

AlmavivA cambia il modello aziendale puntando sulla tecnologia

La risposta alla crisi non è delocalizzare ma innovare. Parola di AlmavivA Contact

Da oltre venti anni AlmavivA Contact è leader italiano nell'outsourcing di servizi CRM per realtà pubbliche e private. Il contesto del mercato nazionale, in continua contrazione e con margini sempre più esigui, ha condotto l'Azienda a un bivio.

La reazione è stata l'ideazione di un modello aziendale di grande innovazione.

Ne parliamo con Andrea Antonelli - AD di AlmavivA Contact.

La ricerca della contrazione dei costi e, in particolare, di quello del lavoro ha come conseguenza un sempre più diffuso ricorso alla delocalizzazione delle attività in paesi dove i salari sono molto più bassi e le flessibilità contrattuali estremamente più elevate. Come Gruppo Almaviva, la delocalizzazione non ci ha mai convinto in termini di politica industriale in quanto la riteniamo non sostenibile nel medio periodo. Perseguiamo un progetto imprenditoriale serio e di ampio respiro. Crediamo che a questo periodo difficile si possano opporre idee e prospettive nuove.

Su quale percorso siete avviati?

Abbiamo deciso di affrontare l'empasse più difficile di sempre rinnovando la nostra intelligenza d'offerta. L'intesa raggiunta ci consente di disegnare un nuovo sviluppo industriale fondato non sull'inseguimento del costo del lavoro, bensì sulla professionalità delle nostre persone che da oggi potranno fornire al mercato servizi commerciali esclusivi ed innovativi, basati su tecnologie e metodologie proprietarie in grado di assicurare l'eccellenza nel CRM 3.0.

Di che si tratta?

Già da qualche anno, l'esperienza maturata nella gestione di oltre 100 milioni di contatti l'anno ha portato AlmavivA Contact a scegliere soluzioni innovative per valorizzare le informazioni disponibili sui diversi canali di contatto con il cliente. In quest'ottica, già integriamo alcuni servizi CRM con i modelli di gestione del patrimonio informativo sviluppati con il motore semantico-ontologico

AlmavivA Contact è leader di mercato in Italia per aziende private ed enti pubblici nell'outsourcing di servizi CRM che utilizzano tecnologie innovative in grado di assicurare l'eccellenza nel CRM 3.0. Propone una gamma estesa e innovativa di soluzioni ad alto valore aggiunto, per aiutare i propri clienti a sviluppare una strategia di Customer Experience di successo:

- Consulting and Process Reengineering;
- Inbound and Outbound Services;
- Back Office & Document Management;

- Market Analysis;
- Adaptive Front-end;
- Multichannel Customer Solutions;
- Case Management & Quality Monitoring.

L'elemento distintivo dell'offerta è l'utilizzo di innovative tecnologie semantiche Almawave, che consentono il riconoscimento del linguaggio naturale per ottimizzare i processi operativi. Gli operatori di Contact Center diventano esperti nella gestione della singola problematica attraverso la valorizzazione dell'informazio-



IRIDE di Almawave, l'azienda di innovazione tecnologica del Gruppo AlmavivA. Oggi si tratta di mettere definitivamente al centro la "Customer Experience".

Vale a dire come il Cliente percepisce il suo rapporto complessivo con l'Azienda?

Sì, come percepisce la sua interazione con l'azienda attraverso tutti i canali di contatto disponibili. Grazie al supporto dell'interpretazione semantica, AlmavivA Contact agevola le aziende nell'analizzare, semplificare e ottimizzare i processi del Call Center, aumentando la velocità nella comprensione delle esigenze dei clienti e offrendo una maggiore qualità e precisione nelle risposte fornite. Siamo in grado di valutare ogni fase dello scambio cliente-operatore, individuando, ad esempio, i momenti di stress e di emozione nella voce, mettendo a fuoco dove l'operatore ha eventuali lacune formative, e così via... Con i software che sviluppiamo nel Gruppo AlmavivA siamo in grado di analizzare enormi quantità di informazioni strutturate e destrutturate che provengono dalle fonti più diversificate. Ciò rappresenta un elemento chiave che permetterà sempre più alle aziende di cogliere nuove opportunità di business. E di farlo prima dei propri concorrenti. Un bel vantaggio per le aziende che hanno affidato a noi il rapporto con i clienti.

Sembra proprio che AlmavivA Contact sia una sorta di laboratorio d'innovazione per il settore dei Contact Center...

Ritengo sia il modo corretto di interpretare la nostra leadership: trovare soluzioni innovative per andare oltre alla crisi strutturale del mercato e proteggere i livelli occupazionali. Noi siamo leader nazionali e fra i primi dieci Gruppi al mondo nel settore dei contact center. Abbiamo centri operativi in tutta Italia, in Brasile, in Cina, in Tunisia. Il modello che stiamo adottando ha garantito un aumento della produttività superiore al 15% in Brasile, dove opera AlmavivA do Brasil, che oggi rappresenta uno dei datori di lavoro più rilevanti del settore con circa 13.000 dipendenti e che continua ad espandersi grazie alla valorizzazione delle differenti culture, intelligenze ed esperienze che si integrano nella Società.

Media Duemila

ne destrutturata e grazie al presidio integrato di tutti i canali di contatto.

AlmavivA Contact ha aderito al Codice di Condotta Asstel per l'autoregolamentazione delle attività di telemarketing e teleselling per offrire linee guida alle aziende e maggiori garanzie ai consumatori. L'azienda fa anche parte del Comitato di Garanzia che assicura il rispetto e l'aggiornamento del Codice di Condotta.

Del network d'infrastrutture del Gruppo AlmavivA, oltre ai CED, fanno parte anche 7 Service Center in Italia e 9 all'estero, strutture per

la gestione dei servizi di Customer Care, Document Management e Back Office. Oltre 8.000 postazioni operatore dotate di elevati standard qualitativi, tecnologici e di comunicazione (oltre 4.000 in Italia, 4.000 all'estero) distribuite in 6 città italiane (Milano, Roma, Napoli, Palermo, Catania, Cosenza) e all'estero (Brasile, Cina e Tunisia). Un team dedicato di professionisti opera H24 a presidio dei sistemi di fonia, CTI – Computer Telephony Integration, voice portal, multicanalità e nella gestione delle piattaforme tecnologiche di CRM e Document Management inbound e outbound.