

Squilla l'e-mail



ated

Nell'era della comunicazione e della telecomunicazione, l'acquisizione di un call center è diventato un passaggio obbligato per un gran numero di aziende. Il call center rappresenta un mezzo efficace per migliorare e approfondire la relazione con i propri clienti. Tra i compiti principali che possono essere coperti dal call center, troviamo l'assistenza ai clienti (per esempio attraverso 'numeri verdi'), centri di distribuzione, televendita, telemarketing, e così via.

Un call center, o centro di chiamate, è una struttura che ha lo scopo di fornire, a distanza, svariati servizi (se possibile immediati) al cliente. Un call center si basa principalmente sulle seguenti componenti:

- Risorse umane (teleoperatori, supervisori, manager, formatori, ecc...);
- Tecnologia (telefonia, software, internet, banche dati, ecc...);
- Logistica (mobilia, ergonomia dell'ambiente, hardware, ecc...);
- Metodologie (strategia d'impresa, relazioni con la clientela, profittabilità, ecc...).

L'immagine più ricorrente dell'attività in un call center è quella di un gruppo di teleoperatori che trattano o effettuano un elevato numero di chiamate, a seconda dal servizio offerto (si parla nel primo caso di in-bound, altrimenti di out-bound call center). Seguendo l'evoluzione della tecnologia, anche i call center si sono rapidamente equipaggiati in modo da ottimizzare le loro prestazioni. La Cti Computer Telephony Integration rappresenta il 'matrimonio' tra l'informatica e la telefonia e consente di trasmettere/ricevere la voce insieme ai dati corrispondenti (ad esempio passare una chiamata, insieme alla schermata rilevante, evitando al secondo teleoperatore di rieffettuare le ricerche).

Gli investimenti tecnologici sono tali (e il know-how necessario per la loro gestione infrastrutturale così particolare) che molte aziende hanno trovato conveniente affidare il loro call center a operatori terzi, con accordi di outsourcing più o

meno completi.

Nel caso la chiamata arrivi per telefono, questa trova risposta in automatico, se possibile a partire dal primo squillo. Il cliente ha la possibilità di selezionare varie opzioni (la lingua, il tipo di servizio, ecc...) mediante la tastiera telefonica (tecnologia Dtmf - Dual Tone Multi Frequency). La tecnologia dei server vocali interattivi (Ivr) permette di svolgere, senza l'assistenza umana, diverse operazioni. La tecnologia di call center viene in aiuto anche qualora si trattasse di una richiesta trasmessa via fax. In questo caso, la risposta potrà essere inviata via fax o per telefono, e-mail, ecc... I principi del call center valgono anche quando l'input del cliente arriva via e-mail, permettendo di indirizzare rapidamente una richiesta con un considerevole guadagno di tempo e risparmio sui costi.

La tecnologia di gestione dei problemi comunicati via telefono o mail a un call center, verte sul concetto di trouble ticket. Il problema segnalato riceve un 'numero', il che permette all'operatore del call center o al cliente stesso (se utilizza il web) di seguire l'evoluzione della richiesta.

L'integrazione fra telefonia e internet ha dato origine a una serie di servizi 'ibridi'; pensiamo ad esempio alla funzione 'Call me back' attraverso la quale, cliccando semplicemente su un'icona, il cliente che ha bisogno di assistenza chiede di essere richiamato da un teleoperatore nei tempi indicati dal servizio.

Ancora più interessante la funzione di chat on-line. Il cliente che visita un sito può richiedere un'assistenza in linea, tramite un'apposita finestra di dialogo. Cliccando sulla richiesta di aiuto chat on-line, il cliente è messo in contatto, in tempo reale, con un operatore che lo assiste.

In ultimo, vale la pena segnalare che esiste anche la possibilità di effettuare un'assistenza a viva-voce, generando una chiamata tramite il Pc (tecnologia Voice over Ip). È possibile che l'operatore possa prendere un controllo a distanza, a seconda delle autorizzazioni ricevute, dello

Il matrimonio fra informatica, telefonia e internet permette alle imprese di offrire, tramite i loro call center, servizi sempre migliori per l'assistenza pre e post vendita.

schermo del Pc del cliente o di tutti gli oggetti ad esso collegati. Il grande vantaggio di questi servizi è di offrire un'interattività perfetta, sia per la voce che per i dati, senza generare alcun costo aggiuntivo al cliente o all'azienda.

Una tecnologia 'povera' ma assai pratica e molto amata dagli utenti, soprattutto dai più giovani, è quella dei messaggi Sms. Sono stati realizzati servizi che prevedono la possibilità di chiamare un call center attraverso un Sms, e ricevere in risposta o un messaggio o una chiamata vocale. Questo sistema è già utilizzato, per esempio, per l'aiuto alla navigazione (in alcuni veicoli la predisposizione è già integrata dal costruttore).

In generale, grazie all'evoluzione delle tecnologie attuali, molte aziende hanno scelto di migliorare la relazione con i loro clienti, offrendo una varietà tra i servizi sopra indicati.

Indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, quello che differenzia un call center è la capacità di rispondere rapidamente e con efficacia alle richieste dei clienti. La competenza dell'operatore rimarrà però sempre il fattore chiave che regola il buon funzionamento di un call center.

Periodicamente, vengono effettuate analisi per determinare il tasso di occupazione ottimale di un call center, per permettere di far fronte nel migliore dei modi e dei tempi alle richieste del cliente. Tali analisi si basano su dati storici che aiutano a definire parametri quali il tempo d'attesa al telefono, la qualità della risposta o ancora il numero di chiamate ricevute in un dato periodo.

Nina-Thão Zanetti