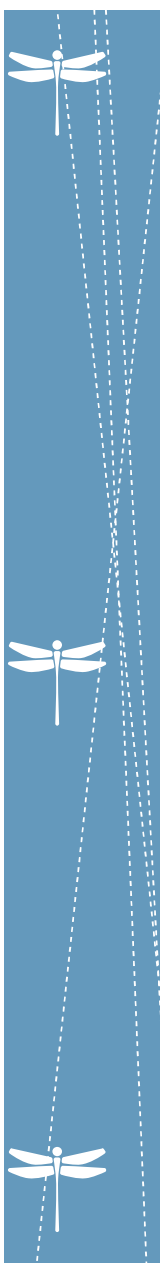


# Feedback



## video contact center

Il customer care virtuale  
senza barriere spazio - tempo

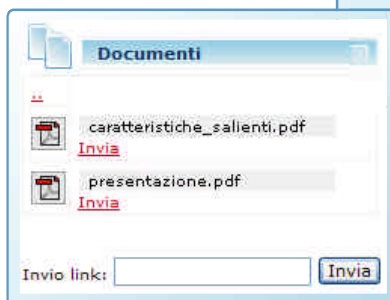


L'importanza dell'**assistenza al cliente** riveste oggi un ruolo che si fa sempre più centrale, perché permette di raggiungere nuovi traguardi in termini di **soddisfazione** e di **fidelizzazione** dell'**utente finale**.

Per questo **Feedback Italia** ha voluto creare un'**applicazione web** che permetta di comunicare in **audio**, **video** e **dati** direttamente con l'utente, ovunque esso sia - casa, ufficio, totem e schermi LCD, o postazione mobile wireless.

**video contact center** coniuga la **semplicità d'uso** e la sua **interfaccia amichevole** con le potenzialità del **contatto interpersonale**.

Senza richiedere l'installazione di alcun programma, video contact center viene fruito direttamente attraverso il proprio **browser di navigazione**: l'utente clicca sul **link aziendale** di assistenza e viene messo automaticamente in contatto con l'azienda remota.



L'operatore fornisce assistenza grazie alla **conversazione audiovisiva** e supporta l'utente con la **documentazione digitale** più opportuna, che può essere sia inviata sia semplicemente suggerita attraverso l'appropriato link web di visualizzazione.

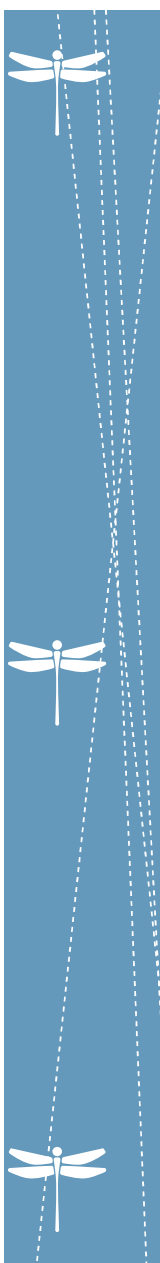
A tutela della **privacy**, l'**utente finale** non è obbligato all'utilizzo di un dispositivo di acquisizione video (webcam o altro), ma è sufficiente un semplice microfono (interno al pc o dispositivo collegato) per porre domande con il **solo canale audio**.

# Feedback



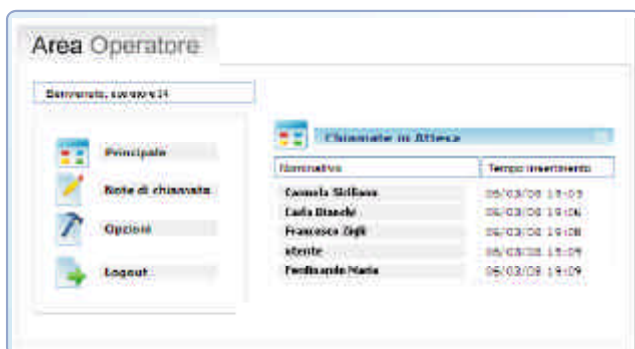
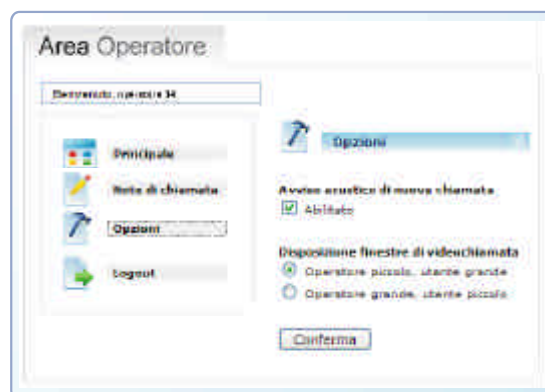
## video contact center

Come funziona



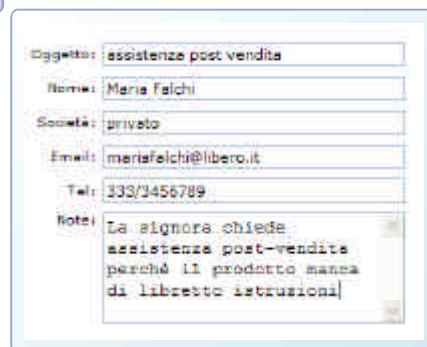
Il **back office** del sistema gestisce tipologie di utilizzatore, dall'**amministratore di sistema** che si occupa dell'inserimento e della gestione dei diversi utenti con i loro diversi gradi di potenzialità, al **supervisore** che inserisce la documentazione da rendere disponibile ai singoli operatori fino allo stesso **operatore**.

L'utilizzo del sistema **non richiede formazione specifica** ed ogni operatore è reso autonomo nella sua gestione quotidiana; la **semplicità del sistema** risponde ai più avanzati requirements in ambito di human interface con lo scopo di **creare un ambiente naturale di relazione**, nel quale è possibile dimenticarsi del mezzo per portare tutta la propria attenzione ai contenuti comunicativi.



Il sistema si preoccupa della **gestione della coda di chiamate**, assegnandole progressivamente al primo assistente disponibile, il quale le può gestire facilmente, assegnando loro **priorità diversa** o semplicemente rispondendo secondo l'ordine di arrivo.

Attraverso il proprio **cruscotto di internal managing** l'operatore memorizza i **dati salienti della conversazione**, i **riferimenti** del chiamante e le eventuali **note** durante l'interazione stessa, per facilitare la **ricerca** ed un eventuale contatto successivo. Il meccanismo di salvataggio permette quindi la creazione di un **database aziendale delle chiamate ricevute**, che può essere facilmente manipolato anche per **estrarre dati e statistiche** relative all'utilizzo dello strumento stesso.



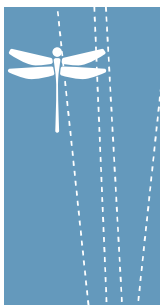
Tutta l'**interfaccia** del sistema (**front end** e **back office**) è **personalizzabile** in base alle esigenze dell'azienda utilizzatrice, sia per i **contenuti** che nel **layout grafico** di interazione.

# Feedback



## video contact center

### Ambiti di applicazione



Erogazione di servizi informativi attraverso **info point, totem, touch screen**

In aree di grande passaggio

In aree disagiate

**Presales** e contatto di pre-vendita con il cliente



**Customer Care** per reclami e risoluzione controversie

**Assistenza remota** post - vendita

**Servizi informativi** in generale erogati via web (PA2C, PA2B, B2C & B2B)

### Esempi di applicazione



#### PMI

per il contatto con possibili clienti e per l'assistenza post-vendita ampliando:

L'**immagine avanzata dell'azienda**: uno strumento tecnologicamente all'avanguardia e semplice da usare connota in maniera positiva l'azienda agli occhi sia della clientela che dei semplici utilizzatori.

Il **senso di soddisfazione del cliente**: la disponibilità di dialogo messa in atto dall'azienda dimostra, attraverso l'erogazione di un servizio completo, la sua attenzione verso la clientela e le sue necessità.

**Bacino di utenza**: da locale a globale, senza la necessità di installare nuovi uffici/negozi e presidiare il territorio.

#### GRANDI AZIENDE

- per azioni di **presales** e **customer care** dei propri prodotti e servizi e
- per **fornire informazioni** e servizi al **personale interno**

#### UFFICI PUBBLICI LOCALI

- (uffici comunali, comunità montane, pro loco, ecc.), per:
- **assistere la popolazione** in aree disagiate
  - **ridurre i costi del personale**
  - **ampliare l'accessibilità** del servizio

per la creazione di un **rapporto interpersonale diretto** con il cliente, che permetta l'instaurazione di un **sentimento di fiducia** poggiante anche sulla comunicazione **non-verbale** (resa possibile dall'interazione visiva)

#### BANCHE, ASSICURAZIONI, TERZIARIO

in generale, per veicolare informazioni e servizi al pubblico (accessibilità della PA)

#### ENTI PUBBLICI

#### SERVIZI E PRODOTTI DI LUSSO

al fine di soddisfarne la **curiosità** e proporre un **contatto diretto, privato, fidelizzato** e **sicuro**.