

PROGETTO FORMATIVO CONTACT CENTER

Una nuova cultura del cliente

22/10/2018

Posteitaliane

RUO/Corporate University

OBIETTIVI E TARGET

IL CONTESTO



Customer Satisfaction: la qualità dei prodotti e dei servizi di un'azienda si misura sulla capacità di comprendere i bisogni della Clientela.

La Customer Satisfaction passa necessariamente attraverso un efficace ed efficiente **servizio di Assistenza Clienti**.



Poste Italiane, in questo senso, ha raccolto la sfida.

Una recente **riorganizzazione della funzione di Servizi Assistenza Clienti** ha posto le basi per avviare un **cambiamento culturale**, che diffonda un **approccio distintivo e innovativo** nella relazione con il cliente, tenendo conto della complessità organizzativa interna e delle esigenze di diversificazione legate ai canali di contatto.



Il progetto formativo è capillare, coinvolge **tutte le risorse della funzione** (ca. 2.000), con percorsi modulari e differenziati per ruolo e figura professionale

IL BISOGNO

COINVOLGIMENTO

Ingaggiare tutte le risorse e i ruoli fin da subito, compresi gli operatori

Stimolare le risorse ad acquisire l'approccio distintivo e innovativo della funzione di Assistenza Clienti

MOTIVAZIONE

TEAM

Favorire un processo di organizzazione del lavoro per team all'interno dei diversi siti

Favorire lo sviluppo di competenze per elevare il livello qualitativo del servizio offerto

COMPETENZE

LA SOLUZIONE

Il percorso dovrà permettere alle figure professionali di Assistenza Clienti coinvolte di:

- 1 Comprendere le caratteristiche dello **scenario di trasformazione** dell'Assistenza Clienti di Poste Italiane
- 2 Valorizzare **gli skill e le attitudini individuali** di ciascuna risorsa
- 3 Contribuire all'attuazione del **nuovo modello di Assistenza Clienti** dai diversi canali di contatto
- 4 **Rafforzare competenze comportamentali specifiche** (phone skills, troubleshooting, ascolto attivo, tutoring, coaching, proattività ecc.)
- 5 Acquisire **strumenti per sostenere lo sviluppo della nuova Assistenza Clienti**

OBIETTIVI PER FIGURA PROFESSIONALE

TARGET – CLUSTER	OBIETTIVO
 Responsabili di sito  Referenti di servizio	Portare a bordo sin da subito le persone per favorire il change della cultura su ampia scala, partendo dai ruoli di coordinamento e direzione
Ruolo chiave  Tutor Formatori	Guidare il piano di cambiamento all'interno dei siti di Assistenza Clienti. I Tutor saranno ambasciatori e co-facilitatori dell'intero progetto, andando ad erogare, dopo un adeguato training, la formazione alle altre figure coinvolte nel processo: Referenti di servizio, Tutor, Operatori, Personale di Staff
 Tutor  Staff  Operator/Specialisti 2° liv.	Comprendere il valore della nuova cultura e attuare i comportamenti attesi, in modo da agirli quotidianamente e con un alto livello di consapevolezza

FOCUS TUTOR FORMATORI

Il tutor formatore ricopre un ruolo chiave, sia nel progetto formativo che in una visione prospettica:

Nell'ambito del progetto:

Sarà **ambasciatore e co-facilitatore**, andando ad garantire la sostenibilità dell'intervento formativo, ed erogando, dopo un adeguato training, la formazione alle altre figure coinvolte nel processo.

All'interno della funzione:

si occuperà delle attività didattiche finalizzate all'aggiornamento delle conoscenze e delle competenze connesse all'assistenza. Effettuerà affiancamenti strutturati attivi/passivi fornendo feed back puntuali, pianificando le necessarie azioni formative individuali.



L'evoluzione della figura del tutor formatore sarà assicurata da un percorso di training specifico:

«Una nuova cultura del cliente»: 6 GIORNATE

PERCORSO FACULTY AD HOC: il percorso, volto a qualificare le competenze afferenti alle attività didattiche, certifica le conoscenze e abilità definite per il profilo dei trainer, attraverso l'alternanza tra autoapprendimento (in Flipped classroom) e attività in aula

METODOLOGIE E STRUMENTI

LE METODOLOGIE



Piattaforma Employee Engagement/Self-Training:

Contenuti di microlearning che saranno all'interno della piattaforma on line di Employee Engagement (la piattaforma esterna sarà in uso per il periodo di circa 4 mesi stimato per il completamento del progetto)



Face-To-Face:

Evento (2019):

è l'incontro che prevede il coinvolgimento di tutte le risorse che partecipano all'iniziativa formativa, e consente di «portarle a bordo».

Ha lo scopo di informare, ma soprattutto **motivare i partecipanti**, definendo **gli obiettivi del progetto** e i risultati attesi, **chiarendo eventuali dubbi**, indicando le tempistiche.

Training:

i «training» sono sessioni di aula normalmente gestite da un docente ogni 16 partecipanti.

Sono caratterizzati da metodologie e tipologie di elementi formativi differenti (sessioni teoriche, progetti esperienziali ecc.) e da un elevato livello di interattività (esercitazioni, role play...)

FOCUS PIATTAFORMA EMPLOYEE ENGAGEMENT/SELF-TRAINING 1/2



La piattaforma (esterna) è un ambiente web, user-friendly, a disposizione per la durata del progetto, accessibile da parte di tutti gli operatori.



Consente la fruizione di **contenuti formativi** e lo svolgimento delle attività in maniera responsive, intuitiva e altamente ingaggiante.



Viene fruita non per dovere ma grazie a un meccanismo **motivazionale** che porta l'utente a far propri gli obiettivi del gioco.

CARATTERISTICHE DEL SISTEMA

Feedback continuo

Il sistema fornisce report sui livelli di conoscenza e sul livello di utilizzo della piattaforma. Ciò consente di verificare la curva d'apprendimento, e confrontare i risultati di diversi gruppi di dipendenti.

Gamification

La gamification motiva i dipendenti a impegnarsi in comportamenti desiderati. Applicando la gamification si crea un approccio nuovo e semplice: i dipendenti accedono a un brain training giocando, e in tal modo sviluppano soft skills e acquisiscono nozioni utili alla propria formazione.

Apprendimento mobile

L'apprendimento mobile è un grandissimo vantaggio, permettendo agli utenti di interagire col sistema da qualunque luogo, fuori dall'orario lavorativo, tramite il proprio smartphone o tablet.

Repetitive learning & Rewarding

Se presentata ripetutamente nel tempo, la conoscenza viene meglio conservata a lungo termine. Gli utenti sono motivati a utilizzare il sistema attraverso un **meccanismo di rewarding** che stimola sia la natura competitiva dei dipendenti sia quella cooperativa (grazie alla divisione in team).

FOCUS PIATTAFORMA EMPLOYEE ENGAGEMENT/SELF-TRAINING 2/2

Apprendendo i contenuti del learning module e svolgendo le attività dell'activity module, l'utente acquisirà punteggio sotto forma di stelle e monete spendibili nel gioco (virtualmente) per ottenere, al termine del gioco, premi reali:

Step 1 . OGGETTI VIRTUALI

Il viaggio da una «learning station» alla successiva richiede una certa quantità di tempo: per superare gli ostacoli, gli utenti possono spendere i punti guadagnati (stelle e monete) per comprare oggetti extra, co-piloti o astronavi che accelerino il viaggio.



Step 2. PREMI REALI

A completamento del gioco, si prevedono premi simbolici, che saranno consegnati in occasione dell'evento di Kick off. Di seguito un elenco esemplificativo:



- Chiavetta USB
- Pedometro smart watch
- Obiettivo fish-eye per smartphone
- Borraccia sportiva
- Splitter musica per smartphone
- Giornata presso la sede centrale a Roma
- Visita al museo delle Poste e Telecomunicazioni
- Corso di inglese

Elenco in fase di consolidamento

L'ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO

Target	Attività	Obiettivo	Durata
18 Tutor Formatori	Training: Essere coach e formatori per il cambiamento (2 moduli)	Sviluppo competenze di coaching/formazione - Facilitare e supportare il cambiamento; fornire strumenti utili alla gestione delle dinamiche lavorative e relazionali; abilitare i Tutor all'erogazione delle iniziative formative; fornire competenze caring e Commerciali ; fornire competenze di supporto e coaching nel day by day verso le figure del sito. <i>Con questa iniziativa, oltre a formarli nel loro «nuovo» ruolo, avremo modo di trasmettere alcune competenze necessarie per erogare le successive attività</i>	6 giornate
Circa 1.000 risorse *	Evento «La nuova cultura del cliente»	Lancio della nuova cultura: Il cliente in uno scenario 4.0. Le figure chiave e il nuovo modello di servizio nello scenario 4.0 Avvio coinvolgimento ed ascolto di tutti <i>A partire da questo evento i Tutor Formatori saranno ambasciatori e co-facilitatori dell'intero progetto</i>	1 giornata
19 Resp. di Sito	Training: Competenze Manageriali e di leadership per Responsabili di sito	Sviluppo competenze manageriali e di leadership – Inquadramento del ruolo del resp. di Sito nel nuovo modello di servizio Poste Italiane. Gestione People&Performances: facilitare il cambiamento il goal setting, il monitoraggio delle prestazioni	2 giornate
25 Ref. Di Servizio	Training: Competenze di comunicazione, distintività di prodotto/servizio Poste per Ref. Servizio	Sviluppo competenze di comunicazione - Inquadramento del ruolo del ref. di Serv. nel nuovo modello di servizio Poste Italiane. Gestione People&Performances: facilitare il cambiamento, il goal setting, il monitoraggio delle prestazioni con focus su one-to-one.. Comunicare il valore dei prodotti/servizi Poste.	2 giornate
1..800 ca. Operatori	Training: Competenze di caring e commerciali Operatori	Sviluppo competenze di Assistenza Clienti e consapevolezza di prodotto/servizio – Relazione con il cliente, dimensioni del valore e influenza sulla qualità percepita del servizio. <u>Saranno i Tutor Formatori ad erogare il training.</u>	TBD
150 staff	Training: Competenze di caring e commerciali per Staff	Sviluppo competenze di customer care e consapevolezza di prodotto/servizio – Relazione con il cliente, dimensioni del valore e influenza sulla qualità percepita del servizio	2 giornate
120 Tutor	Training: Competenze per Tutor	Sviluppo competenze di comunicazione, customer care e consapevolezza di prodotto/servizio - Inquadramento del ruolo nel nuovo modello di servizio Poste Italiane. Gestione People&Performances: facilitare il cambiamento il goal setting, il monitoraggio delle prestazioni con focus su one-to-one.. Comunicare il valore dei prodotti/servizi Poste. Relazione con il cliente, dimensioni del valore e influenza sulla qualità percepita del servizio	

* Il numero delle risorse coinvolte nell'evento di kick off tiene conto di esigenze di carattere organizzativo, legate anche all'operatività dei siti