

# ASCOLTARE, COMPRENDERE, ORGANIZZARE ED AGIRE: NUOVE REGOLE DI COMPETIZIONE POST COVID-19

Il mondo non è più lo stesso, ne sarà lo stesso quando la fase di emergenza sanitaria potrà finalmente dirsi passata. Su questo la totalità degli analisti concorda.

Il periodo di emergenza che stiamo attraversando segnerà e modificherà per sempre le abitudini e gli standard cui eravamo abituati, introducendone o inducendone di nuovi che oggi cominciamo ad intravedere.

Si possono già notare, infatti, importanti cambiamenti nelle modalità di vita e di lavoro in tutte le persone, dove spicca un accelerato processo di adozione di tecnologie e modalità operative da cui non si recederà e che resteranno quando tutto il resto sarà passato.

Riuscire a seguire questi cambiamenti e adattarsi ad essi diventerà FONDAMENTALE per le aziende per poter continuare a competere con successo in un mercato in forte cambiamento.

Modelli consolidati che nel passato hanno sempre funzionato egregiamente sono destinati a scomparire, ridimensionarsi o modificarsi radicalmente nel prossimo futuro. E solo chi saprà seguire il cambiamento potrà continuare ed accrescere la propria rilevanza di mercato. Mentre chi deciderà di NON FARE è destinato ad un declino più o meno rapido.

Tuttavia, in un periodo così fluido, non è facile definire a priori quali siano i cambiamenti o le strade più corrette da seguire. Il mercato e la domanda sono stretto appannaggio dei consumatori che, con le loro scelte e le loro indicazioni, orientano e sanciscono il successo o il declino di un'offerta rispetto da un'altra.

Mai come in un momento storico quale l'attuale diventa quindi fondamentale ASCOLTARE con attenzione le indicazioni che i Clienti, direttamente o indirettamente, portano in azienda e COMPRENDERE le esigenze che il mercato target evidenzia.

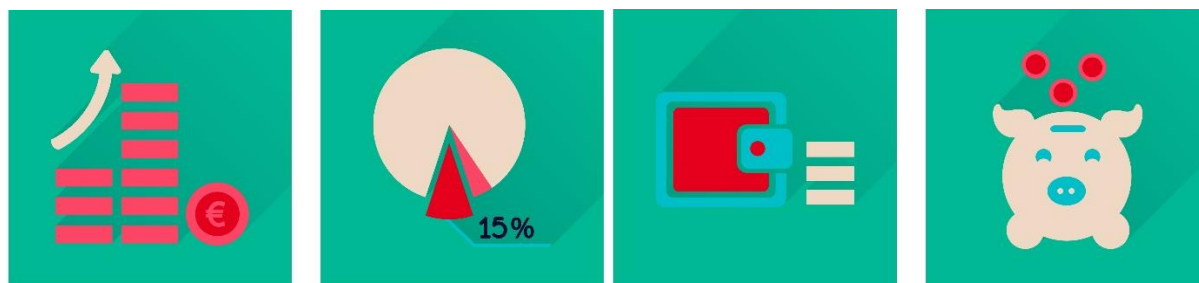
Questo perché ascoltare con metodo e comprendere le esigenze dei Clienti sono i due steps fondamentali per poter poi ORGANIZZARSI ed AGIRE per cogliere le nuove opportunità che un mercato fortemente dinamico, come quello post COVID, ci sta offrendo.

Nel processo di riascolto i Contact Center rivestono un ruolo privilegiato e determinante. I Contact Center, infatti, sono il punto di contatto diretto tra l'azienda e la clientela e raccolgono ogni giorno una quantità importantissima di informazioni. Molte delle quali transitano dai sistemi di chi eroga servizi BPO.

Non sempre, però, viene data la giusta rilevanza all'analisi di queste informazioni. Nella maggioranza dei casi, infatti, l'analisi si limita alla disamina dei dati "di sistema", KPI quantitativi che però non danno la giusta rilevanza al contenuto informativo di business che il Cliente, direttamente o indirettamente, comunica.

Esistono oggi, invece, strumenti e metodologie che permettono di entrare maggiormente nel merito di quanto il Cliente comunica all'azienda nel corso di tutta la sua conversazione con l'operatore, permettendo di raccogliere spunti e necessità attuali e quindi individuare nuove tendenze su cui sviluppare proposizioni mirate.

Tuttavia, non tutte le aziende sono disponibili o in grado di attrezzarsi con tecnologie e risorse per sviluppare processi di analisi strutturati che gli permettano di ascoltare la voce del mercato e coglierne le opportunità nascoste o emergenti. Spesso è una questione di volumi, in altri casi di organizzazione e priorità. In questo contesto chi gestisce servizi a più realtà dello stesso mercato si trova in una posizione privilegiata per sfruttare economie di scala per proporre servizi a valore aggiunto ai propri Clienti. Così da fidelizzarli, soddisfare nuove esigenze e proporre servizi non standard che possono risultare un fattore distintivo importante e, in alcuni casi, anche un vantaggio competitivo rilevante.



In definitiva ogni organizzazione o azienda, dovunque si trovi e qualunque sia la sua base clienti, deve impegnarsi e focalizzarsi su un processo continuo di Experience Audit incentrato su una comprensione profonda ed attenta dei cambiamenti in atto nei comportamenti della propria Clientela.

Una volta compreso veramente come la nuova esperienza Umana, dovuta alle mutate condizioni, impatta la propria utenza target, allora e solo allora può agire per cambiare e adattarsi al fine di recepire le nuove esigenze.

A partire dal Contact Center.

Listen/Look

Understand

Act

ComApp Srl

