

## Che impatto può avere la Unified Communication sulle interazioni con i clienti in Europa?

Un sondaggio a livello europeo effettuato da parte di Strateco, società di ricerca indipendente, per conto di Aspect.

### Introduzione

Come possiamo aumentare la qualità del nostro servizio e la customer satisfaction riducendo contemporaneamente i costi? Questa è la domanda che le aziende si pongono tutti i giorni.

Aspect ha commissionato questa ricerca allo scopo di prendere in esame il ruolo che la Unified Communication (UC) può giocare per supportare i contact center europei nel raggiungimento di questi 3 obiettivi chiave. La ricerca è stata effettuata da Strateco tra novembre e dicembre 2008 su 270 aziende pubbliche e private in Francia, Germania, Italia, Olanda, Spagna e Regno Unito.

### L'impatto della Unified Communication

Prima di prendere in esame in che modo la Unified Communication influirà sui contact center e le aziende considerati nel loro insieme, è importante capire cosa si intende per UC. UC è comunemente definita nel seguente modo:

*Lo scopo della Unified Communication è quello di ottimizzare i processi di business e di migliorare le interazioni umane abbattendo le barriere tra i diversi sistemi utilizzati, grazie a un'integrazione in tempo reale. Alcuni esempi dei diversi sistemi: voce, e-mail, instant messaging, applicazioni desktop, (IP)-PBX, VoIP, presence, caselle vocali, fax, video e web conference.*

*La Unified Communication estesa al contact center, migliora, ottimizza e accelera le interazioni con il cliente. Aumenta le opportunità di first call resolution e migliora le vendite rendendo più efficaci i processi di servizio al cliente e di recupero crediti o informazioni.*

In che misura questa definizione viene sostenuta dall'opinione dei nostri intervistati in merito alla Unified Communication? Alla domanda se la Unified Communication migliorerà la customer satisfaction le risposte dei nostri interlocutori hanno dato un quadro molto positivo, con un 85% che condivide questa affermazione. Secondo quasi i tre quarti delle aziende intervistate, l'incremento della soddisfazione è legato al miglioramento dei livelli di servizio e all'incremento della first call resolution.

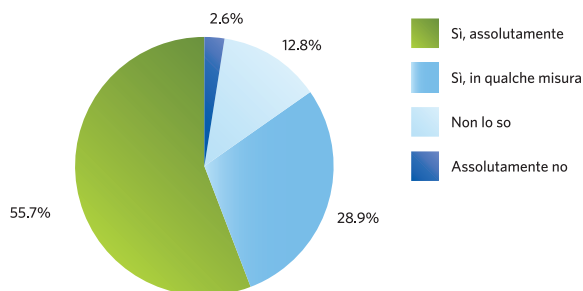



UC è una tecnologia alla portata del cliente finale - è quindi importante che sia l'IT, sia il customer care, lavorino congiuntamente nel prendere in considerazione una strategia di UC. Inoltre, è opportuno coinvolgere aziende esterne in grado di comprendere i processi di business del vostro cliente e le richieste dell'IT, garantendo una visione olistica dell'implementazione tecnologica.

### Profilo degli intervistati:

- Sono state intervistate 270 aziende appartenenti sia al settore pubblico sia privato, in tutta Europa.
- Le dimensioni dei contact center variano da un minimo di 10 fino a un massimo di 20.000 agenti, con una media di 400 agenti e 5 sedi.
- Il 30% delle aziende intervistate ha sedi completamente integrate.
- Il numero delle interazioni inbound è più alto delle operazioni outbound in un rapporto di 2:1.
- Il telefono rappresenta quasi l'85% di tutte le interazioni con i clienti.
- La media delle interazioni è di 7 all'ora per agente.

### La UC migliorerà la customer satisfaction?

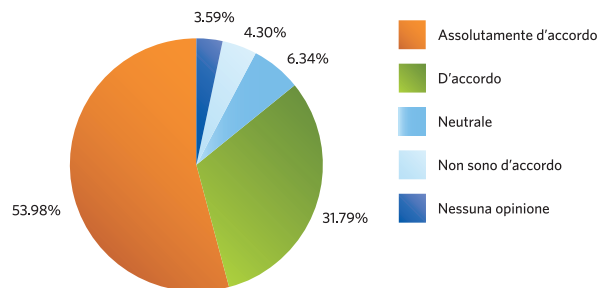



 Essere in grado di trasferire anche al cliente il valore della UC dipende dalle capacità del personale di back office di essere focalizzato sul customer service. E' la chiave di volta nella gestione dei processi per assicurare che non ci sia una riduzione della customer satisfaction e ottenere gli incrementi previsti il più rapidamente possibile.

Misurazioni accurate della customer satisfaction sono essenziali per poter valutare qualsiasi incremento. Oltre l'85% degli intervistati ha convenuto che la customer satisfaction dovrebbe essere determinata sulla base di parametri qualitativi, quali la first call resolution, e non parametri quantitativi come il livello di servizio e i tempi di gestione della chiamata.

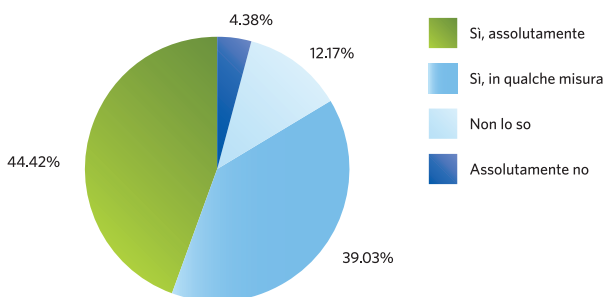
Aumento della produttività e maggiore efficienza nei processi sono percepiti come i vantaggi chiave della Unified Communication. L'82% dei partecipanti è concorde nel considerare che le comunicazioni in real time, la diffusione del lavoro di gruppo e la maggiore efficienza nei processi introdotta dalla UC si tradurrà in riduzione dei tempi di attesa e migliore produttività per i gruppi di lavoro.

La customer satisfaction è ancora largamente determinata da parametri quantitativi (es. livello di servizio, tempi di gestione della chiamata, ecc.) quando dovrebbe essere misurata sulla base di parametri qualitativi (es: first call resolution o customer satisfaction).



 Per beneficiare dei miglioramenti promessi dalla UC in produttività ed efficienza, è essenziale un investimento in training e coaching. Il livello di familiarità e di accettazione che gli utenti hanno con la nuova tecnologia avrà un impatto sulla velocità del ROI per le aziende.

La UC sarà un fattore di differenziazione competitiva e una chiave di successo essenziale per il futuro?



I due terzi dei nostri interlocutori hanno convenuto che la UC comporterà un vantaggio nella riduzione dei costi per le aziende in Europa nei prossimi 3-5 anni. Questo vantaggio deriva principalmente dalla riduzione dell'inattività del personale alla modernizzazione e unificazione delle diverse comunicazioni e tecnologie IT.

Secondo oltre i tre quarti degli intervistati, la UC migliorerà la percezione del valore dei contact center all'interno dell'azienda. La UC creerà un ambiente all'interno del quale le due entità collaboreranno al raggiungimento della customer satisfaction - abbattendo, in definitiva, le linee di demarcazione tra contact center e azienda.

L'83% degli intervistati concorda che la UC sarà un fattore di differenziazione competitiva e un elemento essenziale per il successo.

 L'unione tra aziende e contact center portata dalla UC migliorerà la percezione del valore dei contact center all'interno dell'organizzazione. Entro 3-5 anni la UC avrà ripagato l'investimento iniziale e cominciato a portare alle aziende una sostanziale riduzione dei costi.

## Conclusione

La ricerca dimostra che la Unified Communication ha un enorme potenziale per migliorare il customer service, incrementare la produttività e ridurre i costi. Esiste tuttavia una certa confusione sulle aspettative - specialmente se si estende la strategia di UC al contact center e in definitiva al cliente finale.

Alla domanda su chi introdurrà la UC le risposte si sono divise 50/50 tra IT e customer service. Si tratta di un chiaro indicatore che queste due organizzazioni devono lavorare in maniera congiunta. Solo quando la UC raggiunge il cliente finale il ritorno dell'investimento diventa davvero rapido. Evitare i tempi di attesa nel processo di customer service, incrementare la first call resolution e rendere accessibili gli esperti all'interno dell'azienda fa sì che i clienti si sentano tenuti in considerazione - e può anche avere un sostanziale impatto sulla profittabilità.

Una strategia globale di UC non considera solo gli investimenti tecnologici necessari ma anche l'impatto sui processi di business e sugli utenti che utilizzano questa tecnologia. Questo è un altro punto che ha creato incertezza tra gli intervistati - il 25% crede che l'impatto sulla produttività degli agenti sarà negativo mentre circa il 50% non è di questa opinione e il restante è incerto. Un cambiamento nel processo, sostenuto da training e coaching, incoraggerà l'accettazione della tecnologia - e la durata di tale processo varierà in base a ciascun individuo.

Infine, è importante notare che una strategia di UC richiede ampie vedute - i silos delle soluzioni IT e il customer service devono essere analizzati per valutare i processi di business end to end. L'architettura UC e l'implementazione (a cura dell'IT) sono le fondamenta del successo, e l'adozione da parte dell'utente e la customer satisfaction (a cura dal contact center) forniscono la misura del successo e il ROI. Oltre il 50% degli intervistati sostiene che comincerà il processo di UC entro i prossimi 3 anni e che non c'è tempo da perdere in pianificazione, strategia o addirittura tecnologia pilota per raggiungere questo obiettivo.



Essere pronti per il futuro significa cominciare fin da ora con la UC. Non importa se cercando alternative, o prendendo in considerazione la creazione di un business case o traendo vantaggio da installazioni pilota, le organizzazioni hanno bisogno di cominciare a immaginare cosa la UC può significare per loro. Con una tecnologia rivoluzionaria come quella della UC, un investimento immediato si può tradurre in un reale vantaggio competitivo.

## Sintesi delle risposte degli intervistati in merito alle affermazioni sulla UC

### Affermazioni in merito alla UC

### Risposte degli intervistati

1 La migrazione di soluzioni di contact center “a silos” verso una soluzione unificata è un prerequisito e avverrà nei prossimi 3-5 anni.

- Il 58.4% degli intervistati è assolutamente d'accordo o d'accordo che un soluzione unificata sia un prerequisito.
- Il 10.6% è assolutamente convinto del contrario, rimane un 31% che è incerto o non in grado di dare un'opinione.

2 La varietà e il controllo dei canali e applicazioni di Unified Communication aumentano le attività dell'agente con un impatto negativo sulla produttività.

- Il 49,5% degli intervistati non è d'accordo sul fatto che ci sarà un impatto negativo sulla produttività.
- Il 25.7% è assolutamente d'accordo o d'accordo che avrà un impatto negativo sulla produttività degli agenti, con un restante 24.8% di incerti.

3 La customer satisfaction è ancora largamente determinata da parametri quantitativi (es. livello di servizio, tempi di gestione della chiamata, ecc.) quando dovrebbe essere misurata sulla base di parametri qualitativi (es: first call resolution o customer satisfaction)

- Il 54.0% è assolutamente d'accordo e il 31.8% è d'accordo sul fatto che dovrebbero essere utilizzati parametri qualitativi per misurare la customer satisfaction piuttosto che parametri quantitativi.
- Il 4,3% non è d'accordo, mentre il restante 9.9% è incerto.

4 L'incremento delle opzioni self-service e on line e delle interazioni eccezionali con i clienti si escludono a vicenda (cioè: non si possono avere entrambe)

- Il 56.1% degli intervistati crede che opzioni self-service e online forniscano interazioni eccezionali con i clienti.
- Il 21.8% è d'accordo che opzioni self-service e online si escludono a vicenda quando raggiungono interazioni eccezionali con il cliente.

5 L'integrazione tra azienda e contact center portata dalla Unified Communication aumenterà la percezione del valore del contact center (all'interno dell'organizzazione).

- Il 78.9% è assolutamente d'accordo o d'accordo che la percezione del valore del contact center all'interno dell'organizzazione aumenterà.

### Aspect in breve

Aspect offre soluzioni software e consulenza che trasformano i vantaggi delle comunicazioni unificate di Microsoft in risultati di business concreti per aziende e contact center. Grazie a 35 anni di conoscenza ed esperienza, Aspect aiuta i due terzi delle aziende Fortune Global 100, oltre a piccole e medie imprese, a ottimizzare i propri processi di business attraverso le comunicazioni.

Per maggiori informazioni: [www.aspect.com](http://www.aspect.com)

#### Aspect Software

Piazza del Popolo, 18

00187 Rome

Italy

(39) 06 36712401 phone

(39) 06 36712400 fax

Marketing.Italy@aspect.com

