



#CMMCnationalweek

Work Café

INTELLIGENZA AUMENTATA E ALTRE MENTI:
innovazione dei servizi & innovazione sociale

Lunedì 21 ottobre . ore 15

II Casa di Reclusione di Milano (Area industriale - Sala Teatro)

Via Cristina Belgioioso 128

Moderatori: Maurizio Mesenzani . Cristian Bonfanti

Preliminary Paper

Soluzioni, strumenti, formule e modelli in grado di produrre eccellenza nei servizi di customer care intesi anche come driver per consolidare le relazioni con i propri clienti

I trend strategici e tecnologici in corso nei diversi settori mostrano come siamo di fronte ad un cambiamento epocale: da un lato cambiano le tecnologie e gli strumenti a disposizione delle imprese e dei consumatori (digitalizzazione dei processi, multicanalità, social network, messaging, diffusione dei dispositivi mobili, connessione 24x7 ecc.), dall'altro cambiano i modelli di business e di mercato (pay-per-use, da ownership a usership, sharing economy, e-commerce, customer centricity e customer experience, azzeramento delle catene cliente-fornitore, ecc.).

I clienti sono sempre più connessi attraverso tutti i canali disponibili, parlano indistintamente con agenti o chatbot, mandano messaggi e compilano form, generano dati nei siti e nelle app, cercando di sfruttare tutte le opportunità di self-care e utilizzano tutte le fonti informative disponibili (recensioni, faq, portali informativi, comparatori...).

Questo richiede alle imprese di affrontare in modo innovativo sia i processi di front-line sia i processi di back-office, dall'aggiornamento delle knowledge base e delle aree di FAQ on line, all'aggiornamento - anche multicanale - delle aree di self-care, all'istruzione dei chatbot, al monitoraggio dei dati e delle performance - analytics).

Si evidenziano inoltre alcuni trend che integrano gli aspetti di marketing "tradizionale" con aspetti di natura etico-sociale: sostenibilità, ambiente, risparmio energetico, economia circolare, riuso, riduzione dei rischi e degli impatti, valore sociale dei prodotti e servizi offerti. La capacità delle imprese di generare emozioni positive e di toccare gli aspetti etici e profondi delle persone, diventa uno degli strumenti di marketing, acquisizione e fidelizzazione dei clienti. Mettere sul mercato buoni prodotti a buoni prezzi non è più sufficiente: occorre anche gestire servizi pre e post vendita eccellenti e occorre saper parlare alla testa e al cuore dei propri interlocutori, siano essi clienti, fornitori, partner, sponsor, e stakeholder di diversa natura. Occorre quindi che le aziende affrontino un percorso di innovazione dei propri servizi, tenendo in considerazione gli aspetti di natura tecnologica e strategica ma tenendo anche in considerazione gli aspetti di natura "sociale", quali ad esempio il recupero e la valorizzazione di risorse e competenze disponibili sul mercato ma sottoutilizzate perché non inserite nelle tradizionali logiche cliente-fornitore regolate da logiche di volumi/prezzo/tempi.

La continua ricerca di soluzioni, strumenti, formule e modelli in grado di produrre eccellenza nei servizi di customer care intesi anche come driver per consolidare le relazioni con i propri clienti fidelizzandoli alla marca, ci porta inevitabilmente ad interrogarci su quelli che sono gli aspetti che caratterizzano la relazione con il cliente: la dimensione della soddisfazione del cliente può dirsi pienamente risolta nel perimetro dell'eccellenza tecnica della prestazione collegata al bene/servizio acquistato? Quali sono le altre forze che tengono un cliente legato ad una marca? Quanto è importante costruire con il cliente forme di prossimità in grado di fondare la propria adesione su un piano valoriale più profondo ed essenziale?

La circostanza di proporre questo evento all'interno della II Casa di Reclusione di Milano vuole darci un'idea della plasticità del concetto di innovazione e della sua declinabilità in numerose direzioni: in questo contesto alla dimensione dell'innovazione tecnologica intendiamo accostare quello dell'innovazione sociale. Il carcere di Bollate è per molti aspetti un laboratorio di pratiche sociali innovative. Non è certo un caso che l'insegna del ristorante In Galera (primo ristorante aperto all'interno di un istituto di pena in Italia) rechi la formula: "il ristorante del carcere più stellato d'Italia". Per molti versi Bollate è un luogo in cui è stato possibile sperimentare importanti forme di innovazione, capaci di mettere in discussione, rivisitandolo, la modalità classica di intendere la pena, preoccupata di considerare le persone come pericoli da cui proteggersi piuttosto che come potenziali su cui investire / con cui operare. In questo luogo è stato possibile collocare al centro del paradigma punitivo l'innovativo concetto della responsabilità individuale. Ogni persona in quanto attore protagonista del proprio percorso di vita, è responsabilizzata rispetto alle opportunità che le vengono offerte, ed è chiamata a responsabilizzare dell'andamento del proprio tracciato. In un contesto di questo tipo si è assistito ad un fenomeno su cui in pochi avrebbero scommesso: l'inversione di tendenza dell'andamento del tasso di recidiva. A fronte di un dato medio nazionale che si attesta attorno al 70/75%, in questo istituto l'indicatore scende ben oltre al 30%, dando prova della bontà dei principi ispiratori scende nella oculatezza e dell'idea di una pena possibilmente/auspicabilmente non inutile. In altri termini qui si sta riuscendo a dimostrare che una relazione positiva tra carcere e territorio è possibile, se si rispettano cause e condizioni.

È in questo luogo di sperimentazione, innovazione e responsabilità che bee.4 svolge le proprie attività di servizio coinvolgendo una comunità di oltre 100 persone, confrontandosi ogni giorno con il nuovo paradigma di penalità cercando di integrare a pieno titolo i presupposti per essere uno strumento utile al servizio dell'istituzione e delle persone condannate. Ogni giorno la comunità degli operatori di bee.4 lavora con l'obiettivo di costruire relazioni virtuose tra dentro e fuori, tra società libera, mondo produttivo e società temporaneamente reclusa. L'orizzonte verso cui tentiamo di andare è quello della qualità del nostro lavoro. Abbiamo capito che l'unico modo per essere efficaci nel nostro impegno sia verso l'interno che verso l'esterno: le imprese nel lavoro, impegno sia verso l'interno che verso l'esterno, dell'attenzione alle esigenze dei partner che hanno scelto di cogliere la nostra sfida, sperimentando con noi quale e quanto possa essere il potenziale chiuso a chiave dentro a questi luoghi. La nostra sfida sta proprio qui, il nostro modo di essere innovativi e sfidanti ha a che fare con il coniugare/mettere in relazione il concetto di qualità/eccellenza e competitività con il carcere e con le imprese sociali che del carcere e delle persone che lo abitano hanno fatto il focus della propria mission fondativa.

Recentemente negli Stati Uniti i CEO delle principali corporate americane riuniti nell'associazione Business roundtable hanno approvato lo "statement on the Purpose of a Corporation", una sorta di manifesto per un nuovo capitalismo attento alla profittabilità del business ma anche al concetto di sostenibilità dello sviluppo. Non è stata una sorpresa riscontrare la circostanza che le imprese attente allo sviluppo delle comunità in cui vivono e che si adoperano per il miglioramento del loro impatto sociale, sono le imprese più capaci di costruire strategie di sviluppo e sostenibilità durevoli nel lungo termine. Siamo pienamente convinti della bontà di questo indirizzo e le testimonianze delle imprese nostre partner vanno in questa stessa direzione.

L'idea dell'innovare crediamo abbia un po' a che fare con la voglia di oltrepassare le barriere ideologiche che talvolta limitano il nostro campo visivo, abbandonare il certo per l'incerto, il conosciuto per ciò che ancora non si conosce, le nostre aree di confort per approdare a zone più fluide. Questa idea ha un po' a che fare anche con il coraggio di osservare i fatti e le pratiche per quelle che sono e per quelli che sono i risultati da questi prodotti, tanto sui contesti quanto sulle persone. Noi partiamo da qui e ci piacerebbe poter contaminare sempre di più il mondo produttivo di una visione che riconosce un ruolo positivo anche per contesti insoliti come un carcere per poter fare del business sostenibile.

www.bee4.it

PRISON ECONOMY EXPERIENCE