

WEB CONTACT CENTER

Flavia COSTI
Direttore Customer Support Team
flavia.costi@weservice.it

Convegno CMMC, Internet Expò
19 gennaio 2002, Milano



We@bank

il Brand

We@bank è l'iniziativa online creata da **Banca Popolare di Milano**, per affrontare da protagonisti il mondo di Internet. We@bank è nata per offrire servizi integrati di home banking e trading on-line ad alto valore aggiunto.

1865

La tradizione



Gennaio 2000

L'innovazione



Webank 



We@bank

Inizio del progetto :	Aprile 1999
Inizio dell'operatività - pilota :	Ottobre 1999
Lancio servizio :	Gennaio 2000

... ad oggi siamo a 24 mesi
dal lancio del servizio



3

We@service

la Società

E' la società del Gruppo Bipiemme dedicata allo sviluppo informatico, commerciale e di consulenza delle attività inerenti le iniziative di virtual banking dell'istituto milanese, tra cui **We@bank**.

Il 20 Luglio 2000 il Consiglio di Amministrazione di **BPM** ha nominato gli Amministratori di **We@service** e confermato la missione della nuova azienda ... **We@service** è stata costituita per fornire servizi di Information Technology e Marketing a supporto del marchio **We@bank** ed allo sviluppo delle iniziative virtuali promosse da **BPM** e dalle altre Aziende del Gruppo.



4

evoluzione

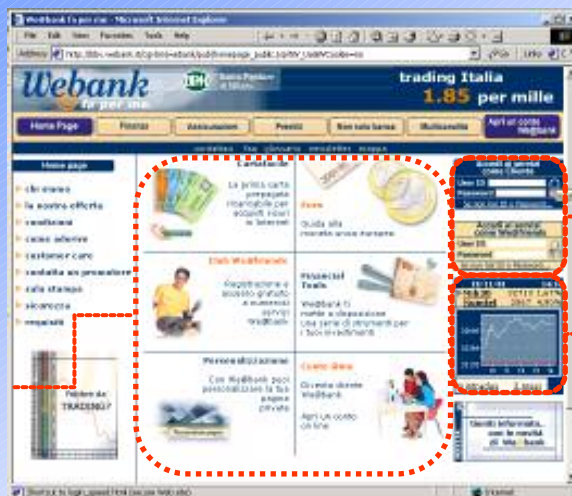


com'era ...

com'è...



We@bank: il prodotto



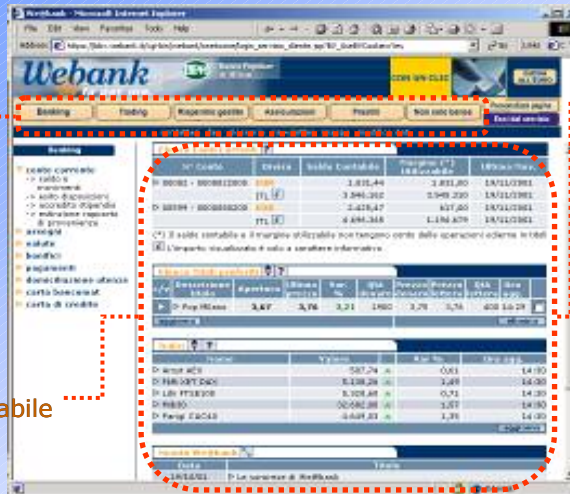
Area Informativa

Accesso Al servizio

Andamento Mercati



We@bank: Home Page Privata



Accesso Funzioni

Area Personalizzabile

Comunicazioni One - To - One



7

We@bank: Offerta

Fondi BPM SGR

- Sottoscrizione
- Switch
- Rimborso
- Piani di Accumulo

Prestiti

- Motori
- Computer
- Casa più
- Ateneo
- Libri
- Vacanze

Oltre 70 funzioni disponibili Tra Prodotti e Informazioni

Trading:

- Borsa Italiana
- Borsa Internazionale
- Parigi - Francoforte - Amsterdam
- Mercati Americani
- Nasdaq - Nyse

15 funzionalità:

- Pagamenti
- Informazioni
- Attività amministrative

Assicurazioni

BPM VITA
 Cattolica Assicurazioni

Non solo Banca

- Viaggi
- Informatica
- Biglietti
-

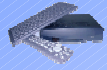


8

I canali di accesso



GSM
We@Mobile



Web TV



WAP
We@Mobile



Sito



il Cliente



Promotore



Contact Center



Palm
Web Phone



9

Perchè un WCC ...



10

Le regole e la missione

NEL CREARE UN **WEB CONTACT CENTER**
NON ABBIAMO VOLUTO CREARE
UNA BANCA TELEFONICA



IL CLIENTE DEVE ESSERE EDUCATO E MESSO NELLE
CONDIZIONI DI ESSERE AUTONOMO: RICERCA DI EFFICIENZA



UTILIZZARE LE PERSONE SOLO LADDOVE QUESTA SCELTA
GENERI VALORE AGGIUNTO EFFETTIVO



FORNIRE UN CANALE DI ASSISTENZA OVE SIA
DISPONIBILE UN CANALE DI ACCESSO AL
NOSTRO SERVIZIO



11

Le AREE di FOCALIZZAZIONE importanti per ottenere un wcc performante

RISORSE

Sviluppare in tutto il personale la propensione al Customer Care attraverso la comprensione della rilevanza delle proprie prestazioni. La formazione continua è fondamentale

INFORMAZIONI

Attivare le soluzioni organizzative e tecnologiche per un utilizzo dinamico e real time della base dati. Le informazioni devono essere 1to1. Univocità di linguaggio e stile (tra differenti canali)

CUSTOMER SATISFACTION

Allineare in modo efficiente gli standards di qualità progettati alla QUALITA' ATTESA dal cliente

MONITORARE

monitorare la percezione del prodotto e soprattutto dell'APPROCCIO AL CLIENTE da parte degli operatori e dei dipendenti dell'azienda .



12

Evoluzione del WCC



**PERSONALIZZAZIONE INTERFACCIA ONE-TO-ONE VS CLIENTE
GESTIONE PROATTIVA DEL SERVIZIO (grazie a profiling clientela)
L'IMPRESA "SPINGE" IL WCC COME ELEMENTO QUALIFICANTE
DELL'OFFERTA
INTEGRAZIONE COMPLETA DEI SISTEMI (LEGAL & TAX)**



13

Come ...



14

Il prodotto

Multicanalità

Integrazione canale Web

Flessibilità e scalabilità

Protocolli standard

Nuove tecnologie

La nostra scelta



15

Il fornitore

Affidabilità della società

Know how di settore

Personalizzazione e sviluppo

Assistenza e manutenzione

PARTNERS di progetto

La nostra scelta



16

WCC: modulo Help Desk

- Strumento di gestione Trouble Ticket permette la gestione del cliente on line con la registrazione e consultazione dei dati relativi alle pratiche del cliente
- Workflow aziendale permette di gestire l'escalation al secondo livello di assistenza specialistica ed il monitoraggio ed intervento di ogni risorsa aziendale idonea



17

DataWarehouse

il **Customer Profiling**, che viene estratto utilizzando il DataWarehouse, è utilizzato dal Web Contact Center per rendere profittevole ed efficace, quindi performante, il Contatto con il cliente e al tempo stesso il Web Contact Center aggiorna e implementa assieme a BroadVision il medesimo



18

Il WCC è un traguardo !

Il WCC non è un prodotto tecnologico !
Non basta "girare una chiave"....

E' una procedura di apprendimento
organizzativo e di tuning Processi
che richiede un determinato intervallo di tempo
(variabile da organizzazione a organizzazione)
per produrre effetti sulla qualità
della relazione con il Cliente.



Web Contact Center

In sintesi un WCC è la risultante di
due leve fondamentali ...



Web Contact Center

... che se son ben integrate e sviluppate portano a



Con un contenimento dei costi
e un soddisfacente livello di servizio

Il Web Contact Center oggi ...

A collage of three images. On the left, a woman with glasses is looking thoughtful. In the center, a Webbank logo is displayed with the text 'Webbank fa per me.' and 'Banca Popolare di Milano' below it, along with the phone number '800-800088'. On the right, a close-up profile of a woman's face is shown with the text 'We@bank ti presta orecchio'.



Vi ringrazia per l'attenzione

Flavia COSTI

*Direttore Customer Support Team
flavia.costi@weservice.it*



23