

COMUNICATO STAMPA

7a Giornata nazionale della relazione con il cliente cittadino

È la web tv il nuovo modo di parlare ai propri clienti

In occasione della giornata dedicata al cliente di CMMC, Siseco, azienda leader in soluzioni CRM (Customer relationship management,) apre il nuovo canale web tv per la formazione on line

L'immediatezza del mezzo televisivo per parlare al cliente, con in più l'interattività di internet per dialogarci: è la web tv, uno degli strumenti più innovativi nell'epoca del web 2.0.

Siseco, azienda specializzata in soluzioni IT, presenta la propria web tv aziendale (<http://www.siseco.tv/>) oggi, in occasione della settima edizione della Giornata nazionale della relazione con il cliente cittadino organizzata il 7 ottobre da CMMC (acronimo di Customer management multimedia competence), realtà che dal 1997 aggrega società ed enti che si occupano di relazione con clienti e cittadini attraverso nuovi canali multimediali.

«La nostra web tv vuole essere uno strumento per mettere davvero il cliente al centro: non solo una vetrina autoreferenziale, ma un aiuto concreto ai clienti, grazie ad aggiornamenti, approfondimenti, formazione e una guida in linea» dice **Fausto Lazzati, presidente di Siseco**. La web tv andrà arricchendosi col tempo: ci saranno demo, video sulla formazione, aggiornamenti e ai clienti sarà anche fornita una guida in linea. Le potenzialità sono infinite: tra i progetti, quello di realizzare un canale con le novità del Crm, con “pillole” formative sul mondo del web marketing.

«Social network e multimedialità stanno diventando strumenti sempre più importanti per le aziende, che non possono più permettersi di ignorarli – afferma **Mario Massone, fondatore di CMMC** -. Nell'era 2.0, la web tv presenta senza dubbio una componente innovativa. Comunicare, tuttavia, prescinde dal mezzo utilizzato: è necessario che ci siano i contenuti, altrimenti ogni *medium* è inutile per veicolare il messaggio. In questo periodo di cambiamenti e innovazioni, nella comunicazione occorre ritornare ai principi fondamentali, all'ABC, ossia A come ascolto, B come benchmarking e C come collaborazione. Bisogna tenere in conto l'attrattiva dello strumento per aumentare l'ascolto in un momento in cui c'è molto fermento. Il benchmarking è un'occasione per creare punti di riferimento diversi: con i nuovi media è necessario definire nuovi indicatori che permettano di monitorare le performance e favorire il cambiamento. Per condividere i contenuti della comunicazione e le esperienze del cliente cittadino è infine necessaria la collaborazione: vivere un'esperienza oggi vuol dire dividerla, nel bene o nel male. Per le aziende e le pubbliche amministrazioni questa è un'opportunità, ma anche un rischio. Come nel caso del progetto “Mettiamoci la faccia” del Ministro Brunetta che valuta i dipendenti pubblici e che sta cambiando il rapporto tra il cittadino e la pubblica amministrazione».

La web tv di Siseco. Fulcro dell'attività di Siseco, e dunque anche del neonato canale televisivo www.siseco.tv, sono le soluzioni per il CRM (Customer relationship management), ossia per la gestione dei rapporti coi clienti, interamente “made in Italy”. Lo scopo del CRM è introdurre in azienda un modello organizzativo per raccogliere, centralizzare e archiviare tutte le informazioni che pervengono dalle relazioni che l'azienda intrattiene con i clienti e i potenziali clienti. Questo permette di conoscere gli interlocutori, di anticipare le loro esigenze e di essere più rapidi nelle risposte. Insomma, essere più veloci nel business, ma anche realizzare analisi statistiche dei dati per ottenere informazioni per semplificare il processo decisionale. «Mettiamo in comunicazione la vostra azienda con il mondo esterno con tutti i canali: non solo i più tradizionali, come telefono su rete ip, voip e fax, ma, grazie al nostro nuovo programma b.com, anche con i nuovi strumenti offerti da internet, come click to talk, instant messenger e web to lead» promette Siseco. Nella web tv si parla poi di Crm e lead generation, ossia la creazione di contatti “giusti” grazie a un'ottica web 2.0 integrata con la Guida Monaci. Uno degli elementi più innovativi è la lead generation, che consente di trasformare internet in strumento per trovare nuovi clienti grazie al Pay per lead, che fa arrivare nel Crm dei nominativi di potenziali clienti.

Ufficio stampa Siseco: Eo Ipso

Info: Silvia Perfetti - 346/9488777 sperfetti@eoipso.it