

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Completare le pratiche a supporto dell'assistenza telefonica al cliente, compilando report di quanto realizzato e inoltrando le richieste di intervento all'assistenza tecnica

1 - ELABORAZIONE DOCUMENTAZIONE

Grado di complessità 2

1.2 ELABORAZIONE DI DOCUMENTI

Elaborare la documentazione sulla base dei dati rilevati al telefono, inoltrandola eventualmente per conferma al personale di riferimento, utilizzando anche sistemi informatizzati o la lingua straniera (es. conferma prenotazione, conferma tempistica del servizio di assistenza) nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

1.2 ELABORAZIONE REPORT

Elaborare report specifici sulla base delle rilevazioni telefoniche realizzate (es. tipologie delle richieste o delle informazioni), inoltrando i dati al personale di riferimento, utilizzando anche sistemi informatizzati, nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

Grado di complessità 1

1.1 RILEVAZIONE RICHIESTA TELEFONICA

Rilevare i dati e la descrizione della richiesta telefonica, utilizzando anche sistemi informatizzati (es. riferimento della persona, tipologia della richiesta, oggetto della richiesta) o la lingua straniera, nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

1.1 RILEVAZIONE INFORMAZIONI FORNITE AL TELEFONO

Rilevare i dati e la descrizione delle informazioni fornite al telefono, utilizzando anche sistemi informatizzati, (es. riferimento della persona, tipologia informativa, oggetto della telefonata) o la lingua straniera, nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

1.1 RILEVAZIONE CRITICITÀ TELEFONICA

Rilevare i dati e la descrizione dei reclami telefonici o delle disfunzioni rilevate, utilizzando anche sistemi informatizzati (es. riferimento della persona, oggetto del reclamo o della disfunzione) o la lingua straniera, eventualmente inoltrando i dati al personale di riferimento, nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

1.1 RILEVAZIONE RICHIESTA ASSISTENZA TECNICA

Rilevare i dati e la descrizione della richiesta di assistenza tecnica, utilizzando anche sistemi informatizzati (es. riferimento della persona, oggetto dell'assistenza) o la lingua straniera, inoltrando i dati al personale competente, nel rispetto delle procedure aziendali e della normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Tipologia di servizio (inbound/outbound)
- Tipologie di clienti reali o potenziali
- Tipologie di informazioni ed assistenza richieste
- Tipologie di reclami
- Informazioni relative al prodotto, al mercato e all'impresa
- Informazioni relative ai chiamanti (es. riferimento della persona, tipologia informativa, oggetto della telefonata, ecc.)
- Standard di servizio
- Procedure aziendali relative a acquisto, consegna, pagamento, assistenza tecnica post vendita
- Sistemi e modalità di gestione dati informatizzati

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera
- Tecniche ed operatività di accoglienza ed assistenza al cliente
- Tecniche e tecnologie, anche digitali, a supporto della gestione della clientela
- Tecniche e modalità di accoglienza telefonica
- Tecniche di gestione dei conflitti
- Tecniche ed operatività di produzione della reportistica di servizio

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Telefonata rilevata, registrata e inoltrata anche in lingua straniera
- Richiesta telefonica inoltrata al personale competente
- Documentazione predisposta sulla base del contenuto della telefonata

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Tutte le tipologie di clienti
2. Tutte le tipologie di servizio
3. Le tecniche e l'operatività di produzione della reportistica di servizio
4. Un set di casi di gestione di comunicazione telefonica, relativo a diverse tipologie di richiesta

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno due tipologie di clienti (di cui una non madrelingua) e per

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

entrambe le tipologie di servizio (in/outbound), sulla base del set di casi dato, rilevazione delle informazioni chiave

2. Colloquio tecnico relativo alla produzione della reportistica di servizio

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

ADA.24.04.11 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO DI ACCOGLIENZA CLIENTI ED ASSISTENZA PRE E POST VENDITA

FONTI

- Repertorio regionale del FVG
- Annalisa Tunisini, Tonino Pencarelli, Luca Ferrucci, 2020, Economia e management delle imprese, strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale, HOEPLI
- Afuah A., Tucci C.L., Virili F., (2002). Modelli di e-business, McGraw-Hill, Milano
- Attilio Rossi e Cristina De Biasio, 2013, "Selezione del personale e valutazione del potenziale nel retail e nella grande distribuzione. Esperienze, strumenti e tecniche", Franco Angeli
- Francis Buttle, 2015, Customer relationship management. Teorie e tecnologie", Franco Angeli
- Maurizio Giantin, 2015, Gestire i clienti al telefono. Tecniche e consigli per affrontare con meno stress e più efficacia le telefonate di lavoro, Franco Angeli
- Tania Bianchi, 2005, Il manuale di telemarketing. Ovvero il telemarketing del buonsenso. Segreti e accorgimenti pratici per avere successo al telefono, Franco Angeli
- Berruti G., 1992, Il merchandising. Guida pratica per i responsabili delle vendite e i merchandiser delle aziende industriali e commerciali, Milano, Franco Angeli
- Collesei U., 1989, Merchandising e comunicazione. Manuale di gestione delle imprese commerciali al dettaglio, Milano, Franco Angeli
- Fady A. e Seret M., 1992, Il merchandising. Tecniche e metodi del commercio al dettaglio, Milano, Etas libri
- Sabbadin E., 1997, Marketing della distribuzione e marketing integrato. I casi Marks & Spencer e Benetton, Milano, Egea