

CASE STUDY

STUDY

TELECOMUNICAZIONI

OCR e Redemption nel customer value management

i risultati a seguito di una formazione mirata dell'agent

ABRAMO

Settore: Telecomunicazioni
Cliente Abramo dal 2012

CHALLENGE 1

Incremento OCR
(Riduzione % chiamate ricevute)

CHALLENGE 2

Contagio NBA

Mobile

24,7 milioni di linee mobili (quota di mercato: 26,5%)
12 milioni di smartphone utilizzati su rete mobile
6,5 milioni di linee su rete 4G

Residential

2,3 milioni linee fisse totali (quota di mercato: 10,6%)
2 milioni di accessi a banda larga (di cui 300.000 linee su fibra ottica)

M2M

2,8 milioni di SIM (di cui il 47% utilizzate in applicazioni di infomobility e Smart Card)

SOLUTIONS

SOLUTION 1

In ottica di miglioramento del dato qualitativo OCR, con l'obiettivo di garantire l'alto livello di risolutività on line, un team di agent best performer viene ingaggiato con la finalità di fornire supporto ed intervento ai colleghi e a colmare le lacune nozionistiche-comunicative rilevate nella gestione dei diversi scenari di chiamata.

Il progetto si articola su più fasi:

- Schema di coaching one to one dei supporter agli agent per condivisione delle best practices;
- Debriefing strutturati in gruppo con l'obiettivo di individuare le gestioni critiche e condividere azioni su cui intervenire;
- Escalation a Swat Team (team esperto di back line) per la gestione di casistiche particolarmente complesse e non risolvibili on line, che richiedono maggiori livelli di analisi;
- Fidelizzazione customer base e riduzione churn.

L'intero processo "supporter OCR - agent - swat team" racchiude il cerchio di gestione favorendo piena risolutività, alto grado di competenza e soddisfazione.

SOLUTION 2

Per migliorare le performance di proposition e redemption vengono impartite sessioni formative agli agent con bassa propensione alla vendita, mirate alla diffusione e condivisione di tecniche e strategie di vendita e focalizzate sulla gestione dei fabbisogni del cliente, fornendo loro spunti di negoziazione per finalizzare il processo di vendita. Le sessioni sono propedeutiche allo schema di coaching one to one e debriefing strutturati per l'ottimizzazione della fase formativa.

Inoltre, la reportizzazione di clienti prospettici alla vendita, ma che posticipano l'interesse per il prodotto/servizio ad un secondo momento, garantisce una gestione ottimale del contatto in una fase in cui è lo stesso cliente a manifestare maggiore interesse a riattivare o integrare la sua offerta.

RESULTS

76%
OCR, dal 73%

43%
redemption, dal 36%