

**Resilienza  
Relazione  
Ripresa**



**Settimana Relazione Esperienza Cliente**

## **Altre Esperienze 2020**

Mentre si svolgeva la Settimana Relazione Esperienze Cliente 2020 alcuni Amici del Club CMMC ci hanno inviato comunicazioni di aggiornamento sui loro più recenti progetti.

Nel seguito riportiamo una sintesi, proponendoci di riprendere e completare nei prossimi mesi queste esperienze.

### **TIM - Paolo Chiozza**

Gli obiettivi del nuovo progetto “Customer Driven Caring” di Strategy & Transformation sono così sintetizzabili:

- Semplificare ed integrare i diversi processi aziendali (caring, vendita e credito) di interfaccia con la clientela, al fine di garantire una experience orientata al single point of contact ed alla one call solution per tutte le tipologie di contatto (commerciale, tecnico, amministrativo incluso il credito)
- Migliorare la customer satisfaction e la customer experience valorizzando i canali digitali e completando il percorso di integrazione dei processi (di supporto al digitale e non) di assistenza tecnico-commerciale facendo leva anche sull'utilizzo degli strumenti di artificial intelligence ed advanced analytics
- Garantire una vista cliente a 360° su tutti i canali di contatto: agenti di vendita, operatori di caring e assistenza tecnica

### **Elliot gruppo GERI - Giorgio Marangoni**

Si sta lavorando con il dipartimento IT e con consulenti esterni per inserire nuove tecnologie all'interno dei classici servizi offerti (welcome call, attività di prevention in ottica caring, soft collection, servizi di customer care e iban-credit check) quali, ad esempio, BOT gestiti da intelligenza artificiale e/o da machine learning.

### **Datacontact - Laura Tosto**

A breve si inaugura un nuovo allestimento, la prima area (quella dedicata a Enel Energia) è rivisitata in ottica di lavoro agile. Niente più postazioni con i divisori, niente più desktop computer fissi sui tavoli di lavoro, niente cavi (a parte quello di corrente) per collegare laptop personali e sicuri per lavorare sia da casa che dall'azienda (con un kit brandizzato per la gestione del lavoro smart), spazi di condivisione delle esperienze, allestimento verde e frutta a disposizione, diffusione delle regole per “prendersi cura di sé”, mettendo al centro il benessere della persona. Inoltre condivideremo alcune risultanze di una indagine qualitativa interna svolta tra luglio e settembre sul vissuto della remotizzazione “forzata” causa Covid. Si è avuta un'attenta fase di ascolto delle esigenze e anche dei suggerimenti per rendere più efficaci le giornate di lavoro da remoto che, nel nostro modello, saranno una sana alternanza con quelle in presenza (sicura) in azienda.

### **Fastweb - Arduino Panaro**

Lato customer management entro fine anno Fastweb avrà un nuovo e unico numero whatsapp, per ricevere assistenza e richiedere informazioni. Basterà salvarlo nella rubrica del proprio smartphone così da poter cominciare a chattare dall'applicazione di WhatsApp.

**ING** - Simona Chiarello

Nel corso del 2020 è stato attivato un progetto di Customer Service enhancement che ci ha consentito di operare su alcuni touchpoint della Customer Journey. Gli interventi sono stati principalmente di duplice natura: semplificazione del processo o automazione dello stesso e rivisitazione dei contenuti di comunicazione fruibili da parte dei ns Clienti. Questo piano ci ha consentito di guadagnare punti di soddisfazione da parte dei nostri Clienti e contestualmente un saving importante dei costi operativi running con investimenti non massivi. Si tratta di un primo step di avvicinamento al programma globale di review del modello operativo e organizzativo che ci vedrà impegnati nel corso dei prossimi due anni.

**Telepass** - Pierluigi Gregorini

Abbiamo introdotto la chat on line, affinato il form del web con triplete ad hoc che il cliente sceglie in base alla propria esigenza/richiesta e stiamo lavorando al nuovo CRM che si chiama Pega.

**A2A** - Armida Gigante

Abbiamo rivisto i customer journey in ottica di digitalizzazione (35% in più in un anno) e automazione dei sistemi a supporto di Ciclo Idrico per CRM, Billing e Credito. La digitalizzazione deve includere anche i cluster di clienti più deboli e non essere una barriera ma un agevolatore. Abbiamo testato dopo il lock down la presa appuntamento per chi desiderava venire agli sportelli e, dati i riscontri positivi da parte dei clienti, stiamo lavorando per rendere la prenotazione dell'appuntamento fruibile anche sul sito di Ciclo Idrico, Teleriscaldamento e Aprica.

**A2A Energia** - Matteo Puntel

Il progetto di Conversational Commerce è stato lanciato come progetto pilota nel periodo marzo-giugno 2020 per incrementare il numero di contratti EE/GAS sottoscritti su canale digitale. Cliccando su alcuni annunci online è possibile attivare una chat mista (bot + chat con operatore) via whatsapp per finalizzare la sottoscrizione online di un nuovo contratto di fornitura. L'interazione via whatsapp consente di presentare i prodotti, raccogliere i dati del cliente e i relativi consensi privacy, compilare il form di sottoscrizione del prodotto (guidati dal bot e con il supporto dell'operatore) e avviare il processo di conferma dell'ordine (che si concluderà poi via email).

Milano, 19 ottobre 2020