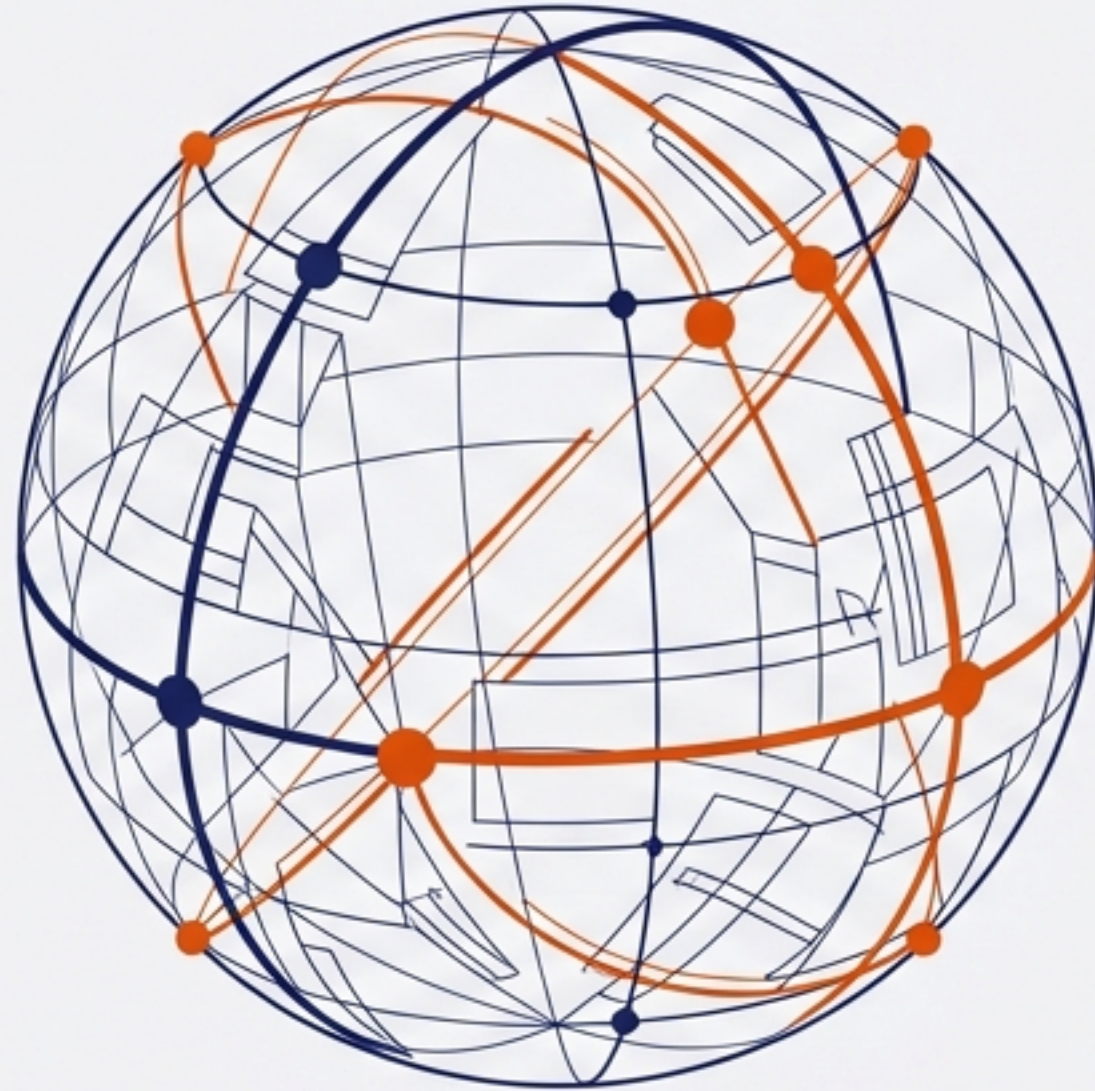


I 5 KPI Fondamentali nel Customer Care

Trasformare l'assistenza clienti da centro di costo a motore di valore e Brand Equity.



Un approccio data-driven all'eccellenza operativa

L'Evoluzione del Customer Care

In un mercato iper-competitivo, l'esperienza è l'unico vero elemento di differenziazione.

Il Passato (Centro di Costo)



- Obiettivo: Minimizzare i costi
- Chiamate brevi e sbrigative
- Personale poco formato
- IVR labirintici per scoraggiare il contatto

Il Futuro (Centro di Valore)



- Obiettivo: Aumentare il LTV (Life Time Value)
- Il cliente soddisfatto riacquista
- Tecnologia avanzata + Empatia umana
- Visione Sagres

“Ciò che non si misura, non si può migliorare.” – Peter Drucker

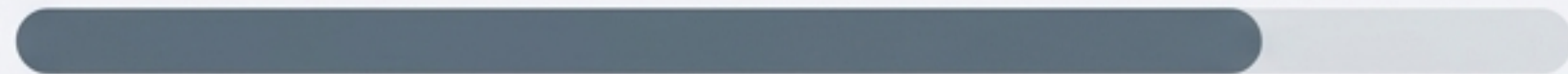
La Promessa di Reattività (Service Level)

Definizione:

La percentuale di contatti gestiti rispetto a quelli offerti entro una determinata soglia temporale.

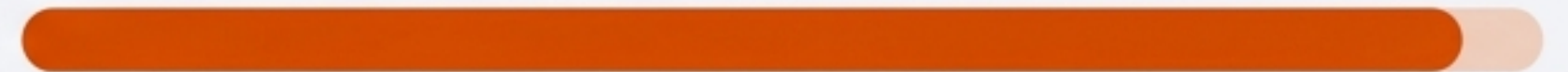
$$SL = \left(\frac{\text{Chiamate gestite entro X secondi}}{\text{Chiamate totali offerte}} \right) \times 100$$

Standard Storico



80% (Media Settore)

Standard d'Eccellenza



>95% entro 30 secondi (Sagres)

Impatto Umano

Gestire il 95,6% delle chiamate entro 30 secondi comunica: 'La tua urgenza è la nostra priorità'. Questo riduce drasticamente l'ansia del consumatore.

Il “Santo Graal” dell’Efficienza (One Call Solution)

First Contact Resolution (FCR) – Risolvere la richiesta durante la prima interazione.

Strategia Operativa

Il Triplo Danno delle Repeat Calls



1. Knowledge Base centralizzata e live.
2. Empowerment dell'operatore (autonomia).
3. Processi di escalation fluidi.

Velocità vs. Qualità: Trovare l'Equilibrio

L'Attesa (ASA & Abandonment)



Obiettivo ASA: < 50 secondi

Insight: Il tempo percepito è sempre maggiore del tempo reale.

**Tasso di Abbandono: < 4% (Sistema Sano)
vs > 10% (Collasso)**

La Conversazione (AHT/TMG)



Nuova Filosofia: Non 'correre', ma dedicare il tempo giusto (~4 min).

Insight: Un operatore frettoloso distrugge valore; uno che dedica il tempo giusto costruisce fiducia.

La Voce del Cliente: Dai Numeri alle Emozioni

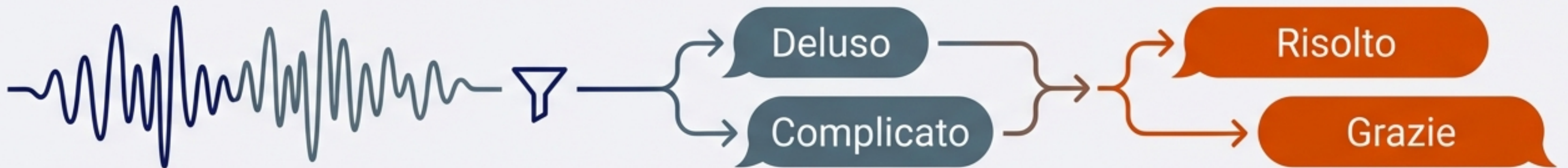
NPS (Net Promoter Score)

Misura la fedeltà a lungo termine. Un incremento del 20% trasforma il care in marketing.

CSAT (Customer Satisfaction)

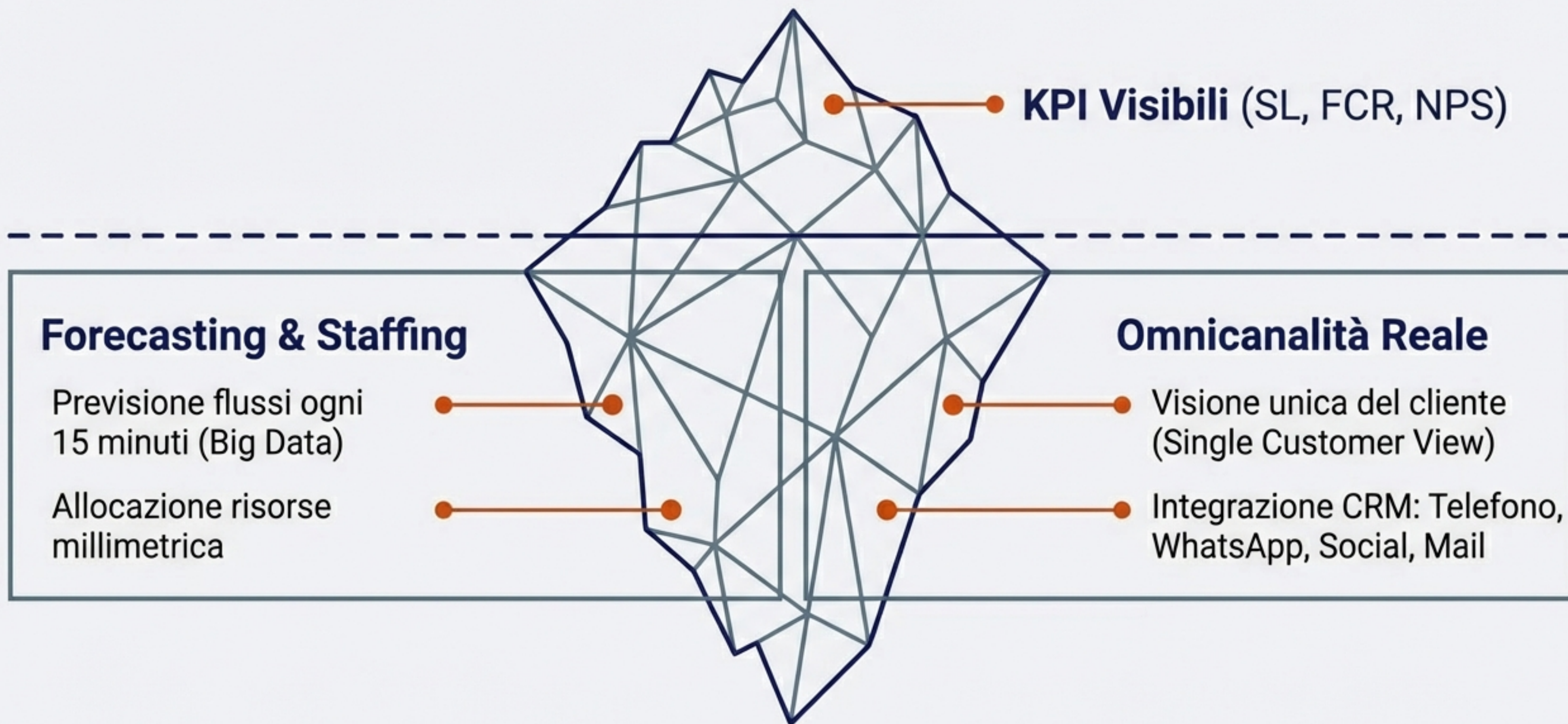
Misura la soddisfazione puntuale della singola interazione.

Innovation: Sentiment Analysis & AI



- Analisi semantica per rilevare emozioni e 'tone of voice'.
- Trasforma dati non strutturati in strategie azionabili prima che i KPI numerici calino.

I Fattori Abilitanti: Cosa c'è dietro l'Ecceellenza?



Il Fattore Umano: Formazione e Operatori Multiskill

La tecnologia supporta, ma l'uomo risolve.



Perché Scegliere l'Ecosistema Sagres

Esternalizzare non significa delegare, ma acquisire un vantaggio competitivo.



Affidabilità

Service Level garantito
> 95%.



Velocità

Risposta media entro
30 secondi.



Risoluzione

Focus ossessivo sulla
One Call Solution.



Qualità

Monitoraggio costante NPS
e Sentiment Analysis.

Un partner specializzato offre investimenti in tecnologia e formazione difficili da replicare internamente.

I Numeri Creano Relazioni



I 5 KPI sono ingranaggi di un unico motore.

**In un mercato dove i prodotti sono simili,
chi offre l'esperienza migliore vince sempre.**