

## Outsourcing nelle Comunicazioni

# Studio e gestione all'insegna della qualità

**PHONETICA** A colloquio con Marco Durante, amministratore delegato del leader italiano nel mercato di Business Process Outsourcing che fornisce soluzioni personalizzate per la gestione delle telefonate

DI MASSIMO GAZZÈ RICCARDI

■ In un periodo caratterizzato da un generale rallentamento degli investimenti IT, oltre che dalla necessità di implementare processi di razionalizzazione, controllo di gestione e riduzione costi, è importante chiedersi come cambiano le priorità delle aziende italiane per rimanere competitive. Accanto al fenomeno di rallentamento degli investimenti nell'implementazione di applicazioni aziendali tradizionali, si assiste a una crescente richiesta da parte del mercato di soluzioni volte alla razionalizzazione e ottimizzazione dei processi aziendali. All'interno di questo percorso di reingegnerizzazione e riorganizzazione aziendale, grande interesse ha riacquisito la possibilità di avvalersi di fornitori esterni specializzati in singoli ambiti, ossia di esternalizzare parte dei processi aziendali, il cosiddetto outsourcing. Ne parliamo con Marco Durante, Amministratore Delegato di **Phonetica**, leader in Italia nel mercato delle soluzioni di Business Process Outsourcing (BPO) che da più di 10 anni fornisce alle imprese soluzioni personalizzate per la gestione delle comunicazioni telefoniche: «Il settore sta vivendo un momento di caos, una crisi non solo dovuta ai fatti che la cronaca ci racconta ma soprattutto perché negli ultimi anni le offerte dei call center hanno puntato esclusivamente sulla riduzione dei costi, trovando il proprio business



semplicemente maggiorando ai clienti finali il costo dei collaboratori a progetto, trascurando la vera essenza del servizio, che è quello di offrire qualità, efficienza e valore aggiunto. La strategia propria del BPO mira, infatti, oltre che ad abbattere i costi aziendali, a fornire efficienza e conservare le energie dell'impresa per concentrarle sulle competenze centrali del business. Il mercato ha bisogno di una risposta concreta alle esigenze di qualità, innovazione, flessibilità e competitività. Bisogna abbandonare la logica che basa tutto sui 60, 50, 40 centesimi al minuto, ma concentrarsi su quello che realmente avviene in quel minuto. Questo è un serio problema per il settore che non può ridursi alla mera somministrazione remota di personale». **In questa ottica quali sono i vostri obiettivi?**

«Il nostro unico obiettivo è quello di offrire, con una qualità più elevata rispetto a quella che le aziende sono in grado di produrre al proprio interno, un outsourcing di servizi innovativi legati alla gestione delle comunicazioni e dei processi, integrandoci con l'organizzazione dei nostri clienti. Abbiamo sviluppato dei metodi e dei sistemi informativi, generato piattaforme specifiche, organizzato la formazione e la gestione del personale, in modo di orientare tutto il servizio alla qualità. È piuttosto miope porre paletti alla durata della chiamata per generare profitto, è invece importante impostare l'efficacia della conversazione. I nostri dati ci rivelano infatti che un processo attento e mirato permette di evitare di ripetersi di ulteriori chiamate, aumentando anche la buona percezione dell'azienda». **Come erogate i vostri servizi?**



«I nostri sono ovviamente servizi personalizzati, e sono erogati attraverso due distinte divisioni, **Business Concierge** e **Accelera**, che supportano le aziende nella gestione delle attività di desk e front office, ottimizzandone i costi aziendali, e contribuiscono al miglioramento delle performance interne, permettendo così alle imprese di concentrare maggiori risorse ed energie nelle attività del loro core business». **Quindi Business Concierge si occupa delle telefonate in arrivo?** I servizi di **Business Concierge** gestiscono la terziarizzazione della reception telefonica e la relativa analisi strutturata dei dati di reportistica in ambito di organizzazione aziendale (IN\_Solving), customer care, front & back office, attività di segreteria remota e reception on-site».

**Accelera invece delle telefonate in uscita, giusto?**

«Esattamente. La Divisione **Accelera** pianifica, organizza e realizza piani di Marketing Relazionale che prevedono attività di supporto alle ricerche di mercato, sondaggi d'opinione, aggiornamento e gestione dei marketing database, attività di supporto alle vendite e all'organizzazione di eventi. Citroën, Kraft Food, Enel, BNP Paribas, sono solo alcune delle grandi aziende che hanno scelto di affidarsi alla nostra esperienza per la gestione in Outsourcing delle comunicazioni telefoniche. Di recente abbiamo anche curato una campagna di comunicazione diretta sulla popolazione di uno specifico territorio. L'obiettivo era quello di presentare un nuovo progetto edilizio ed è stato un ve-

ro successo. La cittadinanza quando viene informata correttamente è portata ad analizzare le questioni in maniera più razionale e si lascia influenzare molto meno dai pregiudizi e dalle manipolazioni strumentali. Ad ogni modo, a prescindere dal fatto che le comunicazioni siano in ingresso o in uscita, la parola d'ordine resta quella di unire le reciproche competenze per creare una attiva e strategica collaborazione, tra noi ed i nostri clienti, ai quali offriamo tutta la nostra esperienza per individuare le soluzioni migliori, gestire, monitorare e mantenere proficuo ed efficiente il servizio. Questa è la migliore garanzia di successo, per noi come per le aziende che serviamo».

[www.phonetica.it](http://www.phonetica.it)