

ESPERTO DI CUSTOMER CARE

 **SETTORE 24. [Area comune](#)**

REPERTORIO - Veneto

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.09 (ex ADA.25.224.727) - Sviluppo e monitoraggio del servizio di customer care

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico esperto del Customer Relationship Management	Campania
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna
Analista modello assistenza clienti	Lazio
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio
RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO	Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico esperto customer care	Campania	3	X	X	X
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
DEFINIZIONE DEL SERVIZIO DI CUSTOMER CARE	Friuli Venezia Giulia	3	X	X	X
Analista modello assistenza clienti	Lazio	3	X	X	X
RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO	Lombardia	3	X	X	X
Tecnico esperto nella gestione di servizi	Molise	3	X	X	X
ESPERTO DI CUSTOMER CARE	Veneto	3	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico esperto del Customer Relationship Management	Campania	1		X	
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	1	X		
RESPONSABILE CUSTOMER CARE	Lombardia	1			X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
JUNIOR ASSISTANT MANAGER / MANAGERIN - JAM	Provincia autonoma di Bolzano	0			

Competenze

Titolo: PROGETTARE IL MODELLO DI ASSISTENZA CLIENTI

Obiettivo: Modello di assistenza clienti definito in coerenza con gli elementi emersi dall'analisi di scenario realizzata e con il piano marketing di riferimento.

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.09 (ex ADA.25.224.727) - Sviluppo e monitoraggio del servizio di customer care associate:

Risultato atteso:RA1: 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

Individuazione dei requisiti e delle specifiche funzionali per la configurazione del modello di assistenza clienti sulla base delle strategie di marketing

Valutazione dei principali modelli di caring dei competitor

Risultato atteso:RA2: Definire il sistema di accoglienza ed assistenza tecnica al cliente, sviluppando, a supporto delle procedure di assistenza, un sistema di informazioni standardizzato

Definizione delle procedure di assistenza tecnica e commerciale alla clientela in caso di riparazione/sostituzione del prodotto

Definizione delle procedure di assistenza tecnica e commerciale alla clientela prima e dopo la vendita

Definizione di un sistema di informazioni standardizzato

Predisposizione del piano di accoglienza ed assistenza clienti

CONOSCENZE

- Organizzazione aziendale: strutture, processi lavorativi, ruoli professionali - Modelli e strumenti di marketing strategico e operativo - Modelli di qualità dei servizi di marketing- vendite - Modelli organizzativi dei servizi di assistenza ai clienti (call center, help desk, ...) - Tecniche e metodologie di ricerca di mercato
- Modelli, tecniche e strumenti di benchmarking - Modelli e tecniche di progettazione di servizi - Modelli, tecniche e strumenti di customer care
- Organizzazione aziendale: strutture, processi lavorativi, ruoli professionali - Modelli e strumenti di marketing strategico e operativo - Modelli di qualità dei servizi di marketing- vendite - Modelli organizzativi dei servizi di assistenza ai

clienti (call center, help desk, ...) – Tecniche e metodologie di ricerca di mercato
– Modelli, tecniche e strumenti di benchmarking – Modelli e tecniche di progettazione di servizi – Modelli, tecniche e strumenti di customer care

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Identificare i principali modelli di caring dei competitor, sia in termini qualitativi che quantitativi, assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking – Interpretare le specifiche della strategia di marketing dell'azienda al fine di prefigurarsi potenziali criticità nella esecuzione operativa delle stesse – Prefigurarsi gli scenari evolutivi delle esigenze di caring attraverso la decodifica dei feedback di mercato: logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, etc. – Prevedere la necessità di eventuali variazioni e modifiche al piano di marketing atte a favorire la progettazione e l'implementazione del modello di Assistenza Clienti – Individuare forme idonee per la rappresentazione dei requisiti e delle specifiche funzionali identificate per la progettazione e implementazione del modello – Definire le specifiche funzionali delle componenti del modello di Assistenza Clienti, le tipologie e i livelli di servizio (capacità della struttura, servizi offerti, service level agreement, canali gestiti, linee di accesso e attesa, etc.) – Tradurre le esigenze e le istanze delle strategie di marketing in requisiti e specifiche funzionali utili alla configurazione del modello di Assistenza Clienti – Identificare i fattori di costo/beneficio per ciascuna componente della struttura di assistenza

– Identificare i principali modelli di caring dei competitor, sia in termini qualitativi che quantitativi, assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking – Interpretare le specifiche della strategia di marketing dell'azienda al fine di prefigurarsi potenziali criticità nella esecuzione operativa delle stesse – Prefigurarsi gli scenari evolutivi delle esigenze di caring attraverso la decodifica dei feedback di mercato: logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, etc. – Prevedere la necessità di eventuali variazioni e modifiche al piano di marketing atte a favorire la progettazione e l'implementazione del modello di Assistenza Clienti – Individuare forme idonee per la rappresentazione dei requisiti e delle specifiche funzionali identificate per la progettazione e implementazione del modello – Definire le specifiche funzionali delle componenti del modello di Assistenza Clienti, le tipologie e i livelli di servizio (capacità della struttura, servizi offerti, service level agreement, canali gestiti, linee di accesso e attesa, etc.) – Tradurre le esigenze e le istanze delle strategie di marketing in requisiti e specifiche funzionali utili alla configurazione del modello di Assistenza Clienti – Identificare i fattori di costo/beneficio per ciascuna componente della struttura di assistenza

Obiettivo: Processi operativi definiti e formalizzati in coerenza con gli obiettivi di assistenza prefissati

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.09 (ex ADA.25.224.727) - Sviluppo e monitoraggio del servizio di customer care associate:

Risultato atteso:RA2: Definire il sistema di accoglienza ed assistenza tecnica al cliente, sviluppando, a supporto delle procedure di assistenza, un sistema di informazioni standardizzato

Definizione delle procedure di assistenza tecnica e commerciale alla clientela in caso di riparazione/sostituzione del prodotto

Definizione delle procedure di assistenza tecnica e commerciale alla clientela prima e dopo la vendita

Definizione di un sistema di informazioni standardizzato

Predisposizione del piano di accoglienza ed assistenza clienti

CONOSCENZE

- Tipologia, caratteristiche e funzionalità delle tecnologie a supporto dei processi e delle procedure di assistenza clienti - Modelli, tecniche e strumenti di analisi e rappresentazione dei processi - Modelli e tecniche di organizzazione del lavoro - Principali riferimenti normativi relativi ai diritti dei consumatori - Elementi relativi a modelli di budgeting e reporting
- Tipologia, caratteristiche e funzionalità delle tecnologie a supporto dei processi e delle procedure di assistenza clienti - Modelli, tecniche e strumenti di analisi e rappresentazione dei processi - Modelli e tecniche di organizzazione del lavoro - Principali riferimenti normativi relativi ai diritti dei consumatori - Elementi relativi a modelli di budgeting e reporting

ABILITÀ/CAPACITÀ

- Adottare forme idonee per la rappresentazione delle attività operative in capo a ciascuna funzione coerentemente con gli obiettivi di assistenza individuati - Valutare potenzialità e limiti d'uso delle infrastrutture hardware e software disponibili sul mercato idonee alla erogazione dei servizi di assistenza - Individuare ipotesi per la ottimizzazione di processi e procedure in coerenza con le tendenze evolutive delle esigenze di assistenza e il miglioramento degli standard qualitativi - Tradurre le specifiche tecniche del modello di Assistenza Clienti nella definizione di modalità operative (processi e procedure) per la erogazione dei servizi definiti (risposte standard, copioni telefonici, gestione

eccezioni, FAQ, etc.) – Definire le componenti organizzative e professionali di contatto direttamente visibili al cliente/utente e le risorse operative e strumentali

– Adottare forme idonee per la rappresentazione delle attività operative in capo a ciascuna funzione coerentemente con gli obiettivi di assistenza individuati –

Valutare potenzialità e limiti d'uso delle infrastrutture hardware e software disponibili sul mercato idonee alla erogazione dei servizi di assistenza –

Individuare ipotesi per la ottimizzazione di processi e procedure in coerenza con le tendenze evolutive delle esigenze di assistenza e il miglioramento degli

standard qualitativi – Tradurre le specifiche tecniche del modello di Assistenza Clienti nella definizione di modalità operative (processi e procedure) per la

erogazione dei servizi definiti (risposte standard, copioni telefonici, gestione eccezioni, FAQ, etc.) – Definire le componenti organizzative e professionali di

contatto direttamente visibili al cliente/utente e le risorse operative e strumentali

Titolo: COORDINARE IL SERVIZIO DI CUSTOMER CARE

Obiettivo: Attività e personale organizzati e coordinati in funzione delle esigenze e dell'offerta dei servizi erogati ed eventuali criticità gestite con individuazione di soluzioni appropriate

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

– Forme distributive e tipologia organizzativa dell'impresa commerciale – Modelli e tecniche di comunicazione e gestione della relazione – Modelli e tecniche di leadership – Modelli e tecniche di organizzazione del lavoro – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali strumenti informatici e gestionali e loro funzioni per coordinare il personale e le attività – Tecniche di gestione dei servizi di customer care – Tecniche di gestione del personale: selezione, coordinamento e valutazione

– Forme distributive e tipologia organizzativa dell'impresa commerciale – Modelli e tecniche di comunicazione e gestione della relazione – Modelli e tecniche di leadership – Modelli e tecniche di organizzazione del lavoro – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali strumenti informatici e gestionali e loro funzioni per coordinare il personale e le attività – Tecniche di gestione dei servizi di customer care – Tecniche di gestione del personale:

selezione, coordinamento e valutazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

- Trasferire contenuti professionali al personale attraverso azioni di affiancamento, formazione ecc. - Valutare caratteristiche, qualità e competenze del personale - Coordinare le attività lavorative e il personale secondo le necessità ed i carichi di lavoro e gestendo le assenze - Analizzare il fabbisogno di risorse umane e di aggiornamenti o formazione per lo svolgimento delle attività previste - Supervisionare le attività garantendo obiettivi e standard di produzione - Applicare tecniche e strumenti di selezione, gestione e valutazione del personale - Definire interventi e soluzioni a fronte di criticità organizzative e gestionali
- Trasferire contenuti professionali al personale attraverso azioni di affiancamento, formazione ecc. - Valutare caratteristiche, qualità e competenze del personale - Coordinare le attività lavorative e il personale secondo le necessità ed i carichi di lavoro e gestendo le assenze - Analizzare il fabbisogno di risorse umane e di aggiornamenti o formazione per lo svolgimento delle attività previste - Supervisionare le attività garantendo obiettivi e standard di produzione - Applicare tecniche e strumenti di selezione, gestione e valutazione del personale - Definire interventi e soluzioni a fronte di criticità organizzative e gestionali

Titolo: MONITORARE LA PERFORMANCE DELL'ASSISTENZA CLIENTI

Obiettivo: Indicatori di performance identificati e analizzati in coerenza con le esigenze di monitoraggio

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.09 (ex ADA.25.224.727) - Sviluppo e monitoraggio del servizio di customer care associate:

Risultato atteso: RA3: 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

Definizione degli indicatori di performance e delle modalità operative di controllo relative ai processi di erogazione dei servizi di assistenza clienti
Elaborazione di ipotesi per il miglioramento degli standard qualitativi dei

processi e delle procedure di erogazione dei servizi di assistenza clienti
Valutazione della rispondenza agli standard di qualità aziendali previsti per il servizio di customer care

CONOSCENZE

- Elementi di analisi matematica e statistica - Modelli, tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction - Modelli e tecniche di elaborazione e di analisi dei dati - Metodologie di analisi quali e quantitativa - Modelli, strumenti ed indicatori per il monitoraggio della qualità dei servizi
- Elementi di analisi matematica e statistica - Modelli, tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction - Modelli e tecniche di elaborazione e di analisi dei dati - Metodologie di analisi quali e quantitativa - Modelli, strumenti ed indicatori per il monitoraggio della qualità dei servizi

ABILITÀ/CAPACITÀ

- Individuare Key Performance Indicators relativi ai processi di erogazione dei servizi di Assistenza Clienti - Definire un sistema e delle modalità operative di monitoraggio e controllo della performance - Interpretare i report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle attività, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti - Individuare le cause determinanti gli scostamenti tra realizzato e programmato delle diverse variabili (tempi, quantità, valori, etc.) al fine di prospettare interventi migliorativi della gestione operativa - Valutare la performance complessiva e l'efficacia del modello di Assistenza Clienti in relazione alla qualità attesa ed ai livelli di servizio identificati
- Individuare Key Performance Indicators relativi ai processi di erogazione dei servizi di Assistenza Clienti - Definire un sistema e delle modalità operative di monitoraggio e controllo della performance - Interpretare i report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle attività, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti - Individuare le cause determinanti gli scostamenti tra realizzato e programmato delle diverse variabili (tempi, quantità, valori, etc.) al fine di prospettare interventi migliorativi della gestione operativa - Valutare la performance complessiva e l'efficacia del modello di Assistenza Clienti in relazione alla qualità attesa ed ai livelli di servizio identificati

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.4.0	Tecnici della vendita e della distribuzione

Codice	Titolo
3.1.5.5.0	Tecnici della produzione di servizi

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
82.91.20	Agenzie di informazioni commerciali
82.20.00	Attività dei call center

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso
d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved