

Piksel Selfcare

Il customer journey efficace

1. Descrizione della problematica e del bisogno del cliente

Obiettivo: H3G ha espresso nel 2016 la necessità di ripensare la piattaforma di selfcare disegnando uno strumento in grado di seguire ed anticipare lo stato e i bisogni di ciascun cliente.

Una trasformazione digitale di tutti i processi di interazione con il cliente con l'obiettivo di:

- Incremento della call deflection
- Riduzione del churn
- Valorizzazione della customer base attraverso azioni mirate di up-selling e cross-selling
- Gestione in modalità self di tutte le situazioni di collection utente (eventi negativi)
- Riduzione del time-to-market e dei costi di gestione ed evoluzione della piattaforma.

La soluzione proposta:

“From a Self Care Platform to a comprehensive Customer Journey”: con questo motto Pikel ha trasformato la piattaforma selfcare di H3G tramite MOSAIC.

MOSAIC è un'innovativa User Experience che ritroverà in ciascun touch points tutti i servizi e le informazioni per lui rilevanti, proposte con quel mix che meglio profila lo specifico cliente, nella modalità che meglio interpreta il device in uso, e in modo contestualizzato rispetto al momento che l'utente sta vivendo.

La nuova area clienti 3 implementa un set completo di funzionalità rappresentando il nuovo riferimento per tutte le applicazioni di caring:

- APP con **nuova Home** in stile Mosaico
- indirizzare ciascun utente con un mix perfetto di funzionalità e contenuti dove **caring** utente e vendite coesistono e vengono apprezzate
- **Smart Alerting**: consente di raggiungere ciascun utente con un messaggio personalizzato in corrispondenza di particolari momenti del suo ciclo di vita (on boarding, retention, collection, ...)
- **Troubleshooting**: accompagna l'utente nella risoluzione dei principali motivi di contatto, fornendo tutte le opzioni migliori per la risoluzione di ciascun problema.
- **Click To Call**: sarà l'operatore che, nel rispetto delle disponibilità dell'utente provvederà ad effettuare la chiamata.
- **Charges Details**: l'utente potrà accedere in real time ai propri consumi avendo sempre sotto controllo le proprie spese.
- **Visual IVR**: il contact center potrà “educare” il cliente all'uso della app tramite l'invio specifici messaggi SMS contenenti il link alla sezione della app opportuna.
- **MutiSIM**: avere sotto controllo tutte le SIM al lui intestate.
- **UpSelling & CrossSelling**: offerte sulla base preferenze singolo.

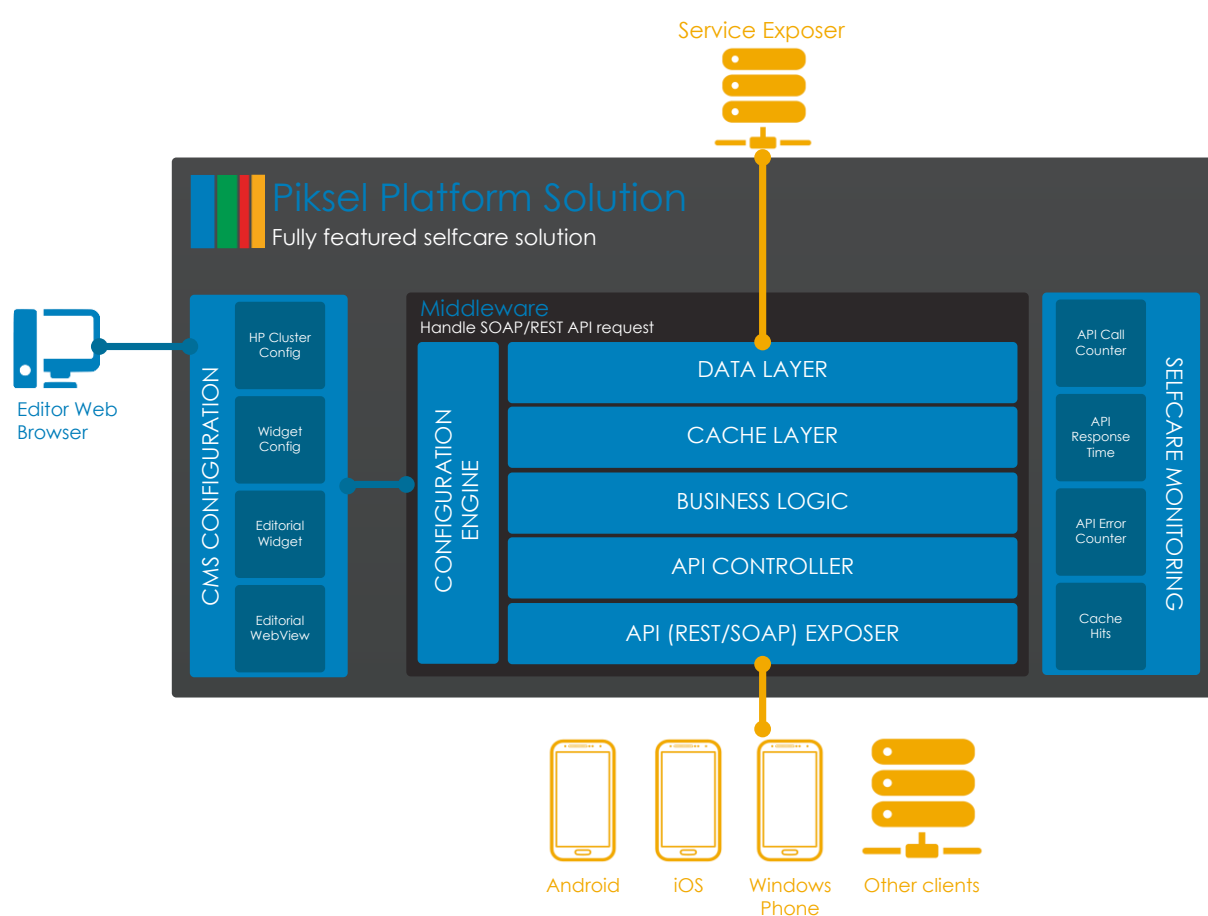


2. Descrizione della Soluzione Tecnologica

La Píksel Platform è una soluzione **modulare, scalabile, performante** in alta affidabilità e sviluppata con **tecnologie open-source**. Le sue caratteristiche principali sono :

- **Configurabile** : creazione e modifica dei contenuti e layout tramite CMS
- **Personalizzabile** : UX differenziata a seconda di cluster definiti editorialmente
- **Integrabile**: Integrazione di nuovi canali e/o servizi tramite uso di API Rest e Soap
- **Transparent caching** : UX e prestazioni ottimizzate grazie al layer di cache dedicato

Di seguito architettura di alto livello



3. Descrizione del progetto di implementazione

Obiettivi

Realizzazione di una soluzione di selfcare per una Telco basata sui seguenti 4 cardini:

- **Per tutti:** soluzione per i clienti ed i prospect
- **Sempre attiva:** pronta a supportare il cliente in ogni evenienza

- **Dinamica:** in grado di cambiare con il ciclo di vita del cliente
- **Multicanale:** offrire canali digitali diversi ai clienti per soddisfare ogni esigenza

Complessità

Le complessità affrontate nel progetto si possono classificare in 3 categorie:

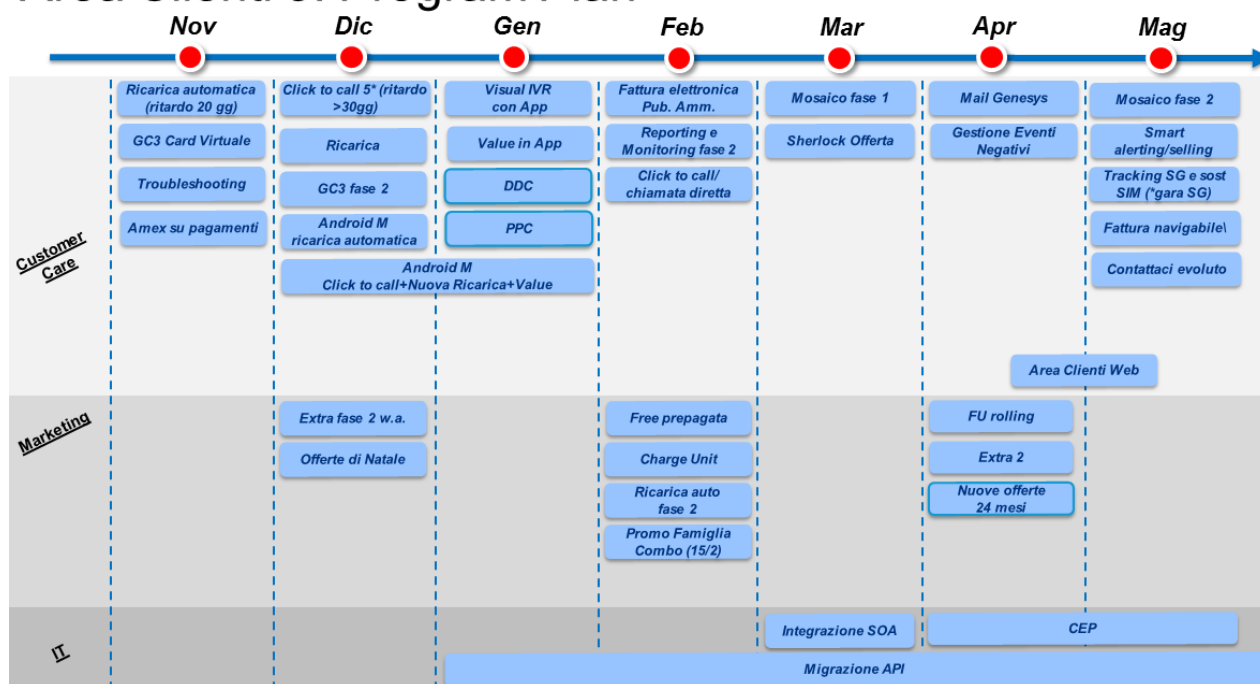
- **Variabilità:** il cliente necessita di analisi di molteplici iniziative, che devono essere valutate, analizzate, stimate e pianificate in un piano di lavoro dinamico.
- **Stabilità:** Garantire una soluzione stabile e future-proof per ogni iniziativa ma con una visione globale della soluzione
- **Affidabilità:** tempi certi nella realizzazione delle soluzioni richieste, produzione di software di qualità

Tempi

Il programma è durato due anni.

Di seguito un esempio di Program Plan per il periodo Novembre 2016-Maggio 2017 che ha previsto la contemporaneità di diversi ambiti (customer care, marketing e IT)

Area Clienti 3: Program Plan



Aspetti Organizzativi

Il team si suddivide in 5 sezioni con oltre 20 risorse coinvolte:

- Analisi & Project Management:
- Progettazione ed Architetture:
- Sviluppo:
- Qualità:
- Operations & Application Maintenance

Costi

I costi si classificano principalmente in:

- **Costi del personale:** comprende il team dedicato sia su operation & mantainance che sulla parte applicativa
- **Costi di infrastruttura:** uso, set -up e gestione del datacenter

4. Descrizione dei benefici raggiunti dall'azienda utente

Per facilità di esposizione li raggruppiamo in 3 macro categorie di benefici:

1. Significativa riduzione costi. Questo aspetto impatta specificatamente sulla voce definita "call deflection" ovvero la diminuzione sostanziale di numero di accessi al call center. La telefonata viene sostituita dall'uso dell'APP che diventa più veloce, più user-friendly e più efficace. Si stima che il cliente abbia ridotto di oltre il 30% i costi di call center.
2. Aumento customer satisfaction/engagement customer based. L'uso della piattaforma Selfcare ha permesso di ottenere questo beneficio attraverso alcuni importanti indicatori quali la diminuzione del churn e l'aumento dell'ARPU su singoli cluster di clienti.
3. Incremento vendite in modalità upselling. Grazie alla maggiore conoscenza del singolo cliente è stato possibile incrementare di oltre il 100% il fatturato dovuto all'upselling di servizi sulla customer based. Stanno aumentando in modo consistente



le vendite di ricariche tramite la piattaforma Selfcare e l'APP. I ricavi "mobile" sono ricavi a più alta marginalità.

5. Descrizione degli elementi innovativi della soluzione

Gli elementi di innovazione e originalità della soluzione sono già ampiamente descritti. Si tratta di un mix di tecnologia digitale applicata ai sistemi di business con l'obiettivo di rendere reale il paradigma di "customer journey" legandola all'aumento della soddisfazione dell'utente finale e quindi della crescita dell'ARPU e dei ricavi.

