L'importante è che le varie attività di network e di condivisione si realizzino in modo colloquiale per far emergere le reali necessità ed aspettative delle aziende partecipanti. E' evidente lo sforzo organizzativo richiesto, ma se si riuscisse ad arrivare ad una conclusione concordata su alcune priorità del settore avremo raggiunto un risultato eccezionale.

In questa fase è determinante l'impegno dei Customer Service e Call Center Manager (in-house), perchè è per loro conveniente che si elevi in azienda il livello delle persone interessate a che il sistema di comunicazione con il mondo esterno ed interno, risponda alle sempre più complesse e sofisticate necessità aziendali. Se CMMC riuscirà in questo sforzo di cambiamento si possono aprire prospettive interessanti per tutti.