

Il Knowledge Management nell'era del CRM digitale

Vittorio Benzi – Vodafone

Il Convivio di Persone&Conoscenze

Milano, 21 maggio 2015



KM in Vodafone – come eravamo...



...fino al 2012



- Finalizzato a distribuire informazioni e istruzioni operative agli operatori dei Contact Center
- Organizzato in comunita' di pratica con una funzione centrale e referenti nei Contact Center
- Diffusione delle conoscenza come un processo collaborativo non gerarchico
- Ricco di elementi innovativi quando fu lanciato nel 2003, anticipatore di alcuni tratti del web 2.0



Lo scenario cambia profondamente



...a partire dal 2009

- Utenti di FB in Italia (US Census Bureau – Jan 2014)
 - 100.000 – 06/2008
 - 10.000.000 – 06/2009
 - 25.000.000 – 01/2014
- Penetrazione smartphone in Italia:
 - 61% - 09/2014 (Nielsen - Sept 2014)
 - 84% - entro il 2018 (PwC – Sept 2014)
- L'84% di chi possiede uno smartphone lo usa per cercare prodotti e il 30% li acquista (Google's "Our Mobile Planet" Report- Jan 2014)



Vodafone oggi

- 21 milioni di visite mensili al **sito vodafone.it**
- 2 milioni di chiamate ogni mese ai **Comptence Center**
- 7 milioni di operazioni effettuate ogni mese tramite **IVR**
- 4 milioni di download per **l'app MyVodafone**
- 1 milione sms al mese inviati al servizio **190SMS**
- Assistenza diretta tramite **Twitter, Facebook, Chat**
- Più di 1 milione di iscritti al **Vodafone Lab**
- 7000 **negozi**
- 500 K contatti/mese **Teleselling**,



Side effects interni

- Priorita' alla velocita' di sviluppo dei singoli canali, senza un reale coordinamento
- Processi di creazione dei contenuti di ogni canale non integrati
- Circolazione di informazioni destrutturate
- "Colli di bottiglia", alto tasso di re-working



Efficienza operativa



Side effects esterni

- Disallineamenti e incoerenze delle comunicazioni ai clienti
- Assenza di un 'vocabolario' e di linee guida linguistiche condivise.
- Mancanza di un disegno del customer journey attraverso tutti i touch point, CEX inadeguata



Efficacia della comunicazione



Una nuova mission per il KM in Vodafone



...da giugno 2012

«Razionalizzare i processi
interni di condivisione delle
informazioni e delle
conoscenze...



... per garantire **correttezza**,
chiarezza e **coerenza** dei contenuti
e dei messaggi su tutti i **canali di**
contatto col Cliente »

I flussi di comunicazione dall'idea al lancio del prodotto



**CREAZIONE
PROGETTAZIONE**

MKTG, P&CD, IT

DEFINIZIONE

*Email, Chat,
Telefono, MS
Office...*

REALIZZAZIONE

*MKTG, P&CD, CC
Support, Sales Process,
Supply Chain...*

COMPLETAMENTO

NEW *BASKet
(workspace
strutturato su SP)*

RILASCIO

REDAZIONI CANALI
*(CC,web,app,store,
IVR,SMS,agenzie,social...)*

**REDAZIONE
PUBBLICAZIONE**

**SISTEMI DI
REDAZIONE E
PUBBLICAZIONE**

Ambito di intervento di KM



BASKEt – Build And Share Knowledge

- Processo di co-creazione e condivisione dei contenuti in un **unico ambiente di lavoro**
- I “Knowledge Leader” scrivono le informazioni **una volta per tutte e per tutti**
- **Formati predefiniti**, ma non rigidi
- Le “Redazioni” acquisiscono le informazioni **contestualmente e uniformemente**
- **Forum** per condividere dubbi e spiegazioni
- **Linee guida linguistiche** comuni per le Redazioni



Fattori di successo di BASKet change management

- No nuovo lavoro on top ma un **nuovo modo di lavorare**
- **Vantaggi identificabili e valutabili** per ogni stakeholder
- Nessuna modifica a **ruoli e responsabilita'**
- Basso **impatto tecnologico**



COSTO ZERO



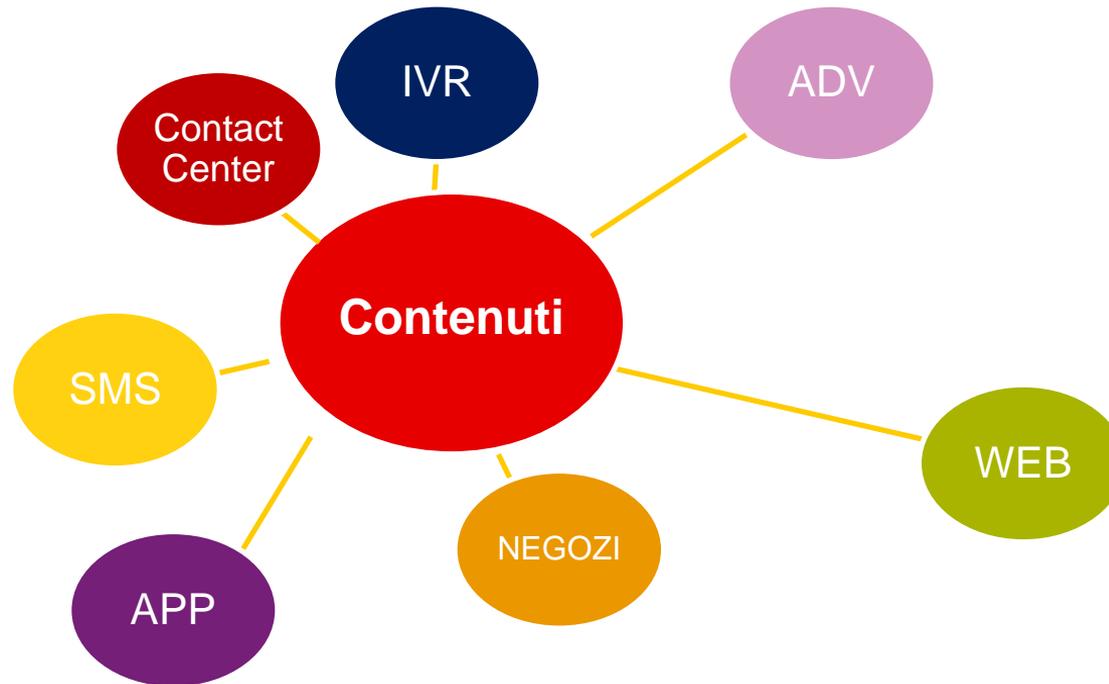
Uno sguardo oltre...



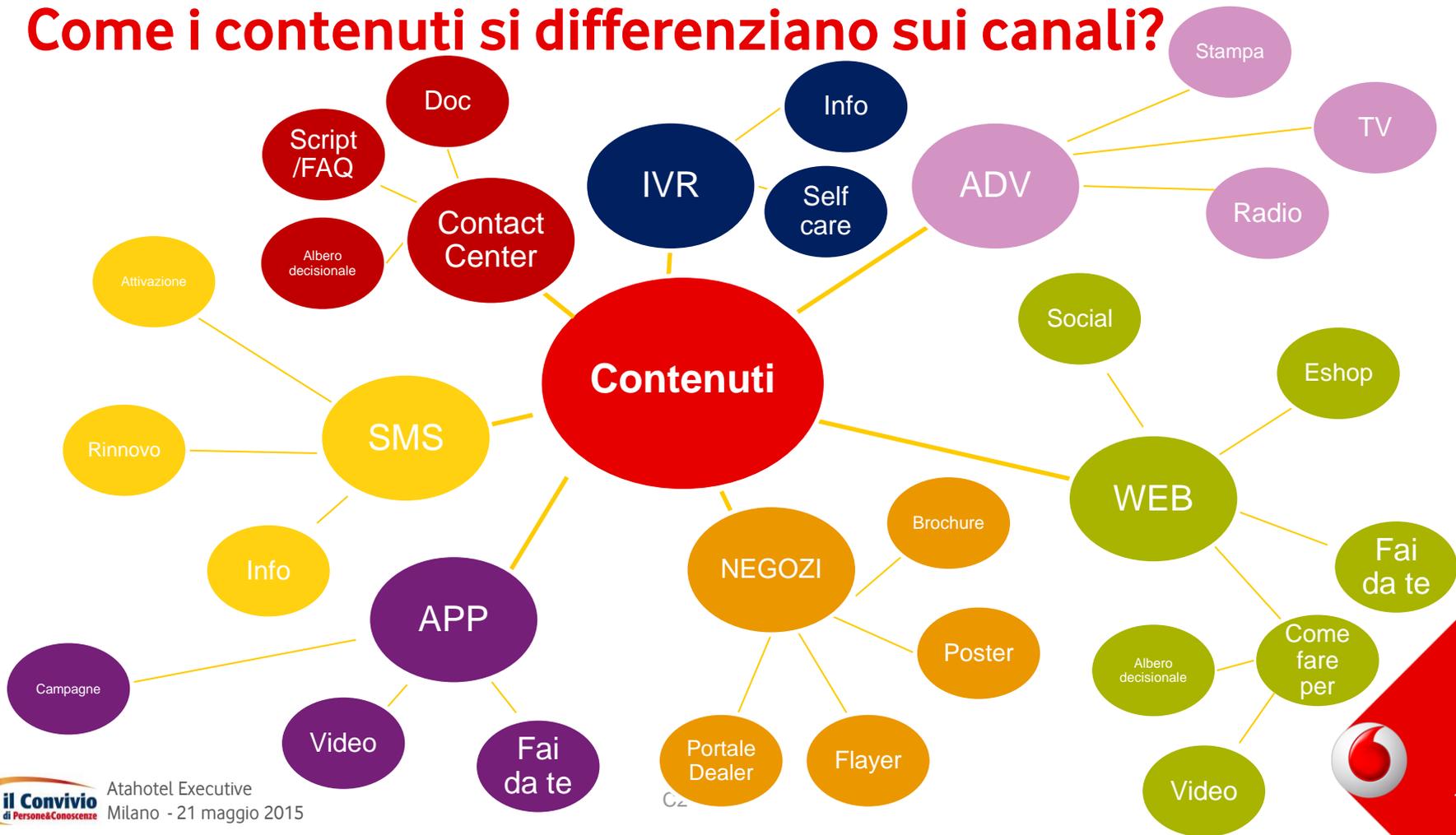
Abbiamo il controllo del linguaggio e dei contenuti



Come i contenuti si distribuiscono sui canali?



Come i contenuti si differenziano sui canali?



Verso una strategia di comunicazione multicanale

Dobbiamo dotarci di strumenti per:

- sostenere una strategia di comunicazione multicanale integrata
- avere la visione d'insieme dei canali, in cui ciascuno ha un ruolo ma come parte del tutto
- assicurare la continuita' del Customer Journey attraverso tutti i touch point
- raccontare una storia coinvolgente per i nostri clienti



Gli strumenti abilitanti

METODO

Architettura delle informazioni
Usabilita' del linguaggio



Progettazione e governance della comunicazione cross-canale

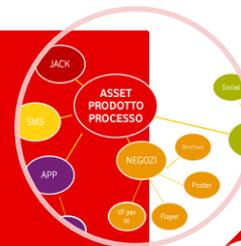
ORGANIZZAZIONE

Coordinamento editoriale
Competenze interdisciplinari



SISTEMA

Piattaforma di governance editoriale





Grazie

Vittorio Benzi 

Vodafone Italia

Head of Knowledge Managemet

Vittorio.Benzi@Vodafone.com

Mob: +39 348 5500825