

Investire di più e meglio nella Relazione con il Cliente Cittadino: lo scenario di riferimento

La popolazione in Italia

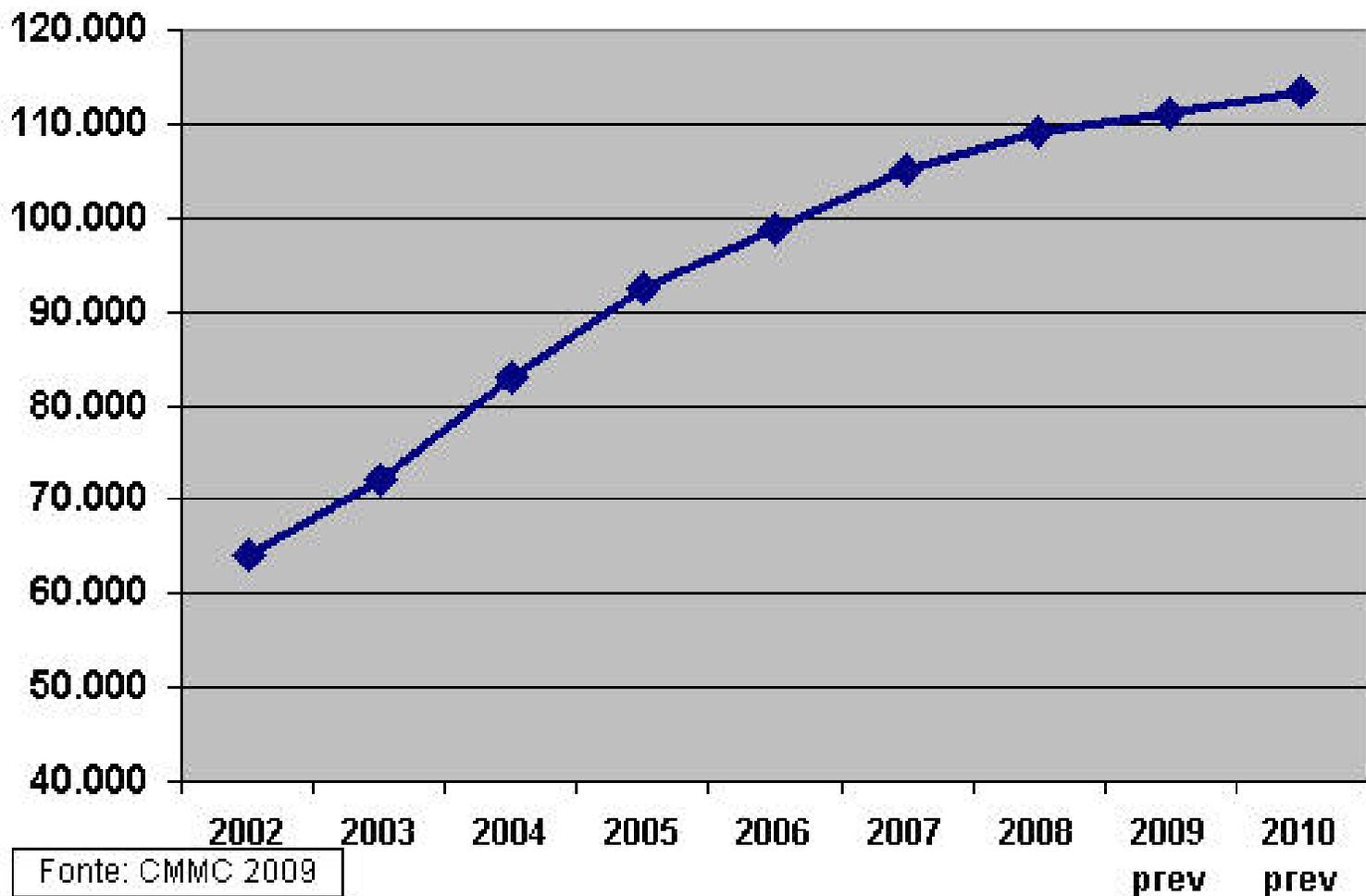


**Oggi il 20% della popolazione ha più di 65 anni
Nel 2050 il rapporto anziani-lavoratori sarà 1 a 2
Quale l'effetto dei giovani lavoratori?**

**“Concentrarsi su una completa
revisione delle vecchie premesse, in
gran parte non più valide, per
sostituirle con quelle che derivano
dall’esame della situazione e sono
applicabili per il futuro”**

Il fenomeno contact center in Italia

Andamento parco postazioni operatore contact center in Italia



Cambiano mercati e comunicazione

✓ Solo 5 anni fa non esistevano: Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter, iPhone.

✓ Nuovo modo di informare

Spesa Pubblicità in Italia – 39,5% (2008-2007)

Il termine “audience” è superato

✓ Nuovo modo di conversare

Fenomemi sms e twitter (140 caratteri)

Cambiano i contact center

✓ **Front end.**

Un certo tipo di soluzione è matura

✓ **Canali.**

Gestire nuovi contatti richiede nuovi kpi

✓ **Strutture.**

Decentrate ma con gestione centralizzata

✓ **Outsourcer.**

Partner per servizi specializzati e integrati

Cambiano priorità e professioni

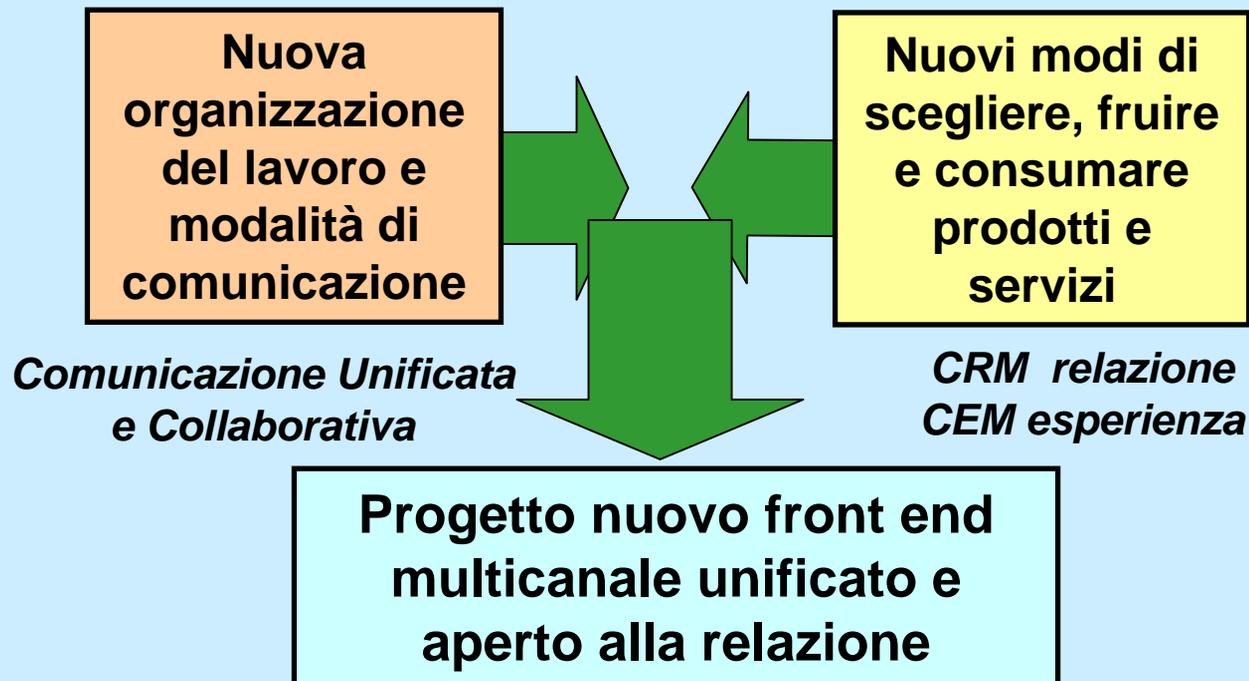
Addetti nei contact center

nel 1998: 40.000

nel 2008: 250.000

- ✓ **dalla gestione dei processi**
- ✓ **alla gestione degli uomini**
- ✓ **ora gestione della complessità**

Azienda Aperta



Web seminar promosso da un Outsourcer come esempio di innovazione

Unifying the Desktop to Improve Call Center ROI

Unified desktops pull together all the applications commonly used by agents and meld them into a single coherent, coordinated, and easily accessible application that speed call processing, reduces training costs, and improves customer satisfaction.

Will unified desktops become the Next Big Thing in the chain of innovations that have characterized our industry for the past two decades?

It's too soon to tell, but rarely have we seen a product come along that so effectively tackles the complex, makes it simple, and brings smiles to the faces of agents, consumers, and the IT professionals working in the background.

Nuove aree di business coinvolte

Oggi coloro che operano nella filiera della relazione multimediale con il cliente cittadino sono stimabili in oltre 1,5 milioni di addetti

Ma questo numero è destinato a salire e coinvolgerà nuove aree funzionali e specializzazioni nelle aziende e negli enti. Man mano che il contact center sarà più integrato con le aziende e queste diventeranno più “aperte” attraverso la comunicazione unificata.

Indicenza Costi Customer Service su Utili operativi

settori	% Customer service/ Ebit Italia	% Customer service/ Ebitda Italia
Utility	2,6	1,5
Tlc	11,7	6,7
Media	3,9	1,8
Servizi	4,9	2,5
Totale	7,4	4,1

lug-09

Fonte: Elaborazione CMMC

su dati "Il Sole24 Ore" mensile "Bilanci 2008" - Aprile 2010

Ebit, Utile operativo netto mercato Italia

Ebitda, Utile operativo lordo mercato Italia

Nota

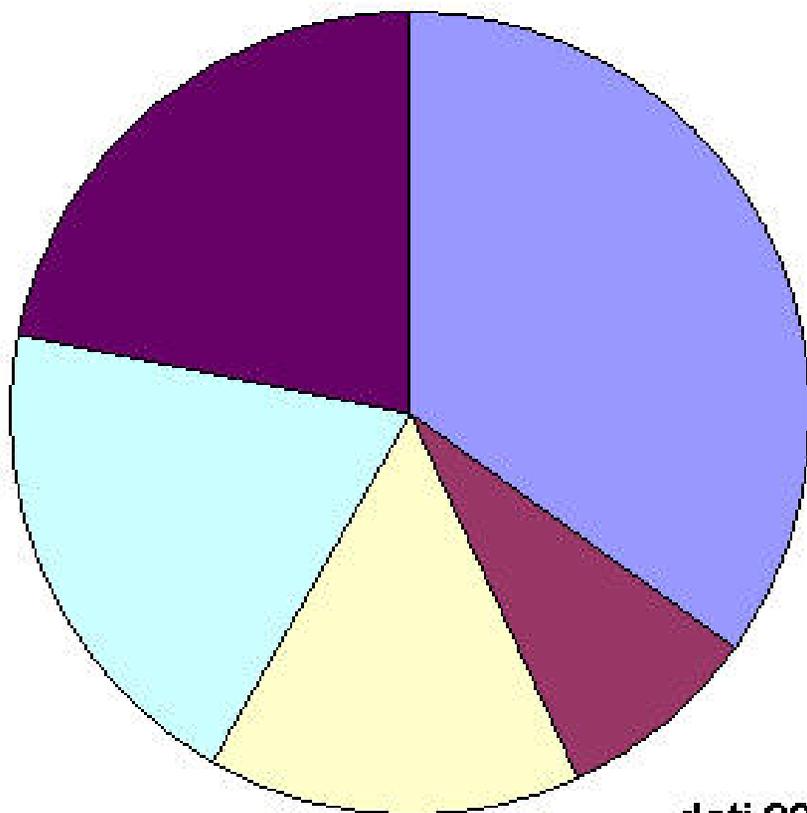
Spesa per Pubblicità
Fonte UPA 2008:
10,66 miliardi euro

**- il rapporto tra
spesa pubblicitaria
e Ebit é stimato pari
al 26,8%**

**- il rapporto tra
spesa pubblicitaria
e Ebitda é stimato
pari al 14,8%.**

La multimedialità oggi

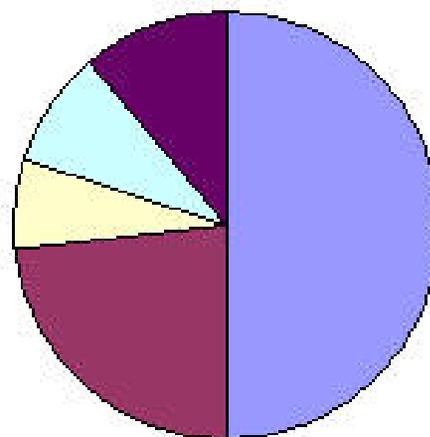
Canali di relazione con il cliente



dati 2008

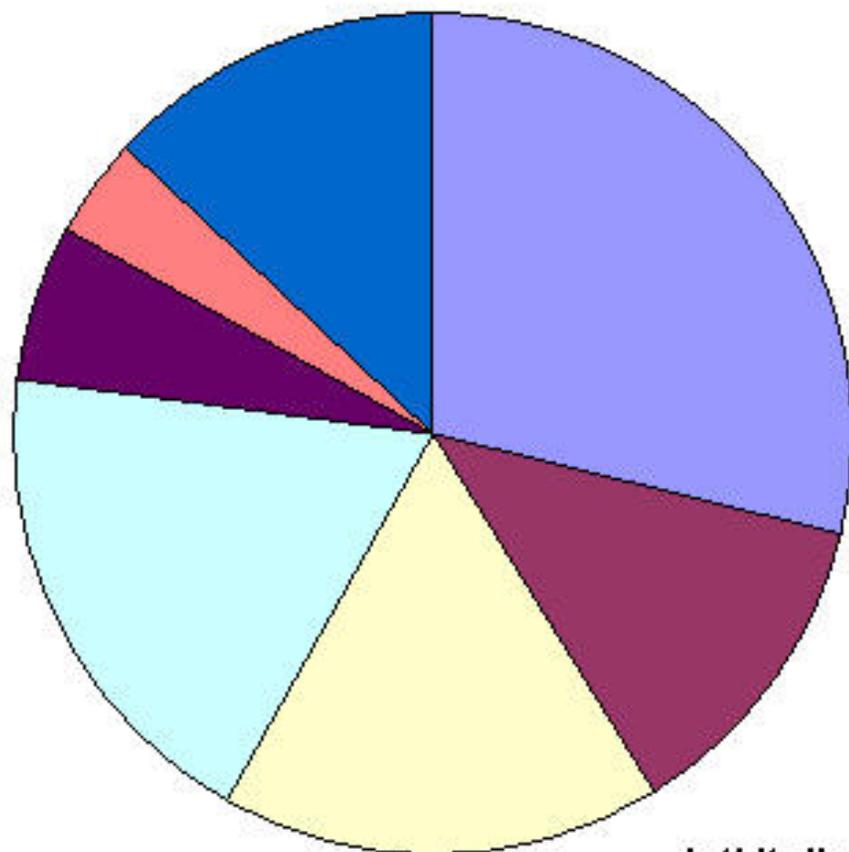
■ telefono ■ mobile ■ web ■ e-mail ■ altro (posta-fax)

Relazioni via Contact Center



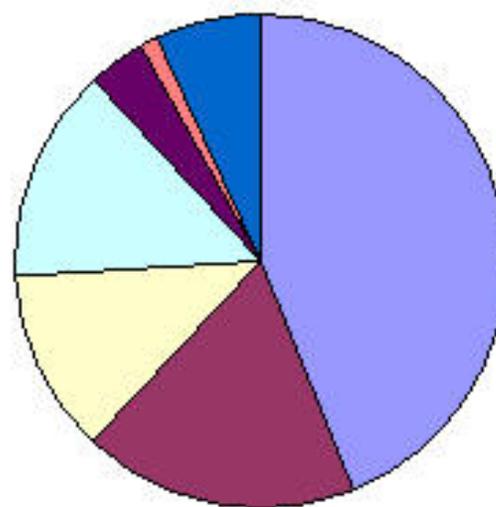
La multimedialità... dietro l'angolo

Canali di relazione con il cliente



dati Italia 2010

Relazioni via Contact Center



■ telefono ■ mobile ■ web ■ e-mail ■ chat ■ video ■ altro (posta-fax)

Il tema dell'anno 2009

**ABC della Multimedialità
Ascolto, Benchmarking,
Collaborazione nell'era web 2.0**

.... sono seguite molte riflessioni.....

□ A come Ascolto

**per intercettare le esigenze e aumentare la
fiducia del cliente cittadino**

□ B come Benchmarking

**per definire nuovi indicatori, monitorare le
performance e favorire il cambiamento**

□ C come Collaborazione

**per condividere i contenuti della
comunicazione e le esperienze
del cliente cittadino.**

Come riprendere i temi della Giornata

- ✓ *occasione per analizzare e condividere “esperienze” di relazione innovative, per favorire lo sviluppo della “relazione sociale” a vantaggio dell’Ambiente, del Benessere e dei Costi, ovvero della “ABC della Società”.*
- ✓ *la Giornata diventa l'appuntamento per 'fare il punto' di qualcosa che si vive giorno dopo giorno, durante l'anno.*
- ✓ *la Giornata deve vivere per tutto l'anno, una sorta di kick off che esprime le linee guida.*
- ✓ *i nostri clienti sono tanto più disposti a collaborare quanto più sono coinvolti e soddisfatti.*
- ✓ *la semplicità, l'economicità e la comodità offerta dalle applicazioni 2.0 sarà il carburante di un proliferazione di contatti che prima non avevano la stessa intensità, perchè frenati in parte dal dover comporre un numero, superare un IVR, ed attendere in coda.*

Come intervenire sugli aspetti problematici

- ✓ occorre dare la massima priorità agli investimenti su quei processi, sistemi e innovazioni che impattano direttamente sulla esperienza relazionale del cliente.
- ✓ l'aspetto più problematico è il livello di servizio, ovvero quando e come possiamo essere vicini ai clienti/cittadini con efficacia ed efficienza Tale aspetto è fortemente vincolato oltre che dalla cultura aziendale, anche dall'utilizzo di tecnologie abilitanti.
- ✓ occorre coinvolgere i vertici aziendali, avere visibilità all'interno dell'azienda, ovvero dare visibilità alle esigenze del cliente che paga il servizio
- ✓ vi possono essere "sacrifici", sia per le Aziende come per i cittadini, ma devono riguardare un "progetto di sviluppo" condiviso attraverso investimenti in innovazione, ricerca, competenza, servizi a valore aggiunto e lavoro.

Come intervenire sugli aspetti problematici

- ✓ *i maggiori player hanno un'EBTDA completamente erosa dall'IRAP, quindi generando bilanci in perdita. E' assurdo che in aziende dove l'80% dei costi sono costi del lavoro, vengano gravate da una tassa sul costo del lavoro quale l'IRAP.*
- ✓ *la leva fiscale rimane il solo strumento (anche se zoppo) che i governi possono utilizzare.*
- ✓ *il pragmatismo da noi si concreta nel comunicare che posto fisso è meglio. Mi pare un po' poco.*
- ✓ *se per nuovi progetti che possono creare maggiore redditività si godesse di misure di sostegno, molte più aziende virtuose potrebbero sopravvivere e crescere.*

Cosa ci serve ? Un ammortizzatore



Giornata a bordo della Concordia di Costa Crociere



Web Meeting CMMC con Webex di Cisco

Cosa serve per partecipare ai
"web meeting CMMC" ?

Una postazioni di lavoro
multimediale con webcam,
meglio se con cuffie, e un
collegamento internet.

Tutti possono interagire in
audio e video.

Intendiamo solo migliorare i
nostri rapporti.



... intanto CMMC è su 

Esempio di leadership per governare l'onda lunga che segue la forte perturbazione economica



Il generale Antoine Lasalle nella battaglia di Wagram (1809).

Con la pipa stretta nel pugno incita i suoi soldati: esempio di un leader che mette in gioco, oltre che talento ed esperienza, la forza del sentimento.

*Per riconoscere il ruolo professionale di chi
si è particolarmente distinto nel settore*

I Premi saranno assegnati per:

- *Progetti Innovativi*
- *Progetti Comunità Virtuali*
- *Servizio Clienti*
- *Servizi al Cittadino*
- *Contact Center*
- *Risorse Umane*
- *CRM*

*Per iniziare il 2010
Le migliori Case History interpretate
dai Protagonisti che le hanno realizzate*

*Un evento esclusivo
Una opportunità unica*

.. A presto !