



DIGITAL 360 AWARD – 2017 EDITION

Next Generation Data Center

AGATHA:

Negli ultimi due anni abbiamo lanciato il programma "We CARE" con l'obiettivo di mettere sempre il cliente al centro e garantire un'esperienza di servizio eccellente. Impostare una relazione di fiducia con la clientela è da sempre uno dei pilastri della nostra strategia, con "We CARE" si è voluto fare un passo ulteriore per creare valore per il cliente mettendo in campo azioni concrete nell'ambito di quattro pilastri: connettività, trasparenza, riconoscimento della fedeltà del cliente e assistenza.

L'ultimo pilastro contiene iniziative focalizzate sull'accessibilità ed efficacia del servizio clienti per offrire un eccellente livello di assistenza e la risoluzione delle problematiche dei clienti già al primo contatto. Per raggiungere questi obiettivi è necessario far evolvere continuamente i modelli di servizio dei competence center e fornire loro strumenti di gestione e supporto che si appoggiano su tecnologie sempre all'avanguardia.

In questo tracciato si inserisce Agatha, un'innovativa piattaforma di front-end e raccolta delle informazioni sui nostri clienti lanciato quest'anno da Vodafone Italia in tutti i competence center. L'obiettivo e il grande vantaggio di Agatha è rendere più semplice ed efficace la gestione del cliente: l'investimento su questo progetto e la sua recente introduzione nei nostri competence center testimoniano quanto crediamo come azienda nella centralità del cliente e della sua storia.

L'innovazione di Agatha non è racchiusa solo nella soluzione realizzata, ma anche nel modo in cui è stata disegnata e progettata. L'iniziativa è stata portata avanti con un nuovo modo di lavorare agile e un approccio di fast prototyping, garantendo un'evoluzione continua del progetto in realizzazione. Per questo siamo partiti da chi deve gestire tutti i giorni il cliente e dai principali motivi di chiamata. Con l'obiettivo non solo di innovare gli strumenti di gestione ma di promuovere un cambiamento culturale all'interno dei nostri competence center sia in che out e di favorire l'ingaggio e lo sfruttamento della soluzione, abbiamo coinvolto i nostri consulenti dall'inizio e in tutte le fasi dello sviluppo di Agatha con un approccio di co-design.

Siamo quindi partiti da chi avrebbe utilizzato lo strumento tutti i giorni nella gestione e raccolto i loro feedback e spunti tramite survey, focus group mirati, visite in loco e workshops.

Abbiamo riscontrato due necessità principali: da un lato di avere sistemi più semplici da utilizzare, intuitivi e precisi, dall'altro, di facilitare la comprensione fra il cliente ed il consulente, fornendo non solo le giuste informazioni per rispondere alle richieste, ma anche delle viste unificate fra gli strumenti interni e quelli che i clienti utilizzano quotidianamente per interagire con l'azienda, come l'app My Vodafone o il sito web. Da queste esigenze e dall'obiettivo di miglioramento continuo nasce il progetto Agatha, una nuovissima experience per i consulenti dei nostri competence center.

La realizzazione del progetto ha visto il coinvolgimento di molti dipartimenti interni diversi ed il co-design con i consulenti di 11 competence center, di cui 120 eletti ambassador e direttamente coinvolti nel design della user experience. La formazione dei 6000 consulenti impattati è avvenuta in



sole 4 settimane, grazie a dei moduli di e-learning e sessioni d'aula. Agatha è un chiaro segnale di quanto l'azienda creda nel miglioramento tecnologico in ambito customer operations per offrire ai nostri clienti la miglior esperienza di customer care.

L'innovativa interfaccia di Agatha semplifica la ricerca delle informazioni relative al cliente, prima distribuite su più interfacce articolate in diversi layer. La nuova vista, unificata e compatta, fornisce in un'unica schermata tutte informazioni utili per gestire l'80% delle richieste dei nostri clienti. A livello architetturale i dati relativi ai nostri clienti sono presenti su più di 20 sistemi software differenti. La soluzione tecnologica scelta è stata quella di creare un nuovo motore che aggrega tutti questi dati e che funge da unico punto di accesso e distribuzione delle informazioni per tutti i nostri canali, inclusi app e sito web, garantendo la consistenza e l'unicità delle informazioni relative ai nostri clienti.

Grazie ad Agatha i consulenti possono accedere alle informazioni del cliente ancora prima di entrare in conversazione. Grazie all'introduzione di un sistema di widget il layout di Agatha è configurabile in funzione dei segmenti e dei modelli di servizio: le pagine sono quindi personalizzabili in base alle specificità del singolo cliente e del singolo competence center, garantendo la migliore user e customer experience.

Nel momento in cui il consulente riceve una chiamata quindi Agatha riesce a fornirgli in una sola pagina tutti i dati relative al cliente e alla sua storia: le interazioni su tutti i nostri touchpoint, i motivi per cui ci ha contattati, la sue spese e il controllo della sua offerta in una specifica sezione "Costi e traffico", i prodotti e le campagne e tutte le altre sottoscrizioni effettuate su tutti i canali. Questo ha il triplice vantaggio di garantire al consulente una vista completa e omnicanale su dati e storia del cliente, permettergli di essere proattivo, anticipando le richieste del cliente e rendere molto più veloce la gestione in chiamata.

Un esempio riguarda la verifica del credito residuo, e, in particolare, della relazione fra le ricariche effettuate e le spese mensili dovute alle offerte attive sulla propria Sim, che rappresenta una delle richieste principali dei nostri clienti: prima di Agatha i consulenti dovevano compiere più di 57 click per poter rispondere in modo completo a questa domanda mentre ora, grazie alla semplicità del nuovo strumento, i click sono stati ridotti a 7 con un forte impatto in termini di efficacia operativa e rapidità di gestione, aumentando il tempo dedicato all'interazione in chiamata.

Con Agatha i nostri consulenti possono anche attivare offerte commerciali ad hoc direttamente dalla pagina di gestione, senza cambiare sistema informativo. Proprio grazie alla maggiore comprensione delle esigenze del cliente, i consulenti sono in grado di proporre specifiche offerte che rispondano alle loro necessità.

Per creare perfetta comprensione fra il consulente ed il cliente, i widget e l'interfaccia di Agatha sono stati costruiti con la stessa grafica e con gli stessi contenuti mostrati al cliente nell'app My Vodafone o nell'area personale del sito vodafone.it permettendo ai consulenti di avere esattamente la stessa vista e usabilità che ha il cliente in self-care, un'innovazione che facilita non solo la gestione del cliente ma anche la sua education verso i canali digitali e confermando l'investimento e la consapevolezza di Vodafone della centralità di user experience e customer experience.

L'introduzione di Agatha ha avuto un forte impatto di digitalizzazione delle nostre front-line, non solo in termini di strumenti di gestione, ma di ridisegno e innovazione sui processi.



Dal lancio del progetto abbiamo già potuto misurare i numerosi benefici che Agatha ha portato nella gestione della chiamata: oltre ad una maggiore chiarezza e capacità di assistere i nostri clienti, sono migliorati notevolmente i tempi di durata complessiva della chiamata, a beneficio sia del cliente che dell'azienda, ma non solo.

Questa innovativa piattaforma di raccolta e gestione dei dati dei clienti semplifica l'assistenza in chiamata, permettendo ai nostri consulenti di focalizzarsi solo sull'interazione con il cliente e sul risolvere la sua richiesta, garantendo la centralità del cliente e della sua storia. L'innovazione introdotta con Agatha oltre a digitalizzare il loro modo di gestire i clienti permette ai nostri consulenti di focalizzarsi maggiormente sul conoscere il cliente, prestare attenzione non solo ai suoi problemi e alle sue richieste ma alle sue caratteristiche e necessità, creare con lui una relazione empatica garantendo un'assistenza personalizzata e più efficace, aumentando la soddisfazione di clienti e consulenti.

Le informazioni contenute nel presente documento sono da considerarsi riservate e quindi sottratte all'accesso di terzi e non divulgabili.