

BPER:

Banca

WhatsApp: il Brand in tasca

25/06/2020

Il percorso

2016 - 2020

ADOPTION

- Attività di caring

EVOLUTION

- Processi dedicati
- Call deflection

ENGAGEMENT

- Acquisition e upselling
- Continuità tra vendita e post vendita
- Customer satisfaction



HOW TO DO...

- Pubblicità del canale
- Definizione delle guidelines di gestione del canale
- Definizione dei KPI

- Integrazione del canale con sistemi proprietari
- Fine tuning della concurrency di gestione
- Specializzazione delle competenze e dei Team di gestione

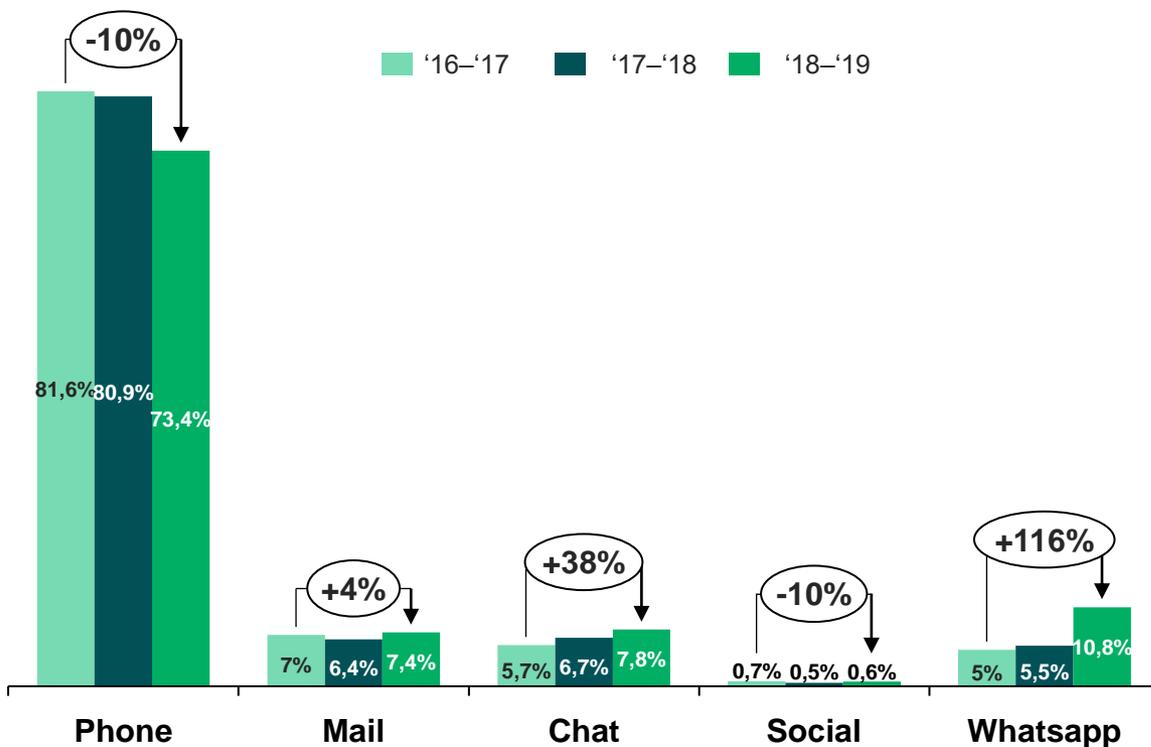
- Script commerciali
- Consulenti dedicati a pool di clienti o a specifici processi
- Bot vs human factor

L'omnicanalità ai tempi di WhatsApp

Volumi di contatto

Trend di incidenza canali di contatto

Periodo di riferimento: Ottobre 2016 – Dicembre 2019 #1.621.000 contatti



Il grafico rappresenta la percentuale di peso del canale rispetto al totale dei contatti ricevuti da BPER sugli anni 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019

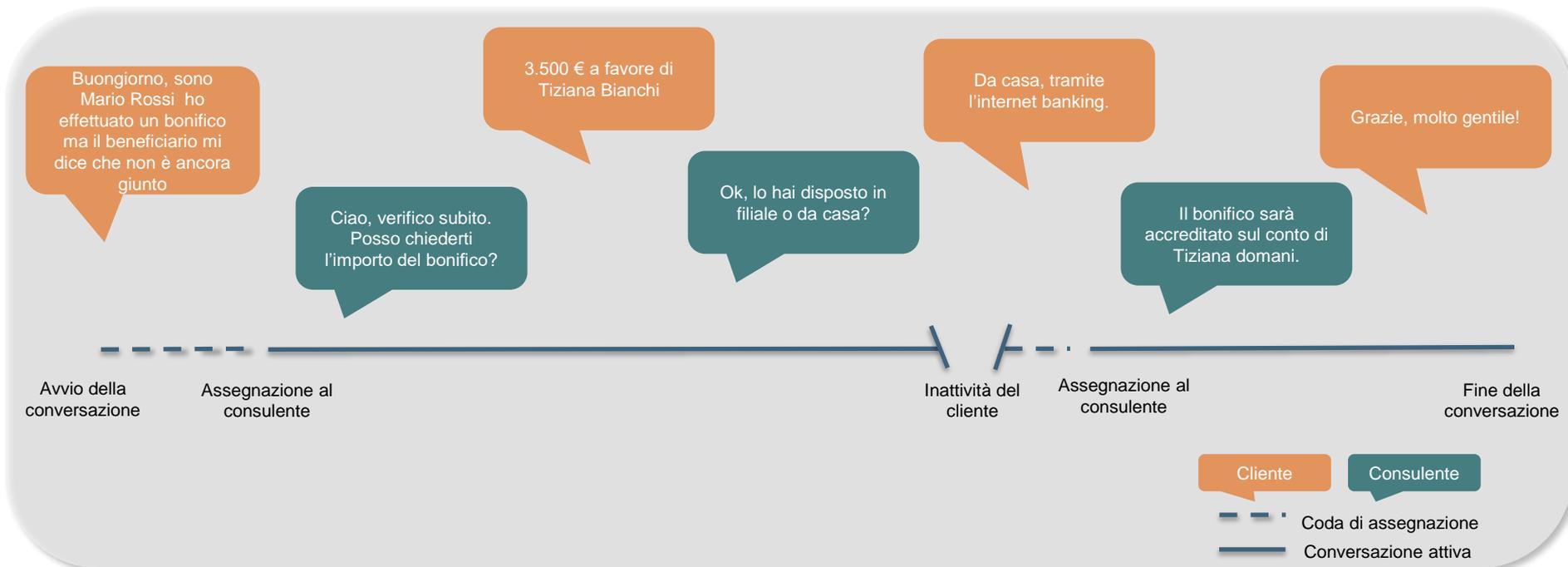
Insight

- #1 Il canale **Whatsapp** ha avuto una **crescita sostenuta**, diventando sempre più il canale preferito dagli utenti
- #2 L'importanza del canale **telefonico** si è **ridotta del 10%** nel periodo considerato

- #3 **FOCUS COVID-19** Il periodo di emergenza sanitaria ha visto un incremento di **+89%** rispetto all'ordinario. Il canale è stato touch point iniziale per le informazioni sulle misure economiche a sostegno del Paese

Experience di qualità

Alcuni KPI di una conversazione «misurata»



Queue health

- Tempo in coda
- Numero di trasferimenti su code di competenza specifica
- Tempo di trasferimento



Performance

- TMG di una conversazione
- Tempo di prima risposta dopo l'assegnazione del messaggio
- Tempo di «scambio»
- Numero di messaggi scambiati
- Customer satisfaction



Occupancy

- Carico medio di lavoro sul consulente
- Tempo lavorato su login

WhatsApp nell'ecosistema del Customer Care

Tips & suggestions



Chat vs WhatsApp: scegliere il canale più adatto rispetto al tipo di relazione che si vuole instaurare alle informazioni che si vogliono veicolare.



L'operatore del Customer Care «detta» i tempi della conversazione: maggiore è la prontezza di risposta che la struttura può assicurare, più il canale diventerà sincrono e la conversazione avverrà in real time, soddisfacendo anche l'elemento «timing» dell'experience del cliente.



WhatsApp è un canale sempre open: le classiche logiche di modulazione dei canali nel Customer Care (es: abbattimento dei picchi di contatto, gestione on demand come la chat...) sfuggono ad un canale di comunicazione «pocket», ovvero pronto all'uso, immediato e di facile utilizzo. Il brand è nella rubrica dello smartphone del cliente.

BPER:

Banca

via San Carlo, 8/20 - Modena 

Telefono 059 20.21.111

Fax 059 20.22.033

www.bper.it