

Per il telemarketing e la gestione dei contatti, Seat Pagine Gialle si affida alla soluzione Contact Pro di Sysman

L'azienda

Nell'editoria telefonica multimediale, il gruppo **Seat Pagine Gialle** è leader europeo e uno dei più importanti nel mondo. In Italia offre una gamma diversificata di marchi e di prodotti che copre le più diverse esigenze del pubblico e delle aziende clienti. All'estero opera in partnership con altre società leader nei rispettivi mercati.

Alle base del successo dell'azienda ci sono tre fattori: un database di 20 milioni di famiglie e 3 milioni di operatori economici sempre aggiornato e sempre ripensato, con nuove segmentazioni e nuove funzionalità di ricerca integrata; una rete di vendita capillare di 2100 persone; un'evoluzione tecnologica continua.

La prima guida telefonica firmata Seat nacque circa 80 anni fa. Oggi, con i servizi **pagine-gialle.it** e **89.24.24 Pronto PagineGialle**, l'azienda offre una piattaforma multimediale unica in Europa, che propone ai consultatori informazioni e strumenti di ricerca e di comunicazione integrati fra loro, e agli inserzionisti alta visibilità con un basso costo/contatto. A tutti, è fornita la possibilità di accedere alle informazioni e ai servizi scegliendo in ogni momento il mezzo più comodo e congeniale: carta, CD-ROM, telefono o web.

Il contesto

Nel 2004 venne istituita in Seat Pagine Gialle la direzione qualità, con lo scopo di contribuire a un cambiamento dell'azienda, sia nel modo di posizionarsi sul mercato, sia nei rapporti con i clienti, con un particolare focus sul valore trasferito ai clienti stessi. Per aumentare questa componente, vennero avviate una serie di attività tra cui, per la prima volta, una relazione diretta con il cliente attraverso vari media tradizionali, primo fra tutti il telefono, ma anche tramite nuovi sistemi di comunicazioni come l'e-mail. Nel corso del 2005 è stato poi sviluppato un portale per favorire ulteriormente l'assistenza al cliente ed è stato replicato su Internet il customer service sino a quel momento erogato esclusivamente attraverso il telefono. *"L'aver reso disponibili on line certe attività ci ha permesso di aumentare in maniera consistente la visibilità non solo nei confronti dei clienti, ma anche della forza vendita - sostiene Ernesto Nicolosi, responsabile customer care di Seat Pagine Gialle -. Il telefono è uno di quei canali che abbiamo attivato negli ultimi anni per poter colloquiare direttamente con i clienti. Per Seat Pagine Gialle si è trattato di un radicale cambio di direzione, per altro ancora in atto. Grazie al telefono abbiamo infatti avviato diverse attività"*.

"Abbiamo iniziato a lavorare con il partner assieme al quale erogavamo il servizio di customer service - puntualizza Nicolosi - e poi abbiamo allargato il raggio d'azione ad altre aziende. Con queste abbiamo dato vita a una serie di servizi volti a capitalizzare il patrimonio informativo di Seat Pagine Gialle per renderlo immediatamente fruibile all'operatore telefonico nel momento in cui si metteva in contatto con un cliente".

Per raggiungere tale risultato, Seat Pagine Gialle aveva bisogno di una dotazione software in grado di realizzare script che tenessero conto delle esigenze di ramificazione dell'albero relativo alla singola telefonata, in funzione delle condizioni poste dai dati presenti nel database aziendale.

"Avevamo la necessità di armonizzare i diversi fornitori di cui ci avvalevamo - afferma Gianfranco Ardissono, chief technology officer di Seat Pagine Gialle - Per cui, invece di essere passivi nei confronti di quanto ci veniva offerto, abbiamo deciso di entrare un po' più nel dettaglio della catena del processo e di centralizzare quelle parti che potevamo gestire autonomamente: un esempio in questo senso è il software per amministrare le telefonate che, una volta centralizzato, ci ha permesso di avere delle economie di scala. In pratica, indipendentemente dal fornitore utilizzato e dalla localizzazione delle postazioni, il nostro obiettivo era di poter erogare attraverso l'intranet sempre lo stesso pacchetto e avere diversi interlocutori che usavano tutti la stessa piattaforma".

Nacque così in Seat Pagine Gialle l'esigenza di un software per il telemarketing capace di rispondere in modo adeguato alle predette esigenze.

La soluzione

Dopo aver fatto un po' di ricerche sul mercato e aver valutato le applicazioni in uso presso alcuni fornitori, la scelta di Seat Pagine Gialle è caduta su Contact Pro, la soluzione di Sysman per il database marketing, il telemarketing e il contact management. Contact Pro è stato installato in Seat Pagine Gialle nel maggio del 2005 e il processo di implementazione iniziale, sul progetto Customer Care, ha richiesto solo una decina di giorni.



“Abbiamo scelto questo prodotto - precisa Ardissono - perché, oltre a essere quello che meglio soddisfaceva le nostre necessità, presentava un alto livello di parametrizzazione e di flessibilità. Il tutto era poi corredato dal buon rapporto qualità prezzo. Un ruolo rilevante nella scelta l'hanno giocato anche l'affidabilità dello sviluppatore e le sue referenze. Congiuntamente a Sysman abbiamo apportato alcune personalizzazioni: possiamo dire di essere cresciuti insieme, in quanto alcune di queste modifiche sono diventate poi standard di mercato. Dal punto di vista del customer care, Sysman si è dimostrata molto attenta e proattiva nell'intervenire quando abbiamo avuto problemi. Anche nel momento in cui tali problemi si sono fatti più rilevanti, come per esempio con l'integrazione delle soluzioni CTI che abbiamo scelto come standard aziendali, il nostro partner ha sempre trovato la giusta soluzione”.

Il progetto

Contact Pro viene attualmente usato in Seat Pagine Gialle per alcuni servizi telefonici outbound tra cui il cosiddetto “servizio keywords”, destinato ai clienti inserzionisti dei servizi **Pagine Gialle On Line e 89.24.24 Pronto PagineGialle**.

“In pratica, contattiamo i clienti dei due servizi al quinto mese di attivazione - commenta Nicolosi - per informarli sui contatti prodotti fino a quel momento dalla loro inserzione e per consigliare eventuali modifiche delle keywords utilizzate. Non tutti i clienti, infatti, sono ancora in grado di sfruttare in pieno le grandi potenzialità dei media non cartacei che Seat mette loro a disposizione”.

Ma la versatilità della soluzione di Sysman non limita l'impiego di Contact Pro al solo “servizio keywords”. Attraverso il modulo di agenda, Seat Pagine Gialle ha cominciato a proporre direttamente al telefono l'arricchimento della presenza base sul servizio **12.40 Pronto PagineBianche** e a fissare gli appuntamenti con i clienti di un centinaio di agenti.

“Uno dei motivi per cui abbiamo scelto Contact Pro - dichiara Nicolosi - è legato al fatto che i nostri agenti sono coordinati da circa 300 manager di zona, ciascuno dei quali dispone di un ufficio e di una segretaria. Volevamo cominciare a usare questa struttura, dove risiede un know how specifico legato alla conoscenza del territorio e dei singoli clienti, come call center distribuito capace di sfruttare anche il patrimonio informativo presente sui database aziendali. Per fare ciò avevamo però bisogno di uno strumento che ci supportasse adeguatamente e Contact Pro sta rispondendo bene a questa esigenza.

Seat Pagine Gialle impiega la soluzione di Sysman anche per offrire un servizio ai clienti che chiedono l'annullamento di un contratto. *“Questa attività si concretizza in una telefonata di feedback a un cliente che ha deciso di non rinnovare il contratto per un nostro prodotto - prosegue Nicolosi -. Tale telefonata ha lo scopo di rendere noto che abbiamo ricevuto la richiesta di annullamento ma, soprattutto, a fronte delle motivazioni addotte per tale annullamento, tende a riconquistare il cliente”.*

Risultati e vantaggi

“Siamo molto soddisfatti di avere adottato Contact Pro - precisa Nicolosi - perché, grazie al modulo Web della soluzione, abbiamo risolto il problema degli outsourcer. Oggi, infatti, l'applicativo consente a tutti i nostri fornitori di servizi telefonici di operare sullo stesso database utilizzando campagne e script definiti centralmente, e permette di erogare il medesimo servizio a tutti e con lo stesso elevato livello di qualità. Inoltre, uniformando i fornitori siamo in grado di sfruttare una capacità produttiva potenziale rappresentata dalle segretarie dei manager di zona. Per quanto riguarda invece le attività di recupero dei contratti, abbiamo avuto un beneficio immediato e diretto in termini di ricavi, che diversamente non avremmo avuto se non a costi più elevati”.

“In relazione all'utilizzo delle keywords - puntualizza Nicolosi -, abbiamo avuto un innalzamento della qualità percepita del servizio offerto, che sta riscuotendo un elevato gradimento da parte dei clienti a cui lo stiamo erogando. Ovviamente i numeri sono ancora piccoli perché parliamo di un'iniziativa recente. Tuttavia, sta già dando un'immagine di Seat di azienda che investe nella cura dei suoi clienti e che utilizza il call center non per vendere in maniera push qualsiasi cosa, ma per offrire un vero servizio a valore aggiunto. E l'impiego della soluzione di Sysman sta contribuendo in modo significativo alla svolta che da qualche anno vogliamo dare all'immagine aziendale”.

Sviluppi futuri

“Abbiamo iniziato a lavorare sulla rete di agenti presenti sul territorio - conclude Nicolosi - per avere una maggiore geo-differenziazione, in quanto l'attività inerente gli appuntamenti degli agenti è ancora svolta in modo tradizionale”.

Seat Pagine Gialle sta anche pensando di realizzare un sistema centralizzato residente su server propri erogabile via Internet e facente capo a un database in sede, integrato con gli applicativi aziendali. Questo dovrebbe permettere alla rete dei 2.000 agenti di avere informazioni riguardanti i clienti in tempo reale, raccogliendo i dati dalle telefonate attraverso Contact Pro.



Sysman s.r.l.
Via Ivrea, 75
10016 Montalto Dora (TO)
Tel. 0125 652 411
Fax 0125 652 392
info@sysman.it
www.sysman.it