



MYSTERY CALLING

L'ESPERIENZA TELEFONICA
PER GENERARE
FEDELTA'

Paolo Bortoli

L'IMPORTANZA DEL CANALE TELEFONICO NELLA CUSTOMER EXPERIENCE DI OGGI

Fornire una Customer Experience positiva attraverso tutti i canali di contatto è fondamentale per qualsiasi organizzazione.

Nonostante il crescente utilizzo delle nuove tecnologie digitali, l'esperienza telefonica è ancora un momento importante per molti clienti, favorendo:

- maggiore **fidelizzazione**
- maggiori **profitti**
- migliori **rendimenti sugli investimenti**.



Gli operatori dei contact center hanno un'enorme responsabilità nel fornire una customer experience che corrisponda alla promessa del brand.

Oggi, più che mai, tutto ciò è estremamente rilevante!

PERCHE' E' PIU' CHE MAI RILEVANTE?

Gli individui diventano fisicamente **più remoti e isolati gli uni dagli altri**, ma ciò non significa che anche i brand diventeranno più distanti dai clienti.

- Trovare il modo di **stare vicino ai propri clienti** in questi tempi "fluidi" è più importante che mai, per continuare a mantenere forti relazioni con loro.

I clienti stanno valutando **come i brand li sostengono in questo difficile periodo** e si ricorderanno di coloro che si sono impegnati ad aiutarli durante la crisi.

- Il Contact Center, per sua natura, diventa pertanto un canale estremamente importante per stare vicini ai clienti, **rassicurandoli e aiutandoli a «traghettare verso una nuova normalità».**

MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE DEI CONTACT CENTER DURANTE LA CRISI COVID-19

Che cosa sappiamo

- I clienti passano da **interazioni face-to-face** ad utilizzo di **canali remoti**
- Le richieste "quotidiane" ai contact center sono **in aumento**
- Gli operatori non hanno necessariamente ricevuto una **formazione approfondita**
- Gli operatori e i team leader non sono in grado di **lavorare come prima**
- **Riduzione** delle capacità di ascolto delle chiamate



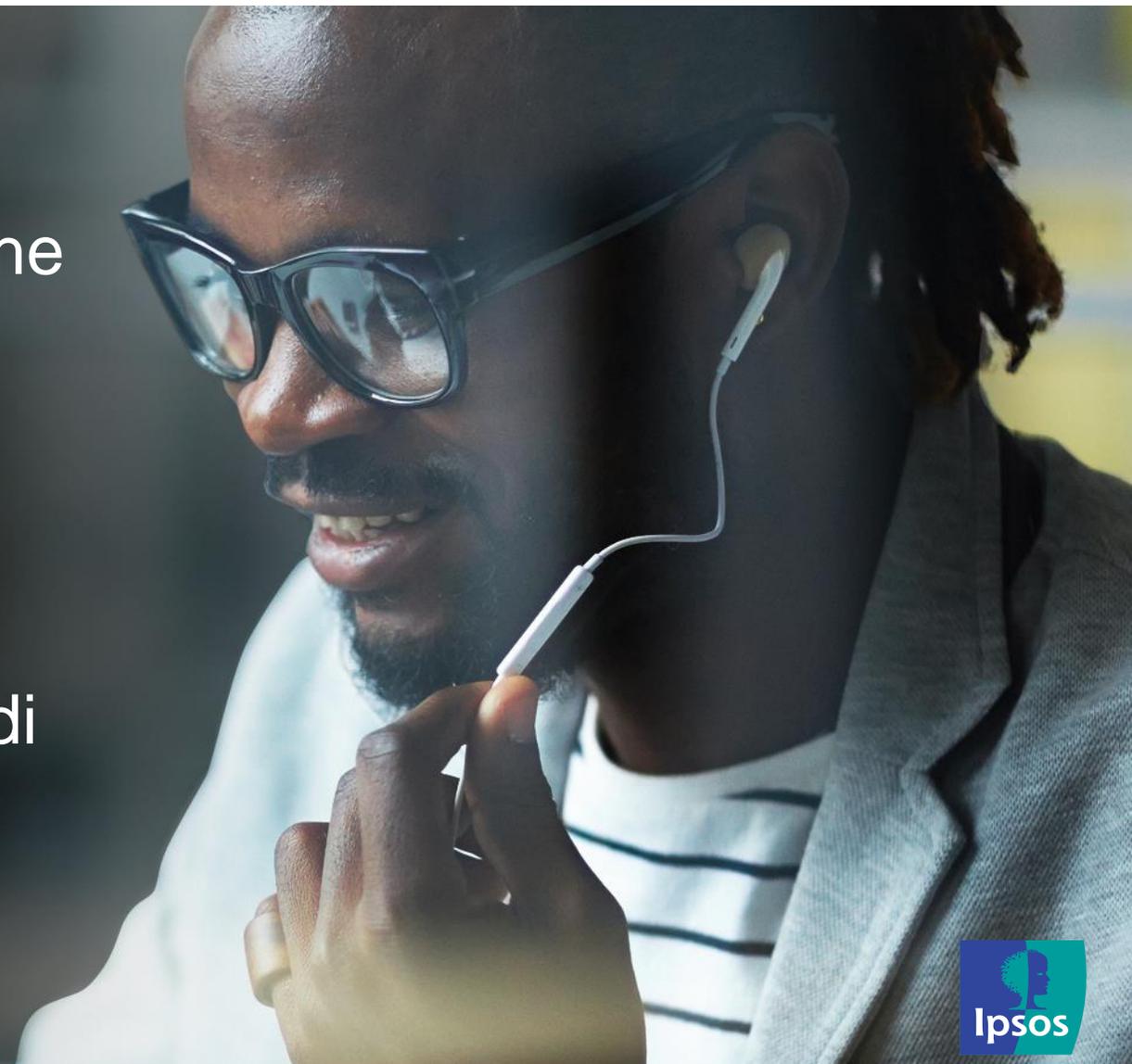
COME IL MYSTERY CALLING PUO' AIUTARE



- In questo contesto estremamente sfidante, **la soluzione mystery calling è un metodo rapido ed economico** per misurare in modo robusto le performance degli operatori
- I dati vengono raccolti da **mystery callers opportunamente profilati** che vengono istruiti a chiamare la vostra azienda e a seguire scenari definiti per valutare come gli operatori stanno gestendo specifiche chiamate.
- Mantenere il volume delle chiamate al minimo è importante, ma è imperativo che **gli operatori continuino ad essere monitorati in modo efficace.**

MYSTERY CALLING,

una forma di Mystery Shopping, che fornisce una valutazione omnicomprendensiva, indipendente e obiettiva delle performance del contact center per integrare le indagini di Call Listening ed AI – e per soddisfare le esigenze di misurazione che non trovano risposta tramite altri strumenti...



FORNIRE VELOCEMENTE RISPOSTE ALLE VOSTRE BUSINESS QUESTIONS

- Come l'aumento delle chiamate impatta su **tempi di attesa, performance dell'operatore ed esperienza del cliente**?
- I clienti sono in grado di navigare nel vostro **sistema IVR**?
- Le nuove richieste di informazioni vengono **risolte al primo contatto**?
- Gli operatori aderiscono agli script, in modo **conforme agli standard di processo**?
- La tecnologia funziona per gli **operatori «at home»**?
- I **clienti vulnerabili** ricevono l'attenzione e le informazioni di cui hanno bisogno?
- Come vi confrontate con **altre organizzazioni**, nel vostro settore e non solo?

.... AIUTARE LE AZIENDE A PROMUOVERE L'EFFICIENZA, LA CONFORMITA' E IL RITORNO DEGLI INVESTIMENTI SULLA CUSTOMER EXPERIENCE



RETENTION

I clienti vengono «trattenuti» e i clienti a rischio vengono recuperati



ACQUISITION/ SHARE OF SPEND

Acquisizione di nuovi clienti / incremento della scelta da parte dei clienti



ADVOCACY

I clienti condividono le loro esperienze positive con gli altri



EFFICIENZA OPERATIVA

Clienti gestiti in modo efficiente in termini di costi



COMPLIANCE

Aderenza agli standard e alla regolamentazione del brand



48%

dei clienti che hanno avuto una scarsa esperienza di call center sono rimasti insoddisfatti di come è stato affrontato il loro problema



3 su 10 di loro hanno detto che smetteranno di usare o useranno di meno il brand

CHE COSA DOBBIAMO MISURARE PER POTER MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE?

- VELOCITÀ
- FACILITÀ ED EFFICIENZA
- AFFIDABILITÀ
- PREPARAZIONE
- PERSONALIZZAZIONE



CHE COSA SI PUO' IMPARARE DA UN PROGRAMMA DI MYSTERY CALLING?

1 Individuare le **aree di forza e di debolezza**; e comprendere l'impatto sui clienti

2 **Prioritizzare le azioni** per guidare i miglioramenti organizzativi, logistici/di processo e le performance degli addetti del call center

3 Comprendere il **rispetto della conformità normativa**

4 Valutare le prestazioni del contact center **in modo "indipendente"** e all'interno di un ambiente omni-canale

5 **Integrare i dati** di Mystery Shopping/Calling con altre metriche di clienti, operative e finanziarie per determinare il Return on Customer Experience Investment



IL NOSTRO PUNTO DI VISTA

Un **programma di mystery calling ben progettato** fornirà insight che potranno portare a miglioramenti in tutti gli aspetti delle performance dei contact center: aumentando le **vendite**, la **fidelizzazione** e l'**advocacy** sulla base di una solida customer experience, e proteggendo al contempo i profitti grazie alla conformità e all'efficienza dei processi.



GRAZIE!

Paolo.Bortoli@ipsos.com

Nicola.Neri@ipsos.com

www.ipsos.it

