

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare un modello di assistenza clienti, a partire dai principali modelli di caring e sulla base del piano di marketing, definendone i requisiti e le specifiche funzionali

1 - ANALISI MODELLI

Grado di complessità 4

1.4 ANALISI CARTA DEI SERVIZI

Analizzare la Carta dei Servizi per adeguare il modello da sviluppare in linea con la valutazione degli anni precedenti

Grado di complessità 3

1.3 IDENTIFICAZIONE DEL MODELLO DI RIFERIMENTO

Identificare obiettivi e strategie per lo sviluppo in termini operativi del modello di customer care in coerenza con la mission aziendale e le esigenze e le istanze delle strategie di marketing

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI MODELLI DEI COMPETITOR

Analizzare i principali modelli di customer care dei competitor, considerando le diverse tipologie (off line, on line, utilizzo di software e IA, ecc.) valutandone i punti di forza e di debolezza e la possibilità di trasferimento alla propria realtà aziendale attraverso un'analisi comparata dei sistemi organizzati per la soddisfazione del cliente

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI DEL MODELLO INTERNO

Analizzare le caratteristiche e lo stato dei servizi offerti per l'attività di Assistenza Clienti considerando le diverse tipologie attuate (off line, on line, utilizzo di software e IA, ecc.) valutandone i punti di forza e di debolezza

2 - PROGETTAZIONE

Grado di complessità 3

2.3 ANTICIPAZIONE POSSIBILI CRITICITÀ

ADA.24.04.09 - SVILUPPO E MONITORAGGIO DEL SERVIZIO DI CUSTOMER CARE

Prefigurarsi possibili criticità relative all'attuazione del modello di Customer Care anche alla luce dei potenziali conflitti con le strategie di marketing stabilite, prevedendo possibili variazioni e modifiche

Grado di complessità 2

2.2 DEFINIZIONE SUPPORTO TECNICO

Definire i requisiti e le specifiche dei servizi relativi all'assistenza, di tipo tecnico, da fornire a un cliente che ha acquistato un prodotto o un servizio (assistenza telefonica, on line tramite sito internet, tramite chat, con utilizzo di software e IA, ecc.)

Grado di complessità 1

2.1 DEFINIZIONE SPECIFICHE FUNZIONALI

Definire le specifiche funzionali delle componenti del modello di Customer Care (le tipologie e i livelli di servizio) alla luce degli obiettivi e delle strategie definite di servizio

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologie di prodotti/servizi acquistati dai clienti
- Informazioni relative a caratteristiche dei servizi offerti da attività di Assistenza clienti interno all'organizzazione
- Informazioni sui principali modelli di Assistenza Clienti dei competitor
- Mission aziendale
- Strategie di marketing
- Carta dei servizi aziendale
- Tipologie e livelli di servizio atteso
- Standard di qualità previsti

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di rilevazione, organizzazione e gestione delle informazioni
- Metodi e tecniche di analisi dei servizi offerti e dei modelli dei competitor
- Metodi e tecniche per la progettazione di servizi di assistenza clienti

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Servizio di Assistenza Clienti progettato
- Requisiti e specifiche funzionali dei servizi definite
- Ipotesi di soluzioni alternative sviluppate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di servizi applicabili ad un servizio di customer care
2. L'insieme delle strategie di marketing
3. L'insieme dei metodi e delle tecniche di analisi e progettazione dei modelli di assistenza dei clienti
4. Un set di informazioni relativo a strategie di marketing modelli di assistenza interni e di competitor

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di servizio, sulla base del set informativo dato, motivata definizione dei requisiti e delle specifiche funzionali del servizio di customer care

ADA.24.04.09 - SVILUPPO E MONITORAGGIO DEL SERVIZIO DI CUSTOMER CARE

2. Colloquio tecnico relativo alla identificazione di punti di forza e di debolezza di un modello di customer care e le condizioni per il trasferimento del modello in altri contesti

FONTI

Donatella Rampado - Cinque modi efficaci per crescere. Dalla customer care al customer service - Franco Angeli 2013

Giulio Sacripanti Il Customer Care. Come Comportarsi con i Clienti, Fidelizzarli e Stimolare il Passaparola per il Successo della Tua Azienda. eBook Bruno Editore

<https://www.slideshare.net/stefanocolombini/customer-service->

<https://customercentricity.it/i-kpi-del-customer-service-first-contact-resolution-parte-1/ parte-2/ parte-3/>

http://www.ebcconsulting.com/images/File_pdf/Analisi_e_sviluppo_dei_call_center_e_del_servizio_di_customer_care_EBC_consulting.pdf

<https://www.forumpa.it/> FPA - Innovazione nella Pubblica Amministrazione e Forum PA