

# CONNETTERE LA COMUNITÀ, CREARE NETWORK, **POTENZIARE LE COMPETENZE**



CON QUESTI OBIETTIVI È STATA COSTITUITA CALLNET.CH, RETE COLLABORATIVA E INCLUSIVA DI PROFESSIONISTI DEL SERVIZIO ALLA CLIENTELA, CHE NE VALORIZZA LE SPECIFICITÀ LINGUISTICHE E CULTURALI. CE LA PRESENTANO **JONATHAN SALA**, HEAD CSC SVIZZERA ITALIANA RAIFFEISEN, MEMBRO CDA CALLNET.CH E HEAD GRUPPO DI LAVORO SVIZZERA ITALIANA; **GIOVANNI CAVUOTI**, RESPONSABILE CONSULENZA DIRECT BANKING BPS; **NICOLE VERGA FISCHLI**, HEAD OF SERVICE & SUPPORT LUGANO CORNERCARD.

**P**artiamo da una necessaria premessa: cos'è Callnet.ch e come si è arrivati alla sua costituzione?

**JONATHAN SALA:** «Callnet.ch - Swiss Contact Center Association è stata creata nel 1997 con lo scopo di favorire uno scambio di tecnologie e metodi riguardanti tutto ciò che ruota intorno al mondo del Servizio alla Clientela. La nostra missione è quella di connettere le persone, creare opportunità di crescita e sviluppo professionale. Attraverso la connessione delle persone e la formazione mirata, puntiamo a potenziare le competenze dei nostri membri, elevando gli standard qualitativi e promuovendo

l'eccellenza operativa ai diversi livelli. Mediante l'organizzazione di eventi, formazioni specializzate e iniziative collaborative, perseguiamo l'obiettivo di costruire una comunità attiva e solidale di professionisti favorendo la condivisione delle conoscenze, la protezione dei dati e dei consumatori, il miglioramento continuo e l'innovazione nel settore, promuovendo pratiche etiche e sostenibili che mettano al centro le persone, sia all'interno che all'esterno delle nostre organizzazioni».

**Come è organizzata Callnet.ch a livello svizzero e quali aziende vi aderiscono?**

**JONATHAN SALA:** «La nostra origine è nella Svizzera tedesca ed è infatti quella la regione dove si registra il maggior numero di adesioni. Callnet.ch ha sempre operato nelle regioni; i nuovi gruppi di lavoro, come quello della Svizzera Italiana, sono stati creati con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la presenza sul territorio. Il nostro ruolo di connettori tra le esigenze da un lato delle società che ai vari livelli sono comunque impegnate nella gestione di una clientela e dall'altro di chi produce i tools necessari all'erogazione di tali servizi, determina il fatto che alla nostra associazione ade-

riscano praticamente tutti gli operatori professionali del settore e che vi sia rappresentato ogni comparto produttivo, commerciale, dei servizi e dell'amministrazione pubblica».

**I servizi al cliente sono oggi chiamati a confrontarsi con una trasformazione tecnologica che accanto a indubbi vantaggi rischia anche di creare confusione e disorientamento...**

**JONATHAN SALA:** «È questo senza dubbio un punto fondamentale. Il problema è proprio quello di riuscire ad offrire al cliente una gamma completa di servizi all'interno della quale sia possibile scegliere la modalità di contatto che meglio corrisponde alle sue aspettative, dall'utilizzo delle tecnologie più innovative al ricorso alle forme più tradizionali di rapporto interpersonale. Multicanalità, riduzione dei tempi d'attesa, personalizzazione delle risposte, orientamento ed interazione con l'azienda sono tutti valori dai quali non più possibile prescindere e da cui dipende, in ultima analisi, la qualità e il gradimento del contatto e del servizio al cliente».

**In che modo l'AI può essere utilizzata per migliorare le prestazioni dei Contact Center?**

**NICOLE VERGA FISCHLI:** «Attraverso chatbot e voicebot intelligenti, è possibile automatizzare le interazioni di primo livello, come lo screening delle chiamate e rispettivamente la categorizzazione e l'indirizzamento verso i consulenti corretti e specializzati questo riduce i tempi di attesa e alleggerisce il carico di lavoro dei consulenti. Questo consente di ottimizzare l'efficienza operativa, permettendo ai consulenti di concentrarsi su richieste più complesse e di maggior

valore potendo così dare una migliore consulenza ai clienti. Inoltre, l'AI supporta i consulenti in tempo reale, suggerendo risposte pertinenti e fornendo un accesso immediato alle informazioni necessarie, migliorando così sia la velocità che la precisione delle risposte. L'Intelligenza Artificiale contribuisce a migliorare l'efficienza dei processi, rendendo l'intero sistema più agile e aumentandone la qualità, sia per i clienti che per i consulenti. In questo contesto, il Contact Center si trasforma da un semplice centro di costo a un canale strategico, il quale avendo la visione a 360° del cliente risulta fondamentale per costruire relazioni durature e di valore. Sebbene affidare compiti all'automazione possa sembrare una scelta delicata, le aziende che adottano rapidamente queste soluzioni registrano, con ogni probabilità, un miglioramento significativo della produttività e della soddisfazione della clientela. Da non dimenticare inoltre le potenzialità degli strumenti di AI per generare al termine della conversazione trascrizione delle chiamate e report di attività da svolgere nonché una statistica precisa sulle chiamate e sul tasso di soddisfazione della clientela. Non bisogna inoltre dimenticare che sistemi evoluti sono anche in grado di percepire il tono della voce del cliente e determinare il grado di soddisfazione in maniera del tutto autonoma. Possiamo inoltre pensare a sistemi di traduzione in tempo reale i quali possono migliorare la comunicazione con la clientela eliminando le barriere linguistiche».

**L'AI può avere un forte impatto anche per quanto riguarda la formazione del personale?**

**NICOLE VERGA FISCHLI:** «Assolutamente sì. Attraverso scenari e simulazioni virtuali, i responsabili possono sviluppare programmi di formazione più efficaci e coinvolgenti. Gli assistenti virtuali possono supportare inoltre i consulenti durante le interazioni con i clienti, fornendo in tempo reale informazioni utili e suggerimenti nel dare risposte più appropriate o per proporre anche nuovi prodotti. In questa maniera si può ridurre il tempo di formazione del team e aumentare le sue performance. L'AI può anche fungere da assistente alla conoscenza fornendo appunto risposte contestuali e aggiornate durante la chiamata con il duplice risultato di formare il consulente e di migliorare la qualità del servizio».

**Quali altri vantaggi possono derivare ad un'azienda dalla propria adesione a Callanet.ch?**

**GIOVANNI CAVUOTI:** «Vorrei sottolineare il fatto che per una regione di limitate dimensioni qual è il Ticino riveste una particolare importanza l'opportunità che Callanet.ch offre di condividere esperienze, creando le condizioni per costituire una vera e propria community al cui interno le attività di networking costituiscono un autentico valore aggiunto. In questa prospettiva, dopo l'evento tenutosi a Lugano nello scorso marzo, organizzeremo già nei prossimi mesi ulteriori occasioni di incontro incentrati su tematiche di grande interesse come la formazione e la customer experience». 