



Best Practice Hera Premi CMMC 2024

Categoria: *Customer Experience*



18 ottobre 2024

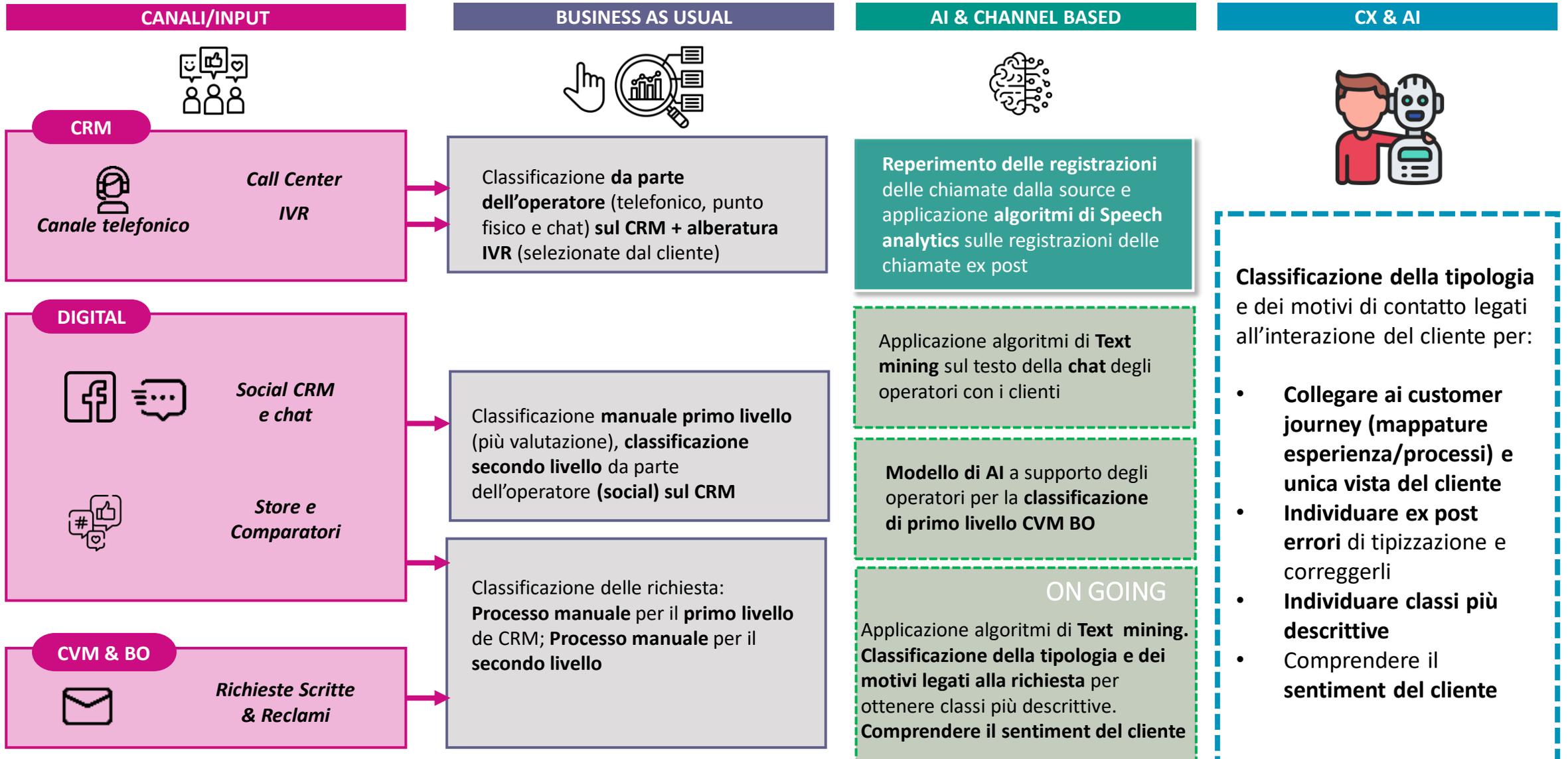
La CX nel Gruppo Hera



La Customer Experience in Hera si basa su 3 assi: **Misurazione** della CX, **Miglioramento** della CX, **Cultura Customer Centrica** e Miglioramento processi interni. Sono 3 assi strettamente legati e interdipendenti tra di loro. La VOC come area di lavoro si colloca tra i due assi della Misurazione e della Cultura in quanto ci permette di capire come sta performando la CX ma allo stesso tempo rende i colleghi più *aware* e aiuta ad empatizzare con i clienti, e orientare il miglioramento di processi interni.

Vengono raccolti da diversi anni KPI di esperienza, quali NPS e CSAT, a cui sono legati gli MBO del vertice di Gruppo e dei direttori. Sono raccolte tramite Web e IVR con un tasso di redemption rispettivo circa del 5% e 11%. Da qui **diventa fondamentale per aumentare la misurazione della CX evolvere la VOC e sviluppare l'analisi di conversazioni.**

La VOC ad oggi sfide e obiettivi per la CX



Una partnership di successo per il miglioramento della CX

CX e AI: un binomio destinato a rivoluzionare la relazione con i clienti, creando interazioni personalizzate ed anticipando le loro esigenze.

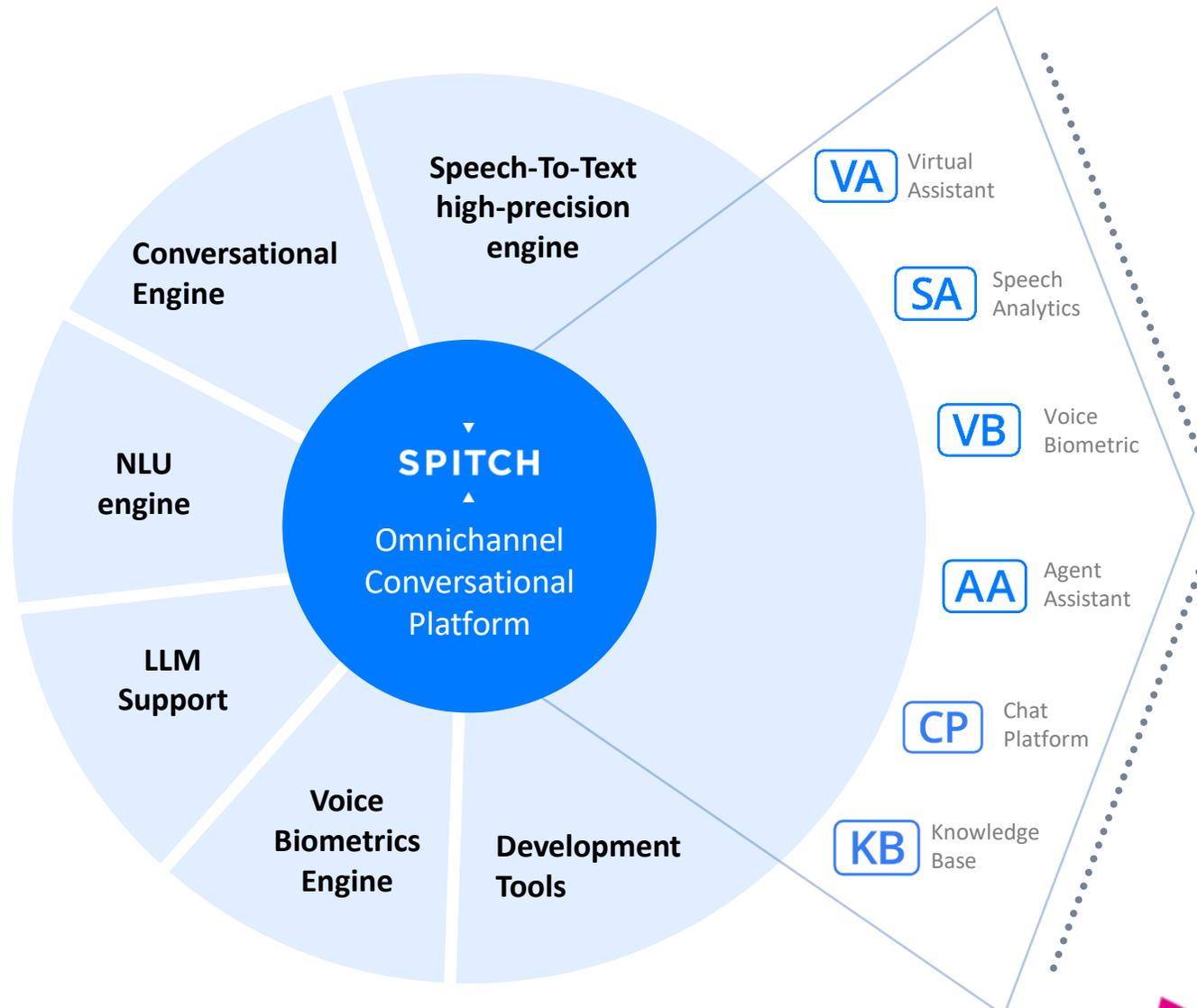




Ecosystem

Un orchestratore che garantisce un'esperienza unica e realmente **omnichannel**, costituita da uno stack tecnologico centrale sviluppato internamente senza dipendenze da terze parti

Platform Products Solutions



One-stop shop

Customizzazione & personalizzazione

Low code – no code

Veloce time-to-market

Develop once – deploy omni

Industry agnostic

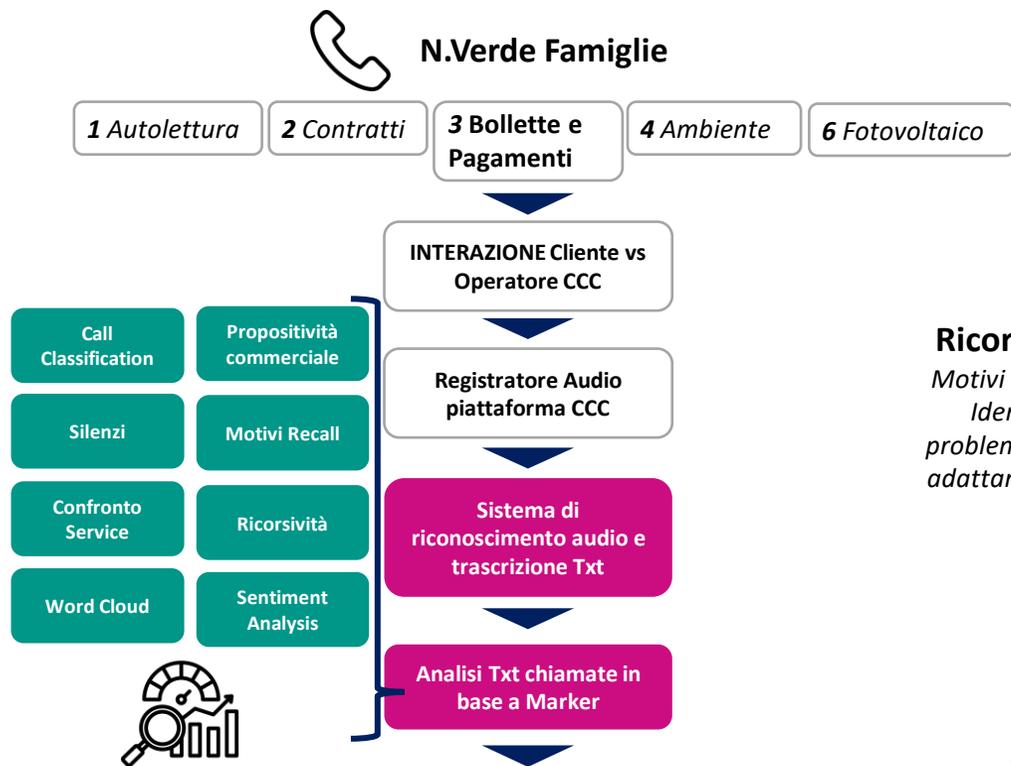
I dati conversazionali stimolano le vendite

L'implementazione avviene una sola volta, indipendentemente da quale canale (voce o testo) venga lanciato per primo grazie all'approccio **“Develop Once - Deploy Omni”**.



Il progetto di speech analytics

COME FUNZIONA

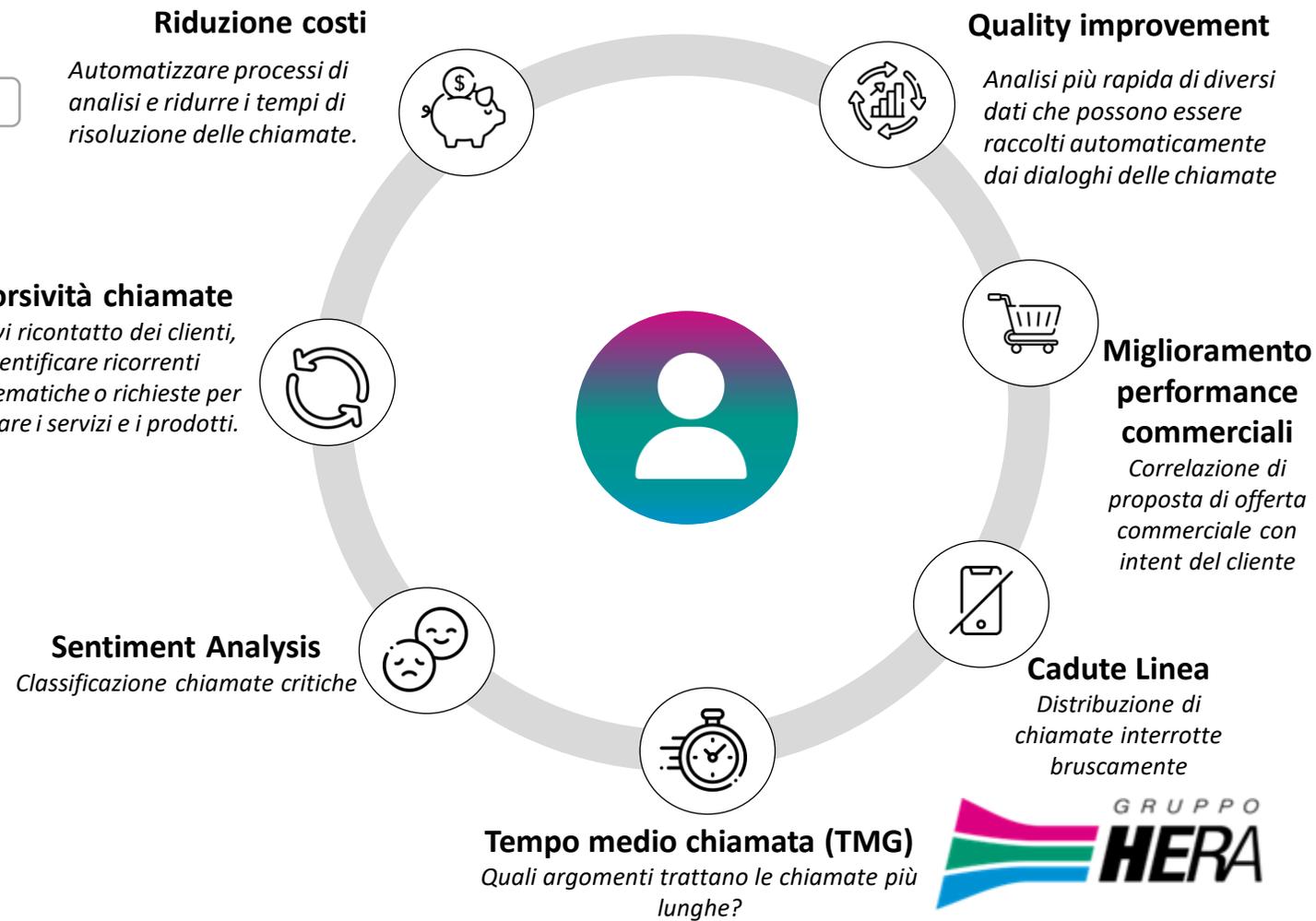


Evidenza «automatica» dei temi rilevanti

ignano * urgenza riattivazione acqua tira riattivare a bonifico un'urgenza sturbo acqua distributore iana cortesia albare figure o francesco distribuzione positivo intamanta

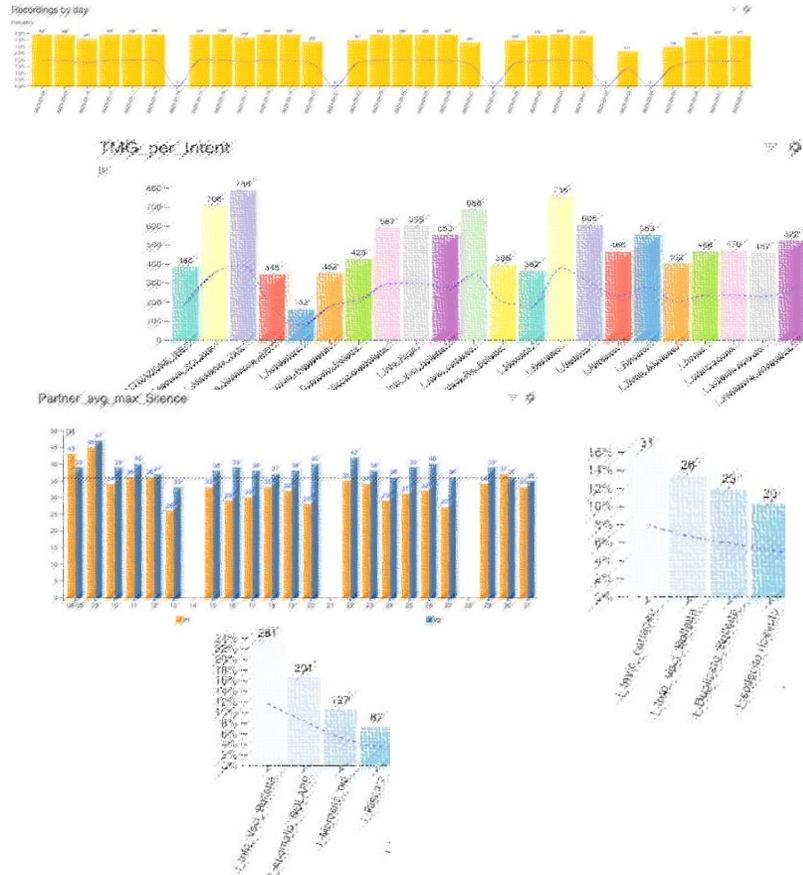
darcorona all'interno chiama l'energia fax centro assistenza boh ban addebito valutare l'acqua l'anzil collegata averla piovendo han contiene voto re) dell'energia empoli potenza

PRINCIPALI GOAL & KPI



Primi risultati ottenuti

Esempi dashboard



MISURAZIONE PROPOSITION

Misurare la proposition commerciale e il suo peso sui tempi di conversazione, riducendo di 100 secondi questa attività e aumentandone l'efficacia

MOTIVI RECALL

Individuare più agilmente i motivi della recall con l'obiettivo di migliorare i processi/la gestione operativa incrementando la One Call Resolution (OCR)

ANALISI TOPIC NEAR REAL TIME

Rilevare temi specifici o critici all'interno di un ampio numero di conversazioni, evidenziando gli argomenti che richiedono ulteriori approfondimenti o segnalano situazioni critiche

EFFICIENZA CONVERSAZIONALE

Misurare il peso delle pause presenti nella conversazioni (che in alcuni casi hanno raggiunto complessivamente il 40% del conversato) migliorando l'efficienza del Tempo Medio di Conversazione e arricchendo la Customer Experience.

Grazie

