

Tutte le novità 2007 dell'Aspect Contact Center Satisfaction Index™ Europa

Realizzato per la prima volta nel 2005 da Aspect, multinazionale americana specializzata in soluzioni di call e contact center, l'Aspect Contact Center Satisfaction Index rappresenta uno strumento per misurare la soddisfazione del consumatore rispetto alla qualità delle interazioni telefoniche e on-line con le aziende e i loro rappresentanti. Aspect Index, che è stato realizzato sia in Nord America sia in Europa, è un modello dinamico. L'Aspect Index Europa consente di confrontare la soddisfazione dei consumatori e la percezione del servizio offerto dal contact center di sei Paesi: Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna e Regno Unito.

L'Aspect Index Europa 2007 si basa su un sondaggio che ha coinvolto oltre 1.000 consumatori europei, e 250 consumatori che di recente hanno avuto esperienze eccellenti o eccezionali con un contact center. Questo

strumento rappresenta quindi uno spaccato di diverse nazionalità, fasce d'età, redditi, professioni e istruzione, e misura il divario tra le aspettative dei consumatori il loro livello di soddisfazione su 25 parametri in base alle operazioni più recenti.

L'indice Aspect Contact Center Satisfaction Index 2007 prende spunto dal sondaggio realizzato nel 2006, ma approfondisce anche alcune aree finora inesplorate. Offre, per esempio, una visione precisa sulla percezione del consumatore in relazione ad aspetti operativi quali tempi di attesa stimati e tasso di abbandono, oltre ad analizzare la customer experience con sistemi self service. L'Aspect Index analizza l'impatto del contact center su tematiche marketing di rilievo quali la

credibilità di una marca e la fidelizzazione del cliente. Inoltre, fornisce elementi utili per comprendere le conseguenze che i diversi fattori di un'interazione con un contact center possono avere sulle bottom line aziendali.

Un'altra novità del 2007 è l'analisi che l'Aspect Index fa delle differenze tra le interazioni con i contact center che gli utenti considerano "tipiche" in rapporto a quelle "eccezionali". La pubblicazione di questi risultati offre ai contact center gli strumenti per una nuova prospettiva di miglioramento dei processi e delle performance, oltre che per l'ottimizzazione delle interazioni con i clienti.

Alcune conclusioni

Per quanto riguarda le esperienze cosiddette "tipiche", i contact center europei continuano a deludere il consumatore. Il grado di soddisfazione che i consumatori europei danno nel 2007 è del 64%, un punteggio inferiore di tre punti percentuali rispetto al giudizio dello scorso anno. Per la prima volta, tuttavia, nel 2007 l'Aspect Index Europa misura anche le "esperienze eccezionali", scoprendo così che i consumatori che hanno fruito di una interazione al di sopra della media assegnano ai contact center un punteggio pari all'86%. Se i consumatori europei continuano a preferire il telefono come canale di interazione principale, il suo impiego sta registrando di anno in anno un calo del 6% sulla percentuale di tutti i contatti. L'e-mail sta invece guadagnando terreno, mentre la chat rimane uno strumento minoritario.



Aspect Software Italy srl

Largo Richini, 6 – 20122 Milano

Tel. 02.58215320 – Fax 02.58215400 – www.aspect.com

Approfondimenti on-line

Per saperne di più, seleziona la tipologia "Publiweb" su www.largoconsumoinformationsystem.info e digita: "Aspect Contact Center Satisfaction Index Europe 2007"