



**OUTSOURCING.** Come e dove intervenire per gestire al meglio l'azienda

# Investire per risparmiare

Gestione documentale, amministrazione del personale, marketing relazionale, application management, financial services. Sono tanti gli ambiti in cui le imprese possono fare la scelta strategica di esternalizzare

**C**risi. La parola viene spesso abusata ma gli imprenditori in realtà sono in grado di capirla e di capire quando sta effettivamente arrivando. Nonché le soluzioni per tamponarne gli effetti. Secondo una analisi condotta recentemente per conto di Confindustria, la maggior parte dei piccoli e medi imprenditori considera un elemento chiave da valutare per gli investimenti nei periodi di crisi non solo la percentuale di ritorno ma anche la tempistica. Nelle conclusioni dell'indagine, tra le due leve sulle quali può agire un'azienda durante un periodo di crisi, quella più "sana" è la leva dei costi da ottimizzare, e non quella dei prezzi da tenere artificialmente alti. L'outsourcing diventa una risorsa chiave per muoversi, quando sia un investimento che si ripaga in tempi rapidi, andando a incidere su costi che possono essere abbattuti senza perdere focalizzazione sulle competenze interne e sul proprio *core business*.

## La tecnologia che fa la differenza

Un'altra area critica per le imprese è quella dell'esternalizzazione dei processi di business, come spiega **Marco Durante**, amministratore delegato di PhonEtica: «Nel nostro settore il mercato si muove in due distinte direzioni: le aziende che già usufruiscono di servizi in outsourcing chiedono una riduzione e talvolta una rideterminazione dei minimi contrattuali mentre, tra i non utenti, un numero sempre maggiore di medie e grandi aziende si sta organizzando per esternalizzare la

## Così si liberano risorse



gestione delle proprie chiamate. Attualmente PhonEtica ricopre una posizione di guida nel mercato specifico del Bpo, un mercato nuovo e non di sostituzione, caratterizzato da aziende che avvertono sempre più la necessità di ottimizzare e rendere variabili i propri costi».

«PhonEtica, protagonista dal 1998 nel mercato italiano di soluzioni di *Business process outsourcing* per le comunicazioni telefoniche – continua Durante –, risponde in modo concreto alle esigenze di qualità, flessibilità e competitività richieste dal libero mercato. I servizi personalizzati delle divisioni Business Concierge e Accelera consentono ad aziende di varia dimensione, attraverso l'alleggerimento della gestione interna di attività non strategiche, di concentrarsi sul core business ottimizzando, di conseguenza, specifici costi aziendali. I servizi di Business Concierge includono: terziarizzazione del centralino, customer care, front & back office, attività di segreteria e reception. La divisione Accelera pianifica, organizza e realizza piani di marketing relazionale che prevedono attività di ricerche di mercato, sondaggi d'opinione, aggiornamento e gestione dei marketing database, attività di supporto alle vendite, nonché promozioni e concorsi. Nello specifico, in riferimento ai servizi *inbound*, PhonEtica opera attraverso una tecnologia proprietaria che è in grado

di sostituire e integrare tutti i punti di ingresso delle comunicazioni telefoniche e via Internet. Tale tool, che ignora le chiamate dirette agli interni e raccoglie esclusivamente quelle generiche dirette al centralino dell'azienda e o ai numeri di customer care e help desk, è in grado di ricevere anche fax ed email. Ai nostri operatori vengono messe a disposizione tutte le informazioni e le policy necessarie all'immediata e diretta evasione delle diverse richieste e all'inoltro di alcune di esse all'interno dell'azienda. Il valore aggiunto del nostro servizio si traduce, quindi, nella garanzia di una completa ed efficiente gestione delle chiamate e dei messaggi in ingresso rappresentando, di fatto, uno dei più preziosi strumenti di *front-end* delle comunicazioni dei nostri clienti. I servizi della divisione Business Concierge, oltre ad assicurare una gestione delle chiamate senza limiti di orario insieme a una sostanziale riduzione dei costi, sono in grado di elaborare attraverso l'innovativo approccio IN<sup>3</sup>Solving (INbound INtegrated INstant Solving) anche un'analisi oggettiva e completa dei dati quali-quantitativi di traffico in ingresso: fondamentali indicatori per le attività di riorganizzazione e ottimizzazione dei processi di comunicazione, necessarie per il miglioramento dell'efficienza operativa e, di riflesso, dell'immagine delle aziende clienti».