



Il BPO per migliorare i servizi di customer service, marketing e ricerca, alleggerire il lavoro ed il conto economico

In questi ultimi anni, caratterizzati da grandi stravolgimenti tecnologici ed economici, le imprese più dinamiche e di successo si sono concentrate nella ricerca di soluzioni a valore aggiunto, in grado di garantire prodotti e servizi migliori, sia pur snellendo il business ed alleggerendo il conto economico. Il valore aggiunto per tali imprese è il risultato dell'ottimizzazione delle risorse disponibili e del ricorso, sempre più frequente, all'outsourcing professionale e all'esternalizzazione dei servizi che non rappresentano il core business dell'azienda.

Il Business Processing Outsourcing (BPO), mediante consulenti ed operation professionali, può rendere più snelli ed efficaci i vari processi non primari delle aziende ed offrire servizi di maggiore qualità, dal front office al customer care, dal marketing al post-vendita, dagli studi di mercato ai DB enrichment, decongestionando le risorse interne, riducendo i costi complessivi ed aumentando il livello di soddisfazione e fidelizzazione di clienti ed utenti.

L'outsourcing professionale ha grande impatto in tali servizi poiché con la maggiore competenza migliorano le prestazioni e la qualità dei risultati, si delineano nuovi standard di efficienza sia per la gestione del personale operativo che per l'analisi dei dati, si garantiscono una migliore gestione delle richieste con minori tempi di attesa, una maggiore soddisfazione dei clienti con minori costi, una crescita della produttività con un utilizzo più efficiente delle risorse umane.

L'utilizzo di operatori specializzati del BPO facilita la comprensione delle richieste, l'estrazione di informazioni rilevanti, la riduzione dei tempi di attesa, l'individuazione di soluzioni efficaci e risposte accurate, oltre a consentire al personale interno di dedicarsi alle mansioni aziendali operative.

I sistemi di monitoraggio di interazioni e feedback in tempo reale del BPO consentono di analizzare rapidamente ed efficacemente grandi quantità di dati ed informazioni, identificare tendenze e comportamenti, migliorare il processo di formazione ed addestramento interattivo (abilità comunicativa, gestione delle situazioni difficili) del personale e definire soluzioni personalizzate e risposte mirate.

La ritrosia presente in passato è stata superata dai risultati ottenuti dai servizi in outsourcing, che sono risultati più rispondenti alle esigenze in termini di gestione delle comunicazioni, di miglioramento della percezione del brand e della qualità dell'esperienza utente/cliente.

Il BPO è divenuta, quindi, una risorsa strategica per le aziende di vari settori, apportando vantaggi tangibili ai servizi che si traducono in soddisfazione e fidelizzazione dei clienti: dalla gestione multicanale dei contatti e delle modalità di comunicazione (telefono, email, chat, instant message), sia inbound che outbound, all'utilizzo dei sistemi di gestione, monitoraggio e controllo per offrire supporto immediato ed assistenza in tempo reale, smistare le richieste al personale interno giusto a seconda dei casi, tenere traccia di tutte le interazioni (richieste di informazione, assistenza ..etc.) e della capacità di risoluzione.

Aziende, enti e professionisti possono, quindi, alleggerire notevolmente il loro carico di lavoro per i processi di gestione dell'ufficio, della segreteria e del customer care, e avere più tempo a disposizione per focalizzarsi sul core business della loro attività. Poiché però i servizi in outsourcing non sostituiscono in toto l'imprenditore o il professionista, è necessario che siano definiti accuratamente, scegliendo fornitori adeguati e soluzioni su misura, attraverso accurati studi

dell'azienda e dei prodotti e servizi che si deve promuovere, così come dell'audience di riferimento con cui si deve interagire. Solo la conoscenza approfondita rende in grado di veicolare nella maniera migliore il valore dell'azienda e delle sue proposte, migliorando la qualità delle interazioni e la possibilità di concludere i contatti profittevolmente.

In considerazione del fatto che molti sono i **call center** che effettuano attività di telemarketing e teleselling, spesso dall'estero, contattando numeri di cellulare privati, in orari improbabili e nei confronti di utenti che non hanno espresso il consenso al trattamento dei propri dati, e le **operation** che, in nome di logiche esclusivamente economiche (acquisizione del business), effettuano attività massive abbassando i prezzi a discapito della qualità dei dati rilevati e della relazione con i clienti, finendo per danneggiare le aziende per cui operano, la scelta del partner è determinante per il successo del servizio.

I partner qualificati garantiscono l'organizzazione dei servizi su misura, definendo le priorità dei contatti, gestendo il tempo e le risorse aziendali in maniera efficiente, e strutturano le attività in modo professionale, in modo da rappresentare un efficace punto di contatto con i potenziali clienti e fornire una positiva customer experience, e con il miglior rapporto qualità/prezzo per l'azienda.



Staff&Call è una agenzia di servizi integrati di Marketing e Ricerca, con il processo produttivo certificato a norme UNI EN ISO 9001: 2015, che progetta e realizza attività strategiche ed operative multichannel, inbound ed outbound, di:

- **Ricerca e Rilevazione dati** per comprendere caratteristiche, esigenze e richieste dei target di riferimento, per monitorare la concorrenza diretta ed indiretta, per anticipare le tendenze e competere con successo in mercati sempre più globali;
- **CRM e Direct marketing** per la gestione e lo sviluppo di relazioni con la clientela e gli altri stakeholder, dalle call to action alle attività di lead management, dal cross selling all'up selling;
- **Contact center multichannel** per sviluppare servizi inbound ed outbound, dalla segreteria (gestione di telefonate, chat ed e-mail) ai servizi di informazione, dall'assistenza (acquisti e post vendita) alla gestione reclami;

e mette a disposizione le sue esperienze e competenze per attività in outsourcing o in partnership nei processi di pianificazione strategica ed innovazione aziendale.

La nostra mission è creare il maggior valore possibile per clienti e partner concentrandoci sulle modalità di engagement, cioè il mix più idoneo di sistemi di contatto/rilevazione, per ottenere una maggiore reperibilità dei target, e sulla rappresentatività e significatività statistica dei risultati per ottenere dati di qualità ed insight rilevanti per la programmazione strategica ed operativa.

Competenza, esperienza e supporto operativo sono rivolte in queste attività "taylor made":

- per un'accurata progettazione ed integrazione all'operatività aziendale;
- per definire il giusto mix di canali e modalità di contatto da utilizzare (digital-self service e tradizionali assistite);
- per scegliere tecnologie e sistemi per fruire in modo efficace ed integrato degli enormi volumi di dati disponibili e rilevati;
- per il monitoraggio e l'analisi di tutte le interazioni e dei risultati ottenuti;
- per coinvolgere tutta l'organizzazione, senza gravare sull'operatività quotidiana;
- per formare competenze ed abilità e sfruttare le qualità umane interne più idonee.