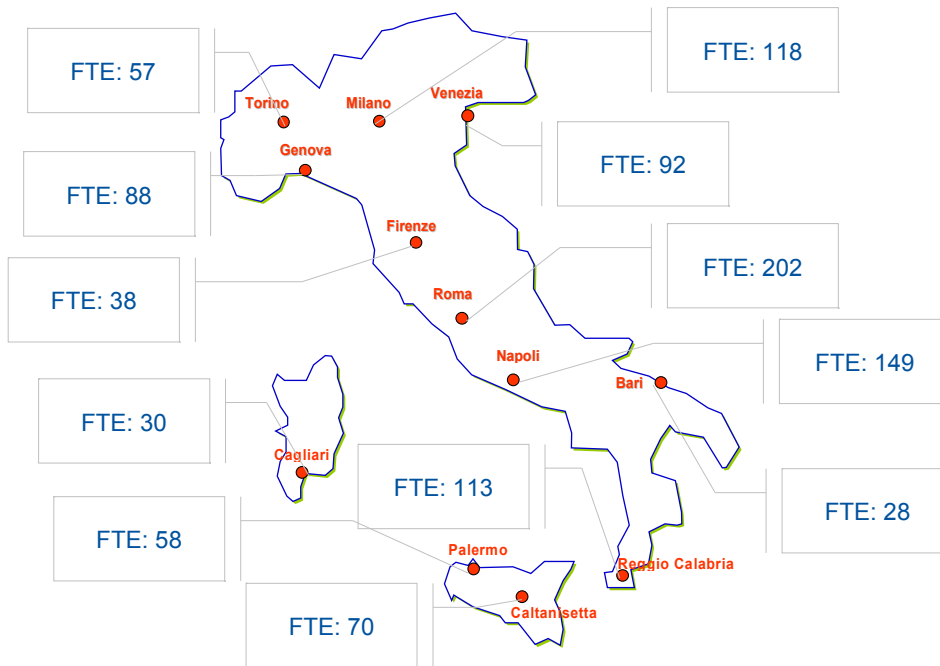


Mercato Privati - Servizi al Cliente

25 febbraio 2010



Distribuzione territoriale FTE



→ Servizi di contact center su un **modello distribuito territorialmente**

→ **12 siti di dimensioni eterogenee**

→ **~ 1.042 FTE operatori**

Principali Servizi/Commesse gestiti

Servizi Postali
Accettazione Telegrammi
Servizi Finanziari
Servizi Internet
Assistenza Uffici Postali
All Digital – Ministero
Sviluppo Economico
Carta Acquisti MEF
Linea Comune 055.055
(scad. giugno '10)

Posteitaliane

Outsourcer

Dipartimento Trasporti
Terrestri

INPS/INAIL (in scadenza)

Consip

Poste Mobile
(dal 1 marzo reinternalizzato)

Enpapi

Mission

*Essere punto di riferimento nell'assistenza, nella cura e nell'ascolto del **Cliente interno** (Ufficio Postale) e del **Cliente esterno**, caratterizzato da due anime distintive:*

- **Centro di Contatto a supporto dei processi di assistenza e di commercializzazione** di prodotti e servizi, orientato all'efficienza e alla garanzia di elevati livelli di qualità (realizzato con personale Poste)
- **Partner in grado di offrire servizi e soluzioni di contact center integrati** con l'offerta di Poste Italiane (realizzato con personale outsourcer)



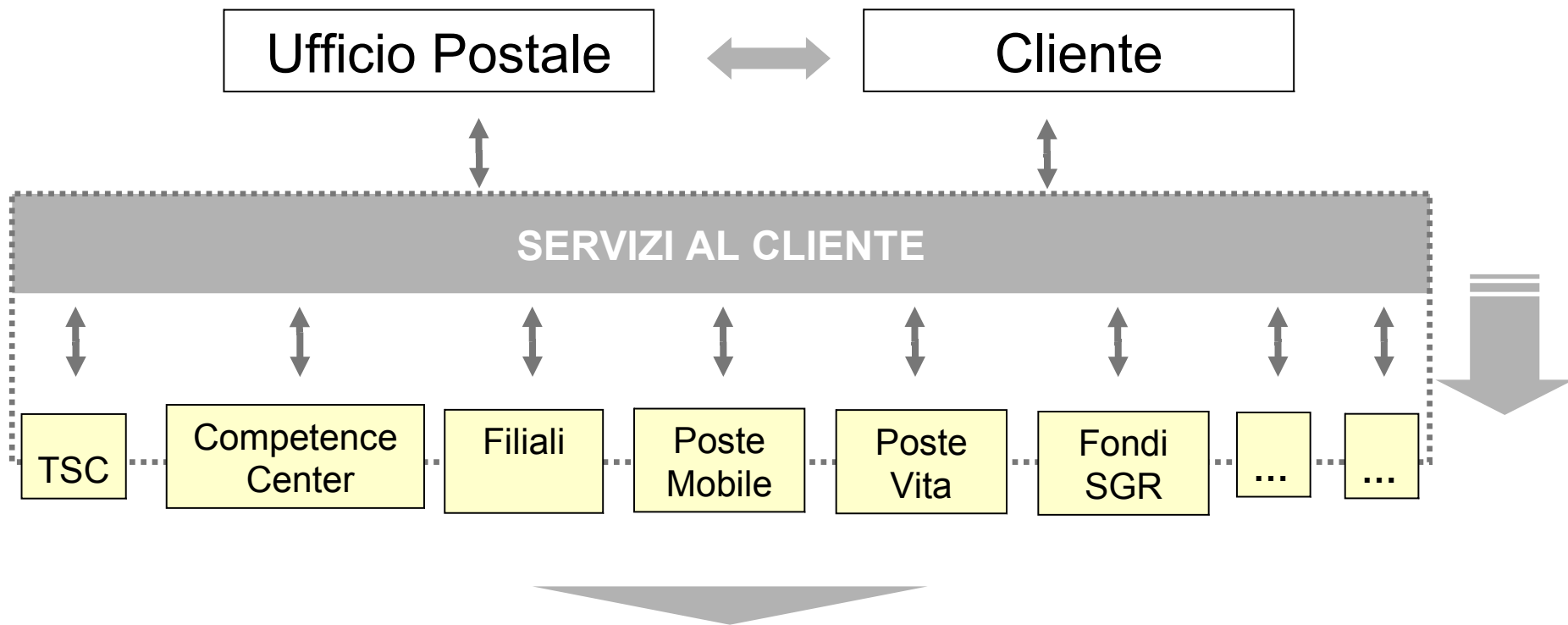
Partendo dalla nuova mission, si sta progressivamente razionalizzando la capacità operativa interna verso servizi strategici e a più alto valore aggiunto, esternalizzando su outsourcer qualificati i servizi interni a basso valore o quelli di mercato esterno per aumentarne la marginalità.

Obiettivo:

- ➔ Valorizzazione delle risorse interne e sviluppo delle competenze
- ➔ Recupero di efficienza e minori costi di erogazione



L'efficacia dell'assistenza agli **Uffici Postali** e al **Cliente dell'UP** dipenderà dall'integrazione del Contact Center nei processi tra Front End e Back-Office



L'accesso degli operatori del Contact Center a tutti i sistemi abilitanti garantirà la massima operatività a supporto sia dell'Ufficio Postale che del Cliente

Supporto su Conto+ e Conto In Proprio (pre-vendita)

Supporto completo all'UP sull'offerta commerciale, nell'utilizzo, navigazione e compilazione del CRMO, nella verifica dei documenti da produrre e della documentazione da allegare.

Assistenza Problematiche del Cliente

Adozione di un nuovo modello di servizio che prevede l'implementazione sull'IVR di una scelta dedicata, articolata per servizio, per la gestione e risoluzione di problematiche del Cliente che si reca all'Ufficio Postale

Potenziamento Assistenza Normativa

Potenziamento del supporto di 2° Livello da parte di MP-Operazioni per approfondimenti/chiarimenti su manuali e disposizioni operative, normative e circolari

Assistenza Gestione Magazzino

Avvio di un servizio di assistenza per la gestione del magazzino degli Uffici Postali tramite SAP-WMS con l'obiettivo di fornire un supporto informativo, un'assistenza sull'utilizzo dell'applicativo e sulla risoluzione di problematiche e anomalie.



Gestione Assegni e Bonifici

*La relazione tra l'UP e il Cliente risulta problematica per la mancanza di applicativi che consentano di tracciare gli stati intermedi del ciclo di vita dell'assegno e del bonifico.
E' stata avviata un'analisi congiunta tra MP-Servizi al Cliente, MP-Operazioni e BP-Operazioni, al fine di individuare le possibili soluzioni*

Prodotti di finanziamento (Mutuo, Prestito, Prontissimo, Quinto)

*Sviluppare le competenze degli operatori telefonici affinché l'Ufficio Postale sia adeguatamente supportato nella fase di pre-vendita.
Attività di follow up nei casi di pratiche incomplete e/o di integrazione della documentazione da parte del Cliente presso l'UP.*

Assistenza Operazioni Fiscali e Contabili

Attivazione di un servizio di assistenza in grado di offrire un supporto sulle attività in materia fiscale e contabile dell'UP, inclusa la definizione di un processo di interazione tra gli attori coinvolti (UP – CC – CO.CE)

Postel Office

Avvio di un servizio di Assistenza sull'offerta "Postel Office" e sull'uso degli applicativi



Il percorso evolutivo della funzione Servizi al Cliente rende altresì possibile anche una razionalizzazione dei Siti Operativi di Contact Center secondo alcuni driver distintivi.

In particolare, possono essere tenuti in considerazione tre fattori:

- siti che erogano, prevalentemente o in toto, servizi che saranno dati in outsourcing al 100% come il 186 per Accettazione Telegrammi (Bari, Milano);
- siti che erogano servizi quasi esclusivamente per commesse di Mercato Esterno (Firenze) che si concluderanno nel 2010;
- siti con una dimensione minore che comportano diseconomie (Cagliari).



OBIETTIVI

Ottimizzazione dell'impiego della capacità operativa interna su servizi a più alto valore aggiunto

Sviluppo delle competenze degli operatori interni per poter gestire processi di assistenza complessi

BENEFICI

Recupero di efficienza e minori costi di erogazione

Valorizzazione delle risorse interne e sviluppo delle competenze



OBIETTIVI

- Applicazione della capacità operativa interna su servizi appartenenti al core business di Poste Italiane
- Ottimizzazione dell'impiego della capacità operativa interna su servizi a più alto valore aggiunto
- Sviluppo delle competenze degli operatori interni per poter gestire processi di assistenza complessi
- Aumentare la marginalità delle commesse

BENEFICI

- Recupero di efficienza e minori costi di erogazione
- Valorizzazione delle risorse interne e sviluppo delle competenze



OBIETTIVI

Riduzione dei costi infrastrutturali, in particolare i costi di funzionamento e di gestione immobiliare, relativa ai siti di erogazione dei servizi.

BENEFICI

Recupero di efficienza e minori costi di erogazione.

Si deve tenere in considerazione che l'incidenza dei costi di funzionamento, di gestione immobiliare e del personale di staff, è tanto maggiore quanto minori sono le dimensioni del sito in questione (Bari, Cagliari).



Distribuzione e livello del personale:

ORGANICO SITI (unità puntuali)

	A1	A2	B	C	D	TOTALE
MILANO	1	1	14	123	3	142
FIRENZE	1		5	40	1	47
CAGLIARI	1		6	31		38
BARI	1		8	28	2	39
TOTALE	4	1	33	222	6	266

I tempi previsti di superamento dei siti indicati sono i seguenti:

SITI	DATA PREVISTA
MILANO	30 aprile 2010
FIRENZE	Fine commessa Comune di Firenze <i>(prevista per il 10 giugno 2010)</i>
CAGLIARI	30 settembre 2010
BARI	30 aprile 2010

La riallocazione del personale avverrà prevalentemente in ambito UP. Potranno altresì essere individuati, oltre al front-end che resta l'ambito prioritario di inserimento delle risorse, ulteriori ambiti utili alla riallocazione del personale.



Formazione

A novembre 2009 è stato avviato un intenso piano formativo atto a specializzare e riconvertire gli operatori su servizi a più alto valore e appartenenti al Core Business di Poste Italiane.

- Numero di operatori coinvolti: 480 (ca. 45% del totale)**
- Numero di giornate di formazione erogate: 200**
- Numero di giornate di affiancamento/training on the job: 150**
- Numero dei siti coinvolti: 8 (Roma, Palermo, Torino, Venezia, Napoli, Reggio Calabria, Genova e Caltanissetta)**

Tali attività, ad oggi, hanno permesso di riconvertire interamente i siti di Roma (PosteVita e PosteMobile), Torino (Servizi Postali), Venezia (Servizi Internet) e Palermo (Assistenza Uffici Postali).



Piano formativo 2010

Il piano formativo del primo trimestre 2010 consoliderà il processo di riconversione dei siti sui servizi a più alto valore.

E' articolato secondo lo schema seguente:

- sito di Torino, formazione di 10 FTE sul servizio ELI e 20 su Dogane*
- sito di Palermo, formazione di 25 FTE sul servizio REALGIM*
- sito di Venezia, formazione di 60 FTE su Servizi Internet*
- sito di Caltanissetta, formazione di 70 FTE su Servizi Finanziari*
- sito di Napoli, formazione di 25 FTE su Assistenza Uffici Postali*

