

Comunicato stampa
Roma, 17 ottobre 2013



Come innovare la comunicazione, anche con le idee dei giovani

Vari gruppi si sono confrontati tramite social network in occasione della Giornata Giovani e hanno presentato proposte sulla comunicazione delle aziende, verso i loro mercati e verso i loro collaboratori

Si è svolta presso l'Auditorium Enel, alla presenza del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, Enrico Giovannini, l'undicesima edizione della "Giornata Nazionale" dedicata ai Giovani e promossa dal Club CMMC (Customer Management Multimedia Competence), che aggrega società ed enti che si occupano di relazione con clienti e cittadini attraverso i canali multimediali.

Il progetto si rivolge a personale di recente inserimento in azienda con l'intento di raccogliere le aspettative di chi è maggiormente avvezzo all'uso delle nuove tecnologie e dei nuovi modi di comunicare e collaborare e di contestualizzare questi comportamenti all'interno dell'ambiente di lavoro.

Promuovi il cambiamento: crea il tuo posto di lavoro. Questo il tema su cui i giovani partecipanti a questa iniziativa sono stati chiamati a riflettere, per creare la loro postazione di lavoro ideale, descrivendo gli strumenti, i servizi e le modalità per loro più opportuni e funzionali.

Più in particolare, gli obiettivi della Giornata Giovani sono così riassumibili:

- Contribuire al cambiamento e alla trasformazione delle aziende
- Migliorare la motivazione dei giovani
- Rendere più attrattive le aziende del settore e la professione
- Recuperare alcune idee e suggerimenti dai giovani
- Raccogliere le aspettative di chi è maggiormente avvezzo all'uso delle nuove tecnologie e dei nuovi modi di comunicare e collaborare
- Capire meglio come comunicano i giovani e come possono portare esempi di valore aggiunto al mondo delle aziende
- Conoscere le aspettative sull'impiego di social collaboration con colleghi e con clienti
- Pensare alla postazione di lavoro ideale, con strumenti e servizi più opportuni e funzionali.

La Giornata Giovani si propone di stimolare l'innovazione, coinvolgendo i giovani nel cambiamento aziendale e traghettando le esperienze e le competenze da loro acquisite e utilizzate in contesti extra-professionali. Ad esempio attraverso Social Network e Internet Mobile, le nuove modalità di comunicazione, interazione, collaborazione, scambio, confronto e crescita anche a livello aziendale, tra colleghi e con i clienti.

Su questi temi sono stati formati alcuni gruppi di giovani e ciascuno ha discusso, aggregato idee e formulato poi una proposta finale, il tutto impiegando una piattaforma di social network aziendale messa a disposizione e coordinata da CMMC.

I giovani sono stati coinvolti con discussioni e sondaggi su come essi si confrontano con le dinamiche aziendali e come le collegano al mondo social, oppure come interpretano un modello di tipo smart working e quali sono le aspettative di impiego di strumenti e servizi di collaborazione.

L'attività ha coinvolto 20 gruppi composti da 100 giovani, con età 27 anni e anzianità aziendale di circa 19 mesi. I gruppi appartengono a queste società: Abramo - AlmavivA - Aqp - Bon Prix - Call&Call - Datacontact - Ecare - Enel - GGF - H3g - Telecom Italia - Transcom - Visiant - Wind - Xerox.

Le relazioni finali sono state prodotte in forma multimediale e presentate nel corso del convegno organizzato a Roma in collaborazione con Enel.

Il rapporto completo è disponibile sul sito di CMMC (www.club-cmmc.it).

Dalle relazioni presentate dai vari gruppi che hanno partecipato all'iniziativa si possono evidenziare le seguenti idee innovative, che impattano sulle organizzazioni delle aziende e delle persone:

- APP per lo scambio di informazioni e l'accesso a servizi utili per la vita lavorativa e personale della comunità aziendale
- APP da smartphone per operatori di contact center per essere aggiornati, per organizzare il proprio tempo e il lavoro
- Social Network aziendale gestito da digital room con il supporto di chat e motore semantico
- Portale web per ciascun addetto con indicazioni di performance raggiunte e turnistica
- Social learning, ovvero sessioni di autoapprendimento condiviso
- Video tutorial predisposti per agevolare le relazioni con i clienti
- Immagini inviate da clienti tramite smartphone all'azienda per condividere informazioni più complete e fornire supporto con maggiore rapidità ed efficacia
- Instant Messaging per comunicazioni interne tra operatori e supervisori
- Accesso a catalogo vendite e servizio clienti tramite QR Code
- Blog aziendale per condividere informazioni create dai collaboratori e diffuse capillarmente anche su sedi diverse
- Raccolta di brani musicali ascoltabili in privato e durante gli intervalli
- Privacy, creazione di un codice di condotta per l'uso di un Social Network aziendale.

Società e gruppi partecipanti alla Giornata Giovani

- ABRAMO	- Digital generation	- Catanzaro
- ALMAVIVA	- Think#different	- Milano
- AQP	- Social Water	- Bari
- BON PRIX Get a Line	- Stile Libero	- Biella
- CALL&CALL	- Tech&fantasy e Revolution	- Locri e Casarano
- DATACONTACT	- Multicontact	- Matera
- ECARE	- iGroup e E-Group	- Bari
- ENEL	- Y Factor	- Roma
- GGF CALL WORLD	- Attenda in linea e Out hunter	- Ancona
- H3G	- Io & 3	- Roma
- TELECOM ITALIA	- Istantfore	- Roma
- TRANSCOM	- TransBlogger e Whatzzappando	- Lecce
- VISIANT	- V-team	- Milano
- WIND	- Think Dital Team	- Roma
- XEROX	- The future is social	- Shkoder

Il Club CMMC é una iniziativa attiva dal 1997.

L'acronimo CMMC - Customer Management Multimedia Competence - evidenzia l'obiettivo del Club: perseguire il miglioramento dei servizi resi ai Clienti (prima C), gestendoli (Management - M) attraverso i diversi canali (Multimedia - M) e con la valorizzazione delle Competenze (seconda C) sui processi di relazione.

Per informazioni:

Segreteria CMMC: Laura Cappetti – tel: 0272021195 – e-mail: info@club-cmmc.it

Sito web: www.club-cmmc.it