



## I vincitori del CAT-Award 2018

PAGINA 2

**Editoriale**

PAGINA 3

**Call Center World**

PAGINA 4

**CAT-Award**

PAGINA 5

**Service Excellence  
Cockpit**

PAGINA 6

**Formazione**

PAGINA 7

**Lavoro  
domenicale**

PAGINA 7

**Responsabilità  
della formazione**

PAGINA 8

**Awards Night**

## CallNet.ch Factory – dalla teoria alla pratica



*Più di due anni fa il Comitato rifletteva su come armonizzare la mole di lavoro in continuo aumento, le crescenti aspettative dei soci nonché la presenza sempre più esigente da parte del pubblico, con un sistema di milizia. Su questa base, è nata una visione contenutistica e organizzativa chiamata CallNet.ch Factory*

*che ora sta finalmente diventando realtà – ma cosa significa esattamente?*

*Ricordate ancora quali obiettivi ci eravamo prefissati in merito? Quali erano di preciso le idee principali sulle quali CallNet.ch Factory doveva basarsi?*

### **Aumentare la connessione**

- *Come deve essere configurata una struttura associativa per essere in grado di reagire rapidamente alle sfide settoriali del futuro?*
- *Come possiamo garantire la realizzazione di progetti senza che l'attività in corso ne risenta?*

### **Garantire la professionalizzazione**

- *Come possiamo essere all'altezza delle crescenti esigenze dei soci nonché dei gruppi esterni (associazioni, politica, tutela dei consumatori)?*
- *Come possiamo comunicare meglio il nostro posizionamento all'interno di questo ampio panorama di stakeholder?*
- *Come possiamo tutelarci meglio rispetto all'ulteriore complessità nonché ai crescenti rischi in collaborazioni e contratti con terzi?*

### **Realizzare la divisione dei poteri**

- *Qual è la nuova concezione del ruolo del comitato direttivo (strategia, contatti, contenuto input, direzione dell'associazione)?*
- *Come possiamo garantire un modello di funzionamento efficiente (realizzazione, fornitore di servizi)?*
- *Come possiamo coinvolgere meglio i soci nel processo tramite la delega di compiti? (lavoro pubblico, presidio dei corsi interaziendali, ecc.)*
- *Come deve essere una governance attuale per evitare conflitti di interesse?*

*Poiché a fine 2017 abbiamo dovuto accettare con grande rammarico la disdetta del nostro segretariato attuale – sotto la guida di Karin Bosshard – che terminerà il 31 marzo 2018, la pressione per trovare finalmente una soluzione solida è aumentata. Posso ora affermare che siamo fiduciosi di terminare tutti i lavori necessari per la fine dell'anno di esercizio 2017/2018, in modo da poter dire il 1° agosto 2018 – yes, CallNet.ch Factory è realtà.*

*Nell'ambito del progetto «Transizione», approvato in occasione dell'ultima assemblea generale, stiamo lavorando a quattro temi:*

1. *La ricerca di un direttore amministrativo per il segretariato di CallNet.ch*
2. *Il reclutamento di un nuovo comitato direttivo nonché di altre cariche*
3. *La definizione delle basi necessarie per la nuova organizzazione e la creazione delle infrastrutture necessarie*
4. *La garanzia di un funzionamento operativo*

*Il comitato direttivo attuale ha dunque una «data di scadenza» e voi cari membri siete chiamati ad agire. Riflettete e chiedetevi se non disponete delle competenze e del tempo necessario per candidarvi per una carica all'interno del comitato direttivo o per un'altra funzione. Una strategia è buona soltanto se viene applicata. Cerchiamo nuove menti che, con tenace passione e impegno, desiderino continuare a scrivere la storia ventennale di CallNet.ch.*

*Chi desidera sapere di più può prendere contatto. Le persone di riferimento sono il responsabile del progetto «Transizione» Roger Meili (presidente onorario CallNet.ch) nonché Dieter Fischer (presidente CallNet.ch).*

*Vi auguro un magnifico inizio di primavera e mi auguro di rivedervi presto.*

DIETER FISCHER  
 presidente CallNet.ch

### COLOPHON

Editore: CallNet.ch  
 Redazione: Raphael Raetzo, CallNet.ch, Pfadacher 5  
 CH-8623 Wetzikon, Tel. +41 43 488 18 64  
 Fax +41 43 488 18 61, sekretariat@callnet.ch

**CALLCENTER WORLD**

# CallCenterWorld 2018: un successo senza precedenti

CallCenterWorld ha festeggiato quest'anno il suo ventesimo anniversario. Con 8200 visitatori è stato raggiunto un record. Temi principali sono stati la digitalizzazione, l'intelligenza artificiale e i chatbot.

Digitalizzazione, intelligenza artificiale e chatbot sono stati i grandi temi trattati in occasione del CCW. Con circa 8200 visitatori nelle tre giornate (nel 2017: 8000), il più grande punto di ritrovo settoriale in Europa per tutti coloro che lavorano con i clienti ha registrato nuovamente un record di visitatori. La fiera, con 270 espositori provenienti da circa 20 paesi, ha informato in modo esaustivo i visitatori dal 27 febbraio al 1° marzo. In linea con il motto del CCW 2018 «stay connected» è stato illustrato nell'ambito di conferenze, workshop e gruppi di discussione, in che modo le aziende possano essere all'altezza delle nuove richieste dei clienti. Solo chi cono-



sce e comprende i propri clienti, riuscirà a legarli a lungo termine alla propria azienda. Tecnologie e metodi innovativi aiutano ad essere sempre raggiungibili e ad entusiasmare i clienti.

Durante il congresso, i visitatori hanno potuto esperire in che modo le aziende impiegano già con successo tali tecnologie e metodi. I rappresentanti di

Payback, Samsung, HUAWEI e altre aziende hanno condiviso le proprie esperienze sul dialogo con i clienti del futuro. Il pioniere dell'internet e filosofo digitale Sascha Lobo ha illustrato come la digitalizzazione cambierà la comunicazione con i clienti. Mentre Philipp Riederle, autore e digital native, ha spiegato in che modo le aziende possono

entusiasmare una nuova generazione, quella dei Millennials, in veste di clienti e legarli come collaboratori.

Nel 2019 il CCW si terrà dal 18 al 21 febbraio per la 21esima edizione presso l'Estrel Congress Center di Berlino. Ulteriori informazioni sono disponibili su internet all'indirizzo [www.ccw.eu](http://www.ccw.eu)

## Swiss Connect al CallCenterWorld

CallCenterWorld è il congresso settoriale più importante all'interno della regione DACH (Germania, Austria, Svizzera). Da diversi anni l'associazione organizza Swiss Connect – una piattaforma di networking per svizzeri in occasione del CCW.

Quest'anno sono stati 8200 in totale i visitatori registrati al Call CenterWorld. CallCenterWorld è il congresso più importante per il

settore in tutti i paesi DACH. Sono sempre oltre 100 i visitatori provenienti dalla Svizzera. Da diversi anni CallNet.ch organizza Swiss

Connect – una piattaforma di rete per svizzeri in occasione del CCW. «Stay connected» è stato il motto del CCW di quest'anno.

Swiss Connect è stata supportata dalle aziende SPIE e Genesys. In una piacevole atmosfera sono stati stretti contatti, discussi temi di settore attuali

nonché consolidati contatti di business esistenti. In seguito a Swiss Connect si è tenuta la premiazione CAT.

*RAPHAEL RAETZO*




**CAT-AWARD**

## Mirjam Gosetti (TCS) vince il CAT-Award per la Svizzera

Con il suo progetto «CC on track» Mirjam Gosetti, responsabile del servizio clienti di TCS, ha vinto il CAT-Award di quest'anno per la Svizzera. Ha potuto confrontarsi con candidati eccezionali: Christopher Zier dell'azienda svizzera Luware ha vinto il premio Innovazione.

Al CallCenterWorld ogni anno i migliori Call Center Manager dell'anno della regione DACH (Germania, Austria e Svizzera) sono premiati con il CAT-Award, conferito dall'organizzatore del CCW Management Circle e dalla rivista di settore «CallCenter-Profi». Il CAT-Award è il premio personale più importante del settore di gestione del dialogo clienti all'interno dei paesi DACH.

### **Svizzera:** **Mirjam Gosetti (TCS)**

In Svizzera il premio è andato a Mirjam Gosetti, responsabile vendita e servizio clienti presso il Touring Club Svizzero. Con un nuovo concetto di routing e l'introduzione di una struttura a livelli, il tempo di risposta scritta alle richieste è stato ridotto da 9,3 giorni in media a soli 2,3 giorni. Mirjam Gosetti ha condotto il progetto con lungimiranza e vicinanza con i diversi stakeholder. È una manager di Call Center purosangue, attiva nel settore già da molti anni.

### **Germania:** **Christian Schmidtchen (Telefonica)**

Quest'anno il premio più importante del settore call center è stato assegnato per la Germania a Christian Schmidtchen, Head of Digital Assistance & Innovation presso Telefonica Germany, per il suo progetto «Lisa – la nostra assistente online virtuale». Tramite questa soluzione intelligente e automatica, che



Mirjam Gosetti

risponde in modo rapido e affidabile alle richieste ricorrenti dei clienti, si possono risparmiare preziose risorse di personale. Grazie al bot, il volume di richieste tramite chat e hotline è stato alleggerito di circa 8000 contatti a settimana.

### **Austria:** **Wolfgang Hummer (EVN AG)**

Wolfgang Hummer, responsabile Customer Relations presso EVN AG, è il manager di Call Center del 2018 per l'Austria. Con il suo progetto «Metamorfosi – partenza per il futuro» è riuscito a riorganizzare con successo il servizio clienti del fornitore di energia, per cui clienti e

collaboratori sono soddisfatti dal momento che gli ambiti di competenza sono definiti in modo più chiaro e i cambi di attività sono diventati meno frequenti.

### **Premio Innovazione:** **Christopher Zier (Luware AG)**

Per la prima volta è stato conferito il CAT-Award per la categoria «Digitalizzazione». Di questo premio ha potuto rallegrarsi Christopher Zier, Account e Partner Manager presso l'azienda svizzera Luware AG. Quest'ultimo ha convinto il pubblico e la giuria di esperti con un'applicazione di supervisione basata sugli «HoloLens» di Microsoft, degli occhiali Virtual Reality che

proiettano i contenuti virtuali in ambienti reali. Il supervisore può in questo modo partecipare agli eventi nel call center e aiutare laddove ve ne sia urgente bisogno.

L'associazione si congratula con tutti i vincitori per le loro prestazioni eccezionali!

RAPHAEL RAETZO

**SERVICE EXCELLENCE COCKPIT**

# Service Excellence Cockpit 2018

## Incremento dell'efficienza con l'automatizzazione dei processi

Con la digitalizzazione e l'automatizzazione bisogna sempre valutare in che misura l'efficienza può essere aumentata da un punto di vista End-to-End. La combinazione di tempo d'elaborazione e First Contact Resolution (FCR) è un buon indice dell'efficienza di un canale. Il grafico 1 mostra il confronto tra telefono ed email. Qui il canale telefonico ha come sempre la meglio. Con una FCR pressoché uguale, il tempo di elaborazione è di quasi due minuti più breve. Proprio perché è possibile evitare un ping-pong di email, le imprese con un alto grado di maturità all'interno del servizio clienti puntano più verso il telefono o la chat. La regola «canale d'ingresso uguale canale d'uscita» nell'era della digitalizzazione è dunque caduta

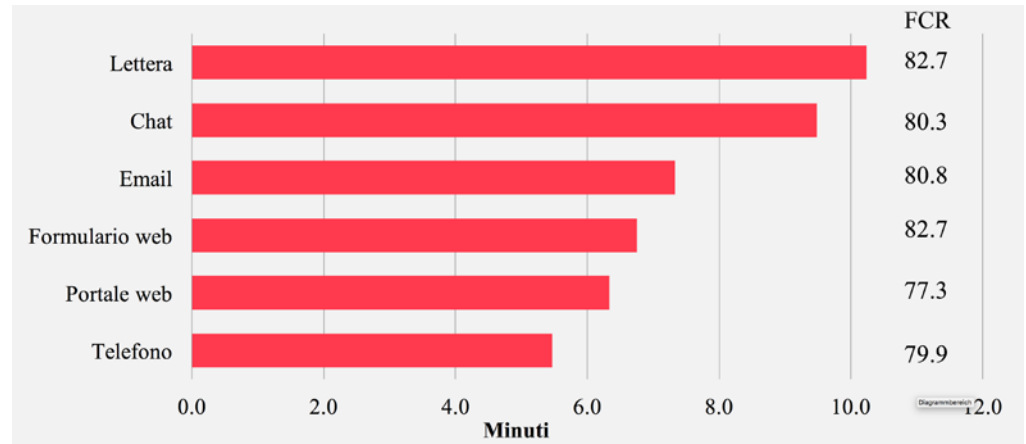


Grafico 1: tempo medio di elaborazione e First Contact Resolution

sempre più in disuso. Poiché: se dal cliente arriva una mail che il collaboratore non riesce a comprendere perché, per esempio, è formulata male, il collaboratore dovrà dunque chiamare il cliente. Infatti, la probabilità che il cliente scriva in modo più comprensibile non aumenta soltanto perché il collaboratore

gli invia una risposta tramite email.

La digitalizzazione deve quindi entrare in gioco là dove il tempo d'elaborazione può essere ridotto. All'interno della Service-Excellence-Cockpit abbiamo analizzato in quali tecnologie a supporto della comunicazione

scritta si investe. Abbiamo indagato su come vengono impiegate le risposte email automatiche, le analisi di contenuto o i moduli di testo. Considerando le tecnologie attualmente utilizzate, tuttavia esiste un grande potenziale di sviluppo, come mostra il grafico 2.

Le imprese devono riflettere, sulla base delle strutture attuali, su quali richieste dei clienti possono effettivamente essere automatizzate nel servizio, quali possono essere semplificate e quali ad esempio derivano da errori dell'azienda e dunque possono essere completamente evitate. Poiché almeno il 20% di tutti i clienti deve contattare una seconda volta il fornitore per via un'unica e sempre uguale richiesta.

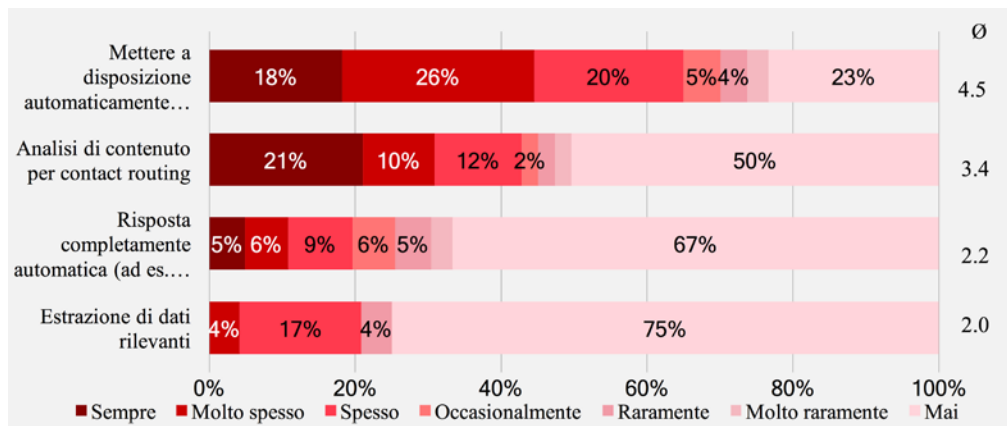


Grafico 2: supporto tecnologico alla comunicazione scritta

Gli strumenti per la digitalizzazione nel settore parlato vengono impiegati ancora poco, tuttavia la situazione potrebbe cambiare rapidamente. Ora è per esempio possibile digitalizzare e utilizzare diversi dialetti parlati. Una cassa malati cerca ad esempio così di valutare e accrescere la soddisfazione dei clienti con singoli contatti telefonici. Tutto ciò non accadeva due anni fa. Ecco che si ripresenta la do-

manda: di quali informazioni necessita l'azienda per comprendere meglio il cliente rispetto alla concorrenza? Allo stesso modo, si presentano nuove possibilità di automatizzazione per la valutazione della soddisfazione dei clienti. Certamente è più empatico che non chiedere con impazienza al cliente, dopo ogni contatto: «Ti è piaciuto? Mi consiglieresti ad altri?»

RÉMON ELSTEN

La Service Excellence Cockpit è una banca dati esaustiva di benchmarking a livello europeo per la rilevazione e la rappresentazione del KPI nella gestione del dialogo clienti. In totale 180 organizzazioni di servizio clienti registrano i propri dati. Lo strumento aiuta a rendere misurabile e confrontabile la gestione del proprio servizio clienti al fine di riconoscere il potenziale di ottimizzazione e delle misure previdenti. Maggiori informazioni sono disponibili su [www.service-excellence-cockpit.ch](http://www.service-excellence-cockpit.ch).

**FORMAZIONE**

## Supervisor: quasi più sagaci del capo

Il corso di studi «Contact Center Supervisor con attestato professionale federale» festeggia il suo decimo anniversario. Con un nuovo concept e obiettivi di apprendimento pratici, il corso di studi continua a scrivere una storia di successo anche nel suo undicesimo anno – ricca di contenuti che le imprese possono mettere in pratica. Abbiamo parlato con Peter Peterlechner, responsabile della formazione continua presso CallNet.ch, in merito ai benefici per i diplomandi, le imprese e alle nuove possibilità di sovvenzione.

**Signor Peterlechner, insieme ad Angelika Mittermüller lei ha creato il corso di studi in Contact Center Supervisor riconosciuto a livello federale. In cosa ha riposto particolare valore?**

Peter Peterlechner: il corso di studi va molto oltre la classica formazione di conduzione e copre anche temi operativi come le risorse umane, l'acquisizione di personale, la tecnologia e la pianificazione. Inoltre in questo corso, trattiamo funzioni speciali all'interno del call center, come ad esempio il Floor o Workforce Management. Tale spettro mette il supervisore in condizione di comprendere le relazioni, concretizzare i giusti temi e reagire di conseguenza laddove dei fattori di impatto esterni implicano dei cambiamenti. I quadri nella loro routine professionale necessitano di comprendere le relative tematiche.

**Sembra molto impegnativo!**

Lo è! La sfida con il percorso di studi e l'esame professionale è che un Supervisor di call center entra in contatto con così tanti temi che non è sufficiente conoscere soltanto in modo superficiale. I supervisor non devono solo saper leggere le statistiche, ma anche comprendere cosa vi è dietro e cogliere le dinamiche. A questo scopo abbiamo sviluppato un percorso di studi orientato alla prassi, che offra alle persone un valore aggiunto. Su determinati temi, i quadri sono quasi più sagaci dei loro superiori – cosa assolutamente auspicabile, poiché essi giocano un ruolo importante anche nella fase preparatoria delle decisioni.

Se questi ultimi sono in grado di interpretare correttamente le dinamiche, aiutano in larga misura a prendere la giusta decisione all'interno dell'impresa.

**A chi interessa il corso di studi?**

Da un lato ai superiori che desiderano migliorare il curriculum dei propri supervisor o responsabili di team con un diploma. Dall'altro naturalmente ai quadri stessi. Nella pianificazione della loro carriera, è importante sostenere un esame e ottenere un attestato professionale che confermi che hanno piena padronanza di determinati temi. Nelle piccole imprese spesso ai quadri manca il know-how tecnico, processuale, organizzativo ed operativo all'interno del contact center. Anche questi quadri possono iscriversi al corso di studi. Un altro target sono i diplomandi della formazione di base «Operatore per la comunicazione con la clientela». Si tratta di talenti fortemente motivati che desiderano progredire rapidamente all'interno delle aziende e che hanno compreso che un diploma può aiutarli a rilevare avvincenti compiti di conduzione.

**Quando inizia il prossimo corso di studi?**

Il corso in partenza a maggio 2018 preparerà all'esame professionale di gennaio 2019 e racchiuderà tre punti chiave: 1. Conduzione del personale, 2. Organizzazione, processi, comunicazione, marketing e 3. Tecnologia dei contact center, protezione dati e diritto, economia



*Conosce il Daily Business e le sfide del personale di conduzione nei contact center e su questa base ha sviluppato il corso di studi orientato alla prassi «Contact Center Supervisor con attestato professionale federale»: Peter Peterlechner, direttore amministrativo customer connection e responsabile della formazione continua presso CallNet.ch.*

aziendale ed economia politica. Inoltre tratteremo temi attuali e aggiusteremo il tiro sulla base degli sviluppi più attuali. In questo modo il corso di studi sarà sempre aggiornato. L'esame finale consisterà in un progetto, nel quale i quadri potranno scegliere di esporre un problema tratto dalla prassi. Il compito consisterà nell'analizzare il problema, sviluppare soluzioni e implementarle. In tale processo, saranno supportati e assistiti dai docenti. Questo output è molto interessante per le imprese.

**Cosa apprezzano particolarmente i diplomandi?**

Anche se si lamentano spesso della grande mole di lavoro, apprezzano l'ampio ventaglio di temi che spazia dalla motivazione dei collaboratori all'ottimizzazione dei processi fino a temi giuridici e alla vendita. I contenuti sono trasmessi con orientamento alla pratica; le conoscenze sono immediatamente impiegabili. Inoltre i supervisor diplomati sono molto richiesti

nel mercato del lavoro. E sono ben connessi: gli «Alumni» consentono di scambiare esperienze anche dopo la formazione.

**Perché proprio ora è un buon momento per iscriversi?**

Da un lato le richieste di personale di conduzione sono in continuo aumento. Il percorso di studi consente di padroneggiare le mansioni nel presente e nel futuro. Un altro aspetto positivo è che la Confederazione si prende carico del 50% delle spese del corso. Le sovvenzioni sono sicuramente un'ulteriore buona motivazione per tutti coloro che desiderano prepararsi ora al livello successivo.

CLAUDIA GÄBLER

**Scoprite di più sul corso di studi e le possibilità di sovvenzione su:**

<http://callnet.ch/it/formazione/supervisore-di-contact-center-con-attestato-professionale-federale-2/>

LA NOSTRA PRESA DI POSIZIONE SUL LAVORO DOMENICALE E SULLA DECISIONE SECO/TF

## Nessuna autorizzazione al lavoro domenicale = delocalizzazione all'estero

I call center necessitano di un'autorizzazione per il lavoro domenicale da parte della SECO. Nel caso di MS Direct tale autorizzazione è stata concessa per ca. 10 anni; tuttavia il rinnovo dell'autorizzazione è stato negato. Anche il Tribunale Federale ha sostenuto questa decisione. Come conseguenza ora ca. 15 posti di lavoro saranno trasferiti all'estero.

CallNet.ch non riesce a comprendere l'interpretazione delle norme nel presente caso: nonostante la legge resti immutata, l'autorizzazione per il lavoro domenicale non è più stata concessa. Decisioni del genere indeboliscono la piazza economica Svizzera. Da un lato, così

facendo – come nel presente caso – vengono esternalizzati i posti di lavoro esistenti, dall'altro nuovi agenti di mercato rifletteranno bene se investire o meno qui. Interpretazioni arbitrarie e incoerenti della legge sono veleno per l'economia.

I consumatori nel mondo digitale desiderano un servizio attivo ventiquattro ore su ventiquattro. Affinché un'azienda possa avere successo economico, deve adeguarsi alle esigenze dei clienti. Nell'era dell'eCommerce e della digitalizzazione, non autorizzare il lavoro domenicale nei singoli settori rappresenta pertanto uno svantaggio a livello competitivo per la Svizzera.

Dal punto di vista di CallNet.ch, per tali decisioni è necessario tenere conto anche delle esi-

genze dei clienti. Il cliente riceve un valore aggiunto se può chiamare la domenica? In caso di MS Direct, noi notiamo una chiara esigenza della clientela. Per questo motivo non comprendiamo questa decisione e in quanto associazione ci impegniamo per conservare e rafforzare la piazza economica Svizzera.

**RAPHAEL RAETZO**  
comitato direttivo CallNet.ch

QUESTIONI INTERNE - NEWS DALL'ASSOCIAZIONE

## La responsabilità della formazione

Gerd Oser, nel novembre 2017 lei è diventato responsabile del dipartimento di formazione dell'associazione CallNet.ch. Cosa l'ha spinto a questa carica?

La comunicazione umana è in continua crescita e il dialogo con i clienti diventa sempre più un fattore e un'esperienza chiave. In quest'ottica di crescita, io desidero offrire ai giovani collaboratori una buona formazione.

Di recente insieme a Winterthur è stato aperto un centro di formazione anche nella Svizzera orientale. Cosa significa questo ampliamento dell'offerta?

Siamo molto lieti di poter essere ora presenti anche nella più grande area economica del paese. In questo modo siamo ancora più vicini a una molteplicità di aziende che danno valore alla nostra formazione. Tale vicinanza è utile per tutti i coinvolti e speriamo collochi la formazione all'interno del radar delle imprese che forse ancora

non si sono confrontate con questo profilo professionale. Al tempo stesso, con la nuova sede è possibile rivolgerci a più giovani che vivono in questo bacino d'utenza.

**Quali sono le più grandi sfide che attendono il settore formazione di CallNet.ch?**

Un grande impegno è sicuramente consolidare questa formazione ancora recente e porla al centro dell'attenzione. Noi non ci posizioniamo in una nicchia, bensì proprio là dove la comunicazione ha luogo. Per questo motivo stiamo lavorando anche ad un fondo di formazione, di fondamentale sostegno per il nostro lavoro di formazione. Vogliamo dunque sviluppare offerte più specifiche (ulteriori moduli e opzioni) per preparare ancora meglio i futuri esperti al mercato del lavoro.

**Molte grazie per il colloquio!**



Gerd Oser ha oltre 20 anni di esperienza di conduzione nella gestione di vendita e contatto clienti. Da più di 10 anni è impegnato come docente di vendita e conduzione nella formazione dei quadri.

ANNIVERSARIO

# 10 anni di Golden Headset Awards



## 10 GOLDEN HEADSET Jahre AWARDS 2018

In cooperazione con il Contact Management Magazine, CallNet.ch ha organizzato la decima edizione della Golden Headset Awards Night. I candidati e gli organizzatori di un'esperienza di servizio positiva si riuniranno il 27 novembre 2018 al Miller's di Zurigo per festeggiare i campioni del servizio.

### Golden Headset Awards 2018 – Iscrivetevi ora e vincete!

In occasione della Golden Headset Awards Night, i migliori contact center della Svizzera saranno premiati con il Golden Headset Award. Candidatevi nelle categorie Innovazione, Customer Focus, Employee Focus, Small &

Beautiful o Best Partnership e festeggiate il vostro successo insieme al vostro team. Il termine di candidatura è il 30 aprile 2018. Partecipare è semplice, veloce e gratuito, l'esperienza di essere premiati invece è impagabile. Partecipate ora e vincete: [www.cmm-magazine.ch/award](http://www.cmm-magazine.ch/award)

### Sponsor Golden Headset Awards 2017

