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

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Elaborare un sistema di indicatori e di valutazione delle performance del processo di assistenza al cliente, provvedendo all'utilizzo dello stesso per formulare ipotesi di miglioramento degli standard qualitativi in collaborazione con la funzione marketing

1 - DEFINIZIONE SISTEMA DI MONITORAGGIO

Grado di complessità 5

1.5 AGGIORNAMENTO CARTA DEI SERVIZI

Inserire i risultati di monitoraggio nei report semestrali e annuali per l'aggiornamento periodico della Carta dei servizi per la valutazione della qualità del servizio erogato

Grado di complessità 4

1.4 ELABORAZIONE REPORT

Elaborare dei report dei risultati ottenuti dall'analisi degli indicatori definiti (singoli o associati fra loro) in modo da poter procedere a una valutazione più dettagliata e significativa dei processi di erogazione dei servizi di Customer Care

Grado di complessità 3

1.3 RACCOLTA DATI

Raccogliere, categorizzare e archiviare i dati relativi al servizio di customer care distinguendo fra dati interni (prodotti dalla organizzazione es. dati sull'erogazione del servizio, circolari, dati di marketing, ecc.) ed esterni (prodotti da fonti esterne alla organizzazione es. rapporti di ricerca sul settore, numero di abbonati di un servizio, ecc.)

Grado di complessità 2

1.2 DEFINIZIONE INDICATORI DI EFFICACIA

Individuare indicatori di performance relativi ai processi di erogazione dei servizi di Customer Care in termini di efficacia (es. First Contact Resolution (FCR) - percentuale di contatti che hanno permesso di risolvere il problema del cliente fin dalla prima interazione, o nella prima telefonata)

1.2 DEFINIZIONE INDICATORI DI EFFICIENZA

Individuare indicatori di performance relativi ai processi di erogazione dei servizi di Customer Care in termini di efficienza (es. First Response Time (FRT) il tempo impiegato dalle risorse del Customer Service a fornire una prima risposta o Average Handle Time (HAT) tempo medio di gestione di una richiesta di assistenza)

1.2 DEFINIZIONE INDICATORI CUSTOMER SATISFACTION

Individuare indicatori di performance relativi ai processi di erogazione dei servizi di Customer Care in termini di Customer Satisfaction (compreso ad esempio Net Promoter Score che misura “la probabilità con cui un cliente consiglierebbe un prodotto/servizio/sito ad un amico o collega")

Grado di complessità 1

1.1 PROGETTAZIONE MONITORAGGIO

Progettare e definire le modalità operative di monitoraggio e controllo relative ai risultati dei processi di erogazione dei servizi di Customer Care, definendo strumenti e tempi per la raccolta delle informazioni

2 - VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Grado di complessità 5

2.5 INCENTIVAZIONE DEL PERSONALE

Utilizzare i dati della valutazione del servizio per il riconoscimento di premi di produzione legati al raggiungimento dei risultati (efficienza, produttività, qualità legata alla customer satisfaction)

Grado di complessità 4

2.4 FORMAZIONE DEL PERSONALE

Pianificare ed erogare un'adeguata formazione delle risorse umane (iniziale e on the job) e sessioni continuative di briefing/debriefing per orientare al “miglioramento continuo” le prestazioni operative del servizio di Customer Care

Grado di complessità 3

2.3 OTTIMIZZAZIONE DEL SERVIZIO

Individuare in collaborazione con l'area del marketing ipotesi di miglioramento e ottimizzazione degli standard qualitativi dei processi e delle procedure di erogazione dei servizi di assistenza clienti in coerenza con gli obiettivi e le strategie stabilite

Grado di complessità 2

2.2 VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE DEL SERVIZIO

Valutare la performance complessiva e l'efficacia del servizio di Assistenza clienti con riferimento agli standard di qualità aziendali previsti per il servizio di customer care

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

Grado di complessità 1

2.1 ANALISI DEI RISULTATI DI MONITORAGGIO

Analizzare i report previsionali e a consuntivo sull'andamento del servizio di Assistenza clienti identificando gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti per il servizio e interpretando al meglio i feedback dei clienti

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

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Modelli di assistenza clienti e relativi livelli
- Informazioni relative alle caratteristiche dei servizi offerti da attività di Assistenza Clienti interno all'organizzazione
- Standard di qualità previsti
- Procedure e modalità operative di gestione del servizio di Assistenza Clienti
- Procedure e modalità operative di monitoraggio e valutazione del servizio di Assistenza Clienti
- Procedure e modalità operative per la gestione dei reclami
- Strumenti per la raccolta delle informazioni
- Esempi di indicatori di performance relativi ai processi di Assistenza Clienti
- Risultati di monitoraggi precedenti

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di rilevazione, organizzazione e gestione delle informazioni
- Metodi e tecniche per la condivisione delle informazioni
- Metodi e tecniche di monitoraggio dei servizi di assistenza clienti
- Metodi e tecniche per la definizione di indicatori di performance (efficacia, efficienza, customer satisfaction)
- Metodi e tecniche per la stesura di report di sintesi

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Sistema di monitoraggio e valutazione del servizio di assistenza clienti definito
- Indicatori di efficacia ed efficienza del servizio clienti definiti
- Report di sintesi redatti

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dei modelli di assistenza clienti e dei loro livelli di servizio definiti
2. L'insieme dei servizi di assistenza clienti offerti
3. L'insieme dei metodi e delle tecniche di valutazione dei servizi di customer care
4. L'insieme delle tecniche di rilevazione, analisi e interpretazione della customer satisfaction
5. L'insieme delle tecniche e dei metodi di implementazione di un servizio di customer care
6. Un set di caratteristiche di servizi di assistenza clienti e loro livelli

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno un modello di customer care, sulla base del set dato, motivata definizione di procedure e modalità di monitoraggio e controllo

2. Colloquio relativo tecnico relativo alla misurazione delle performance ed alla definizione delle eventuali azioni correttive

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

FONTI

Donatella Rampado - Cinque modi efficaci per crescere. Dalla customer care al customer service - Franco Angeli2013
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