

CASE HISTORIES

Customer service



MERCURIO MISURA



« Non possiamo pretendere che le cose cambino
se continuiamo a fare le stesse cose »

Albert Einstein

CUSTOMER SERVICE da oltre 10 anni per tutti i servizi B2C



**folletto
bimby**

OBIETTIVI

- **Risolvere** ogni problema tecnico, amministrativo, relazionale di ogni cliente
- **Fidelizzare i clienti**, trasmettendo un'immagine di servizio impeccabile
- Realizzare **vendite** supplementari o complementari
- **Favorire** il processo di vendita

RISULTATI

- Gestione di 30.000 chiamate/mese con oltre il 95% di livello di soddisfazione del cliente
- **Oltre 93%** di chiamate accolte di cui il **70%** entro il minuto
- **Oltre il 90%** delle pratiche gestite in primo livello



GESTIONE NUMERO VERDE

dedicato al servizio consumatori



OBIETTIVI

- **Accogliere il cliente** e gestire eventuali insoddisfazioni
- **Offrire** informazioni e consigli sull'uso e reperibilità dei prodotti
- **Raccogliere** informazioni utili per successive azioni di marketing
- **Assistere e supportare** le iniziative di lancio e fidelity

RISULTATI

Aumento della soddisfazione e fedeltà all'insegna



MARKETING E SUPPORTO ALLE VENDITE

per costruttori immobiliari



OBIETTIVI

- **Accogliere** le richieste di informazioni da tutti i canali attivati (social, pubblicità, mailing, volantini)
- Qualificare e **profilare** ogni cliente, selezionando quelli **'buoni'** per quella iniziativa
- Mostrare i **vantaggi e le novità** del progetto immobiliare
- **Trasformare** ogni 'profilo valido' in un appuntamento con il commerciale
- **Supportare** le attività di vendita con azioni di marketing diretto (telefono + web)

RISULTATI

- Oltre il **50%** dei contatti diventano appuntamenti qualificati
- Il **25%** di chi chiede informazioni si reca comunque all'info point
- Raccolta di informazioni utili per le future iniziative immobiliari
- Costruzione di un data base relazionale aggiornato quotidianamente

CUSTOMER CARE POST VENDITA per costruttori immobiliari



OBIETTIVI

- **Accogliere** le richieste e le esigenze dei clienti acquisiti
- Mettere in comunicazione i clienti coi professionisti coinvolti nel progetto edilizio: architetti, consulenti d'arredo, progettisti, commerciali di riferimento
- Aggiornare sullo stato avanzamento lavori
- **Gestire** eventuali criticità
- **Supportare** le attività di comunicazione diretta (gestione appuntamenti, convocazioni, etc.)

METODO

- Creazione linea e team dedicato
- Formazione e aggiornamento continuo del team

RISULTATI

- 95% di livello di servizio
- Risoluzione in tempo reale delle esigenze dei clienti

CUSTOMER SERVICE

per Farmacie, Grossisti e Ospedali

OBIETTIVI

- **Accoglienza e gestione delle chiamate** provenienti da Farmacie, Grossisti, Ospedali.
- **Gestione delle informazioni** relative alla policy commerciale e al monitoraggio (attività outbound) dello stock-out.
- **Interfaccia quotidiana** con il cliente e con i magazzini responsabili della logistica.
- **Coordinamento** con il Global Center Service per la gestione dell'order processing.
- Attività inbound e outbound relativa al **servizio SOS Pazienti** (in caso di temporanea indisponibilità di prodotti su uno specifico territorio) e gestione degli ordini urgenti richiesti dalle farmacie.
- **Aggiornamento Database Clienti** e gestione anagrafiche, inserimento e tracciamento ordini, gestione richieste di reso, gestione complaint su servizi e prodotti, aggiornamento archivi digitali.
- **Utilizzo dei software gestionali del cliente:** In Contact, SAP, SharePoint, CNN Launch Tool, Depository Complaint.

	FASE	KPI
1°	Chiamata utente	tempo medio di attesa della risposta
2°	Problem determination (apertura ticket)	definizione del problema
3°	First contact ticket resolution	N° ticket risolti
4°	Ticket resolution	tempo medio soluzione
5°	Inserimento Ordine SAP	tempo medio inserimento (compresa creazione cliente)

I parametri 3° e 4° sono applicati solo per i ticket di competenza del contact center

Ticket di competenza contact center
Richieste apertura nuovi clienti
Inserimento ordini Emergenza
tracking ordini emergenza
gestione reclami di servizio
informazioni listino
informazioni su prodotti / servizi
richieste legate a condizioni commerciali

RISULTATI

Incremento e raggiungimento di tutti i KPI.

GESTIONE PSP (Patient Support Program)

PROBLEMA

La diagnosi tumorale implica che l'oncologo richieda un test di diagnostica molecolare; tale test richiede il prelievo di un tessuto effettuato da un anatomo-patologo, tramite un laboratorio specializzato.

Per il medico e per il paziente seguire quest'iter richiede tempo e spostamenti.

SOLUZIONE MERCURIO MISURA

Il sistema "Onco-Tele-Web" gestito da Mercurio Misura per sette anni ha permesso un'immediata interazione fra PAZIENTI, MEDICI e LABORATORIO risolvendo problemi di comunicazione e logistica. Mercurio Misura ha gestito la piattaforma informatica di comunicazione tra gli attori suddetti, sviluppata dall'azienda, e monitorando tutti i passaggi di comunicazione.

RISULTATI

945 patologi (di cui 745 analisti patologi), 1027 oncologi e 31 laboratori di biologia molecolare si sono iscritti al sistema.