

Global Contact Centre Benchmarking Report 2006

Preliminary Findings



I Contact Center danno priorità all'efficienza e al servizio

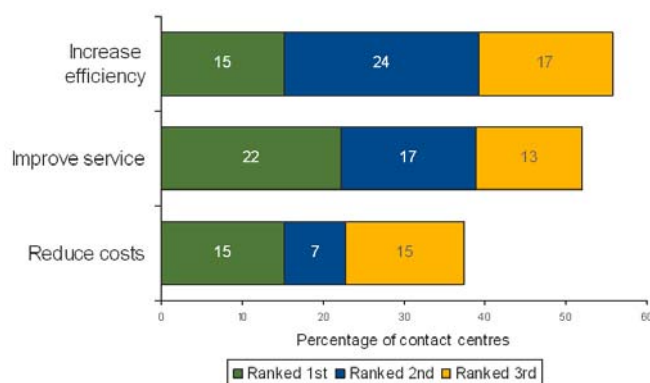
Dimension Data e Club CMMC presentano i risultati preliminari del Global Contact Centre Benchmarking Report 2006.

Il Global Contact Centre Benchmark

Publicato per la prima volta da Merchants nel 1997 in Gran Bretagna, la divisione di Dimension Data specializzata nelle attività e nell'outsourcing di contact center, l'edizione di quest'anno è l'ottava di una serie di benchmarking report riconosciuti dal mercato a livello internazionale. Il report offre una fotografia globale e di mercato analizzando 369 contact center situati in 35 paesi e 5 continenti, e rappresenta una referenza di grande valore per tutti i professionisti che operano nei contact center. Inoltre, offre ai manager un set di standard di best practices e benchmarking, tra cui il reclutamento e la formazione, le metriche di valutazione delle prestazioni, l'utilizzo della tecnologia, il budget e il piano di sviluppo. Il report è pubblicato da Dimension Data e realizzato in collaborazione con Synovate, una società di ricerca a livello globale.

Risultati preliminari

I risultati preliminari riportati dal Merchants Global Contact Centre Benchmarking Report 2006 indicano che i contact center concentrano i propri sforzi per aumentare le efficienze (56%), migliorare i servizi (52%) e ridurre i costi (37%) con l'obiettivo di trarre il massimo vantaggio dalla propria tecnologia esistente e dall'adozione di nuove tecnologie che siano in grado di rispondere a questi tre requisiti chiave.



Tav.1 - The three most important current main commercial drivers for the contact centre

I risultati preliminari evidenziano anche differenti tendenze contrarie all'immagine stereotipata dei contact center spesso menzionata.

I responsabili dei contact center chiedono una retribuzione più alta per tutti i mercati e, nello specifico, per i mercati emergenti, sulla base di quanto scaturito dai risultati preliminari del Merchants Global Contact Centre Benchmarking Report 2006. I manager dell'area Africa/Medio Oriente attualmente guadagnano un minimo di 34.486 dollari e i manager dei contact center di Europa/UK ricevono un minimo di 59.474 dollari. Il massimo livello di retribuzione sfiora i 72.114 in Europa/UK e 85.058 in Asia Pacifica. Questa è una percentuale più elevata rispetto alla media salariale del 2005 di queste regioni.

Inaspettatamente, le chiamate in entrata, valutate intorno al 70%, risultano essere la più alta percentuale di

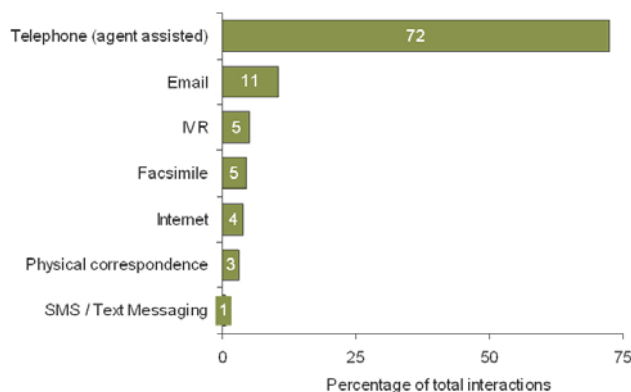
interazioni gestite dai contact center. Le chiamate vengono evase più velocemente in Africa/Medio Oriente (con una media di 19 secondi) contro il Nord America che ha registrato il tempo di risposta più lento (34 secondi), seguito da Europa/UK (22 secondi) e Asia Pacifica (28 secondi).

Cara Diemont, Editor del Global Contact Centre Benchmarking Report, ha commentato, “Gli ultimi risultati hanno fatto emergere interessanti anomalie tra le differenti regioni, soprattutto nell’area della sicurezza, del disaster recovery e relative all’adozione di canali alternativi di interazione con i clienti. Abbiamo notato anche una sostanziale differenza tra le prestazioni del *primo quartile* dei contact center e il *quarto quartile*, specificamente nella velocità media di risposta che vede come apice massimo un tempo di 5 secondi e di 57 secondi come tempo più basso.”

Stando al confronto realizzato, nei contact center multi canale, la “voce” rimane il metodo di comunicazione predominante rispetto all’adozione di tecnologie alternative per soddisfare le richieste dei clienti. I messaggi di testo/SMS rappresentano lo 0.5% delle interazioni contro il 4% delle richieste effettuate tramite Internet. Nonostante questo, le variazioni tra le differenti regioni sono evidenti e vengono quantificate sulla base dei tassi di penetrazione e di adozione delle tecnologie associate a livello di singola regione.

Un’interazione su dieci gestita dai contact center è costituita da comunicazioni email. Questo rappresenta il secondo canale di comunicazione più utilizzato dopo l’assistenza telefonica. I centri del Nord America hanno il 150% in più delle interazioni email rispetto alle altre regioni e con una penetrazione delle postazioni internet del 68,2% della popolazione. Se si confronta questo dato con l’Africa

dove solo il 2,7% dell’intera popolazione utilizza Internet, la più alta proporzione di utilizzo email in Nord America non è poi così sorprendente.

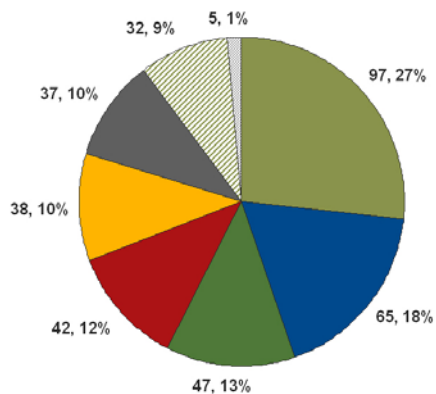


Tav.2 - Volume of Interactions across Channels

L’adozione della messaggistica di testo/SMS è più alta in Africa/Medio Oriente (il 24% ha integrato questo canale nei contact center) seguita dall’Asia Pacifica (19%), Europa/UK (15%) e Nord America (6%). Considerando che la telefonia mobile risulta essere la modalità di telefonia predominante nella maggior parte dei paesi dell’Africa (nonostante il tasso di penetrazione rimanga basso al 5,6% della popolazione), anche l’elevata adozione della messaggistica di testo/SMS in Africa rispetto alle altre regioni non è un fatto straordinario.

Mentre la sicurezza e il disaster recovery rimangono le principali preoccupazioni di gran parte delle organizzazioni di tutto il mondo, solo il 29% dei contact center del Nord America e il 31% dell’Europa/UK hanno testato i piani di disaster recovery rispetto all’Asia Pacifica e alla regione Africa/Medio Oriente rispettivamente con il 45% e il 49%. Analogamente, la sicurezza è più alta nei mercati emergenti dei contact center con la metà dei contact center di Africa/Medio Oriente e Asia Pacifica con clienti autorizzati per alcune o tutte le chiamate (49% e 51%), rispetto a al 39% e al 37% di Europa/UK e Nord America.

Per quanto riguarda la rappresentanza dei diversi settori industriali nelle risposte del Benchmarking, è evidente come si sia cercato di includere tutti i maggiori settori industriali, riscontrando la massima partecipazione nei Financial Services (97%), immediatamente seguito dal settore Travel & Transportation (65%). Se a questi dati si abbina il fatto che l'Europa, con il 67% di risposte, si è posizionata seconda per apporto di informazioni alla ricerca, è evidente quale e quanto sia il valore del Benchmarking per la realtà italiana.



Tav.3 - Representation by Industry Sector

Dimension Data

Dimension Data Holdings plc (LSE: DDT) è l'azienda leader a livello mondiale nella fornitura di soluzioni e servizi tecnologici. Dimension Data mette al servizio delle aziende la propria competenza in ambito networking, sicurezza, ambienti operativi, storage e tecnologie per il contact centre e la comprovata professionalità nell'offrire servizi di consulenza, di integrazione e managed services per creare soluzioni personalizzate.

Dimension Data nasce nel 1983 in Sud Africa, oggi è presente in più di 30 paesi, su 5 continenti con circa 9000 dipendenti. Il fatturato globale per il 2005 è stato di 2,7 miliardi di dollari.

www.dimensiondata.com/it

www.ccbenchmarking.com

CMMC

CMMC sin dalla sua nascita nel 1997 ha posto il confronto tra i Contact Center come una delle attività portanti. Inoltre a partire dal 2002, con l'adesione all'organizzazione europea ECCCO (European Confederation of Contact Centre Organisation) queste attività si sono ampliate mediante benchmarking internazionali, supportati da ricerche come quella proposta da Dimension Data. Si evidenzia ancora che CMMC promuove la crescita professionale, attraverso percorsi qualificati di formazione e possibilmente con attestazioni che certifichino le competenze degli addetti e che CMMC intende diffondere norme e standard, nazionali ed internazionali, per favorire il riconoscimento del valore dei servizi di Crm e di Contact Center.

CMMC si propone perciò come competence center di riferimento per ogni tipo di azione che possa agire positivamente sulla immagine dei servizi di Contact Center nei confronti dei consumatori, delle parti sociali e dei pubblici poteri.

www.club-cmmc.it