

Analisi e sviluppo del call center e del servizio di customer care

Sviluppare il potenziale delle risorse umane del call center, soddisfare i clienti



Lavorare è più semplice.... godetevi il tempo libero

<http://www.ebcconsulting.com>

Fabio Rossi – 23 dicembre 2009

Sviluppare il potenziale delle risorse umane del call center, soddisfare i clienti

<http://www.ebcconsulting.com/gestione-risorse-umane-nei-call-center.html>

Il successo duraturo di un'organizzazione su mercati sempre più competitivi e difficili si misura attraverso la **Retention** (contenimento) e la **Loyalty** (lealtà).

La prima (Retention) è la percentuale di clienti che tornano a comprare ancora un prodotto/marchio, la seconda (Loyalty), è la più importante, perché misura la percentuale di clienti che scelgono volontariamente di comprare ancora un prodotto/marchio. I clienti leali sono quelli soddisfatti nel tempo a tal punto da consigliare ad altri di acquistare il prodotto o i prodotti di una certa marca.



Un cliente fedele è un cliente che ha ottenuto sempre un servizio all'altezza delle sue aspettative, anche nei momenti di difficoltà.

Sono i momenti di difficoltà che cementano il rapporto di fedeltà verso il cliente, i momenti in cui il cliente ha dei problemi, ha dei dubbi, non sa come risolvere un problema oppure quando si trova con qualcosa che non va.

In questi momenti l'azienda deve operare "alla grande" ed essere in grado di stupire il cliente con una soluzione brillante, veloce, soddisfacente.

Lo sviluppo dei social network ha cambiato profondamente le logiche del marketing. Il passaparola non ha più confini a causa della diffusione di infrastrutture predisposte a raccogliere e diffondere le opinioni dei consumatori. Un'opinione negativa rimane per sempre, un consiglio viene letto da centinaia, migliaia di potenziali clienti.

Anche le organizzazioni pubbliche, pur con dinamiche diverse, non sono esenti da queste logiche.

L'insoddisfazione degli utenti crea una cattiva immagine, diffonde sfiducia ed un atteggiamento ostile verso le organizzazioni, questo incide sulla motivazione dei dipendenti, innescando inevitabilmente un clima organizzativo negativo (link all'articolo sul clima).



**Attraverso un servizio di Customer Care eccellente
un'organizzazione può migliorare in modo determinante
la propria immagine
intervenendo attivamente nel “complaint recovery” e
riducendo le testimonianze negative.**

Analisi e sviluppo dei servizi di Customer Care

EBC Consulting propone un progetto di analisi e sviluppo dei servizi di Customer Care messa a punto dai propri consulenti, con oltre 14 anni di esperienza diretta.

L'obiettivo di questi interventi è quello di definire un piano di sviluppo per allineare il servizio di Customer Care alle prospettive di posizionamento del marchio dell'azienda.

Gli interventi proposti sono articolati nelle seguenti fasi:

**DEFINIZIONE DEL
CONTESTO DI BUSINESS
E DEL PERIMETRO DEL
SERVIZIO**

Attività dell'azienda, e sua collocazione del mercato.
Obiettivi di posizionamento e standard di servizio desiderati
Analisi delle attività svolte dal servizio di Customer Care, area di intervento, attività svolte, organizzazione.

**FOTOGRAFIA DEL
SISTEMA DI CUSTOMER
CARE**

Analisi delle infrastrutture, dimensione, volumi dei servizi erogati e dati statistici sul servizio, tecnologie utilizzate, processi, metodi di lavoro, orari, punti di accesso (telefono, fax, sportello, mail, e altro) e loro ergonomia nei confronti del cliente

**AUDIT SUL LIVELLO DI
SERVIZIO EROGATO**

Il metodo di svolgimento delle verifiche è denominato Mystery Shopper: il migliore per valutare le modalità di servizio.

L'attività di audit consiste nel verificare come il servizio viene erogato in situazioni reali progettate e costruite appositamente.

Le situazioni vengono ricreate sul campo da personale qualificato e preparato all'attività di valutazione.

Il personale registra le reazioni e valuta come viene risolta la situazione al fine di individuare i punti di debolezza e segnalare le opportunità di miglioramento.

Ad esempio, se il servizio al cliente viene erogato attraverso un Call Center, il metodo di valutazione Mystery Shopper prevede la simulazione di telefonate di clienti da parte di personale addestrato a creare situazioni particolarmente significative per gli operatori.

**ANALISI DEI FLUSSI
COMUNICATIVI**

La fase di lavoro ha il compito di evidenziare come girano effettivamente le informazioni, quali sono i flussi, i livelli di sintesi, il personale coinvolto all'interno della struttura di Customer Care e le interfacce con le altre aree aziendali.

La costruzione di tutti i flussi non è limitata solo ai passaggi comunicativi strutturati ma anche ai flussi informali che si creano in una organizzazione

La valutazione dei flussi ha anche il compito di individuare tutti i centri portatori di conoscenza che operano all'interno della struttura.

**COMPETENZE DEL
PERSONALE**

La fase di lavoro ha il compito di comprendere il livello di competenza degli operatori e il grado di adeguatezza al proprio ruolo.

L'analisi viene svolta secondo le metodologie (link) messe a punto da EBC Consulting

**VALUTAZIONE DELLE
SCELTE ED
ELABORAZIONE DI UN
PIANO OPERATIVO**

La fase finale del progetto raccoglie tutte le considerazioni delle fasi precedenti per elaborare un piano organico di sviluppo del servizio di Customer Care.

Il piano è articolato in scenari, piani di sviluppo e piani operativi.

Gli scenari tracciano un'immagine a tendere del servizio.

I piani di sviluppo descrivono la rotta da seguire per raggiungere gli scenari. Essi sono strutturati come business plan comprendenti i costi, i risparmi, gli obiettivi ed i risultati ottenibili.

I piani operativi dettagliano le attività concrete, i tempi e le figure coinvolte nel progetto



I progetti qui illustrati son configurabili e modulabili in base alle esigenze dell'organizzazione ed agli obiettivi specifici da raggiungere.

Tutti i progetti sono condotti da consulenti che possono vantare anni di esperienza e competenze specifiche nel settore.

Approfondimenti per questo argomento:

Gestione Risorse Umane nei Call Center e Servizio Clienti

<http://www.ebcconsulting.com/gestione-risorse-umane-nei-call-center.html>

Software H1 hrms gestione delle risorse umane e del personale

<http://www.ebcconsulting.com/h1-hrms-software-gestione-risorse-umane.html>

Fabio Rossi - consulente aziendale - f.rossi@frprojects.com

Software H1 Gestione Risorse Umane

<http://www.ebcconsulting.com> -- 23 dicembre 2009

EBC Consulting -- Via Canova 16/20 --- 40138 Bologna -- Tel 051 55 23 00