

La comunicazione "accende" bisogni e richieste da parte del consumatore e Voice&Web offre velocemente le risposte: informazioni sul prodotto e sull'assistenza; indicazioni dei punti vendita e dei CAT; confronto e caratteristiche dei modelli; notizie su campagne promozionali. Le attività di pre-vendita consentono una profilazione del consumatore, mentre quelle di post-vendita rafforzano l'immagine del Brand e della sua qualità

www.voiceandweb.com

La missione di MeTmi è sviluppare progetti e servizi innovativi, che diano impulso alle attività di marketing e di vendita nelle aziende. I nostri servizi prendono vita dalla passione per l'iniziativa e per il raggiungimento di obiettivi che condividiamo con i nostri Clienti. Continui investimenti nella ricerca di soluzioni tecnologiche di ultima generazione ci consentono di raggiungere quotidianamente questi traguardi.

www.metmi.it

Italia:
Strada della Moia, 1
20020 ARESE (Milano)
Tel. +39 02 38073.1 Fax +39 02 38073.208
info@metmi.it - www.metmi.it

MeT mi

Spagna:
Carrer Marqués de Sentmenat, 54
08029 Barcelona - España
Tel. +34 934452.810 Fax +34 934452.817
info@metba.es - www.metba.es

Social & Web Marketing

Loyalty Engine

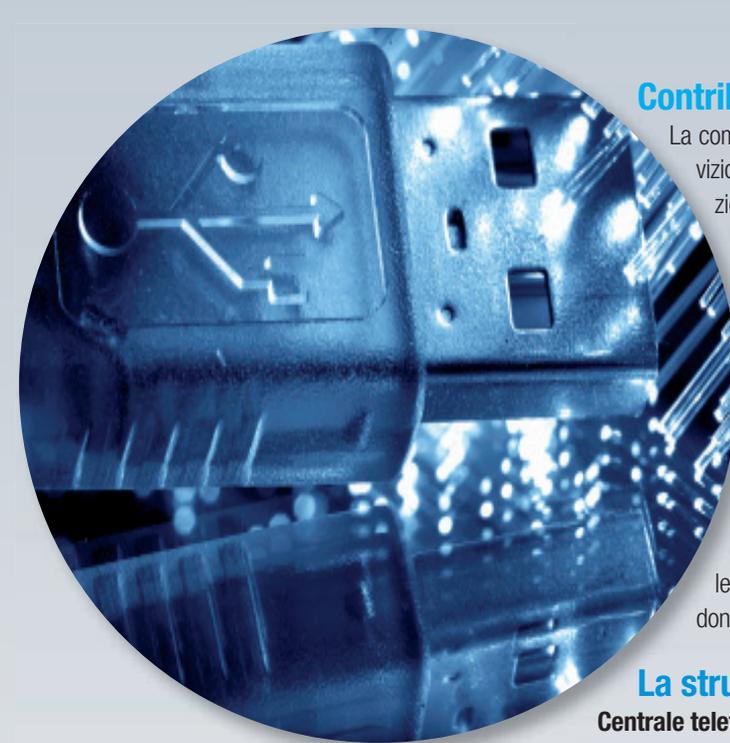
Quality Picture

i.PSM

Voice W&B

La centrale di consulenza scelta
da oltre 40 brand





Contributo alle attività Promozionali e di Pre-vendita

La comunicazione “accende” bisogni e richieste da parte del consumatore e il servizio Voice&Web offre velocemente le risposte: informazioni sul prodotto; indicazioni dei punti vendita; confronto e caratteristiche dei modelli; notizie su campagne promozionali. Le attività di pre-vendita consentono una profilazione del consumatore.

Supporto all’Assistenza Tecnica e alle attività di Post-vendita

Il servizio Voice&Web gestisce ogni singola “richiesta” che il consumatore rivolge all’Azienda, dal momento in cui viene espressa fino alla sua definitiva risoluzione per: attivazione garanzie; help desk tecnico; pre-diagnosi telefonica degli interventi tecnici; attivazione dell’intervento tecnico; verifica dell’avvenuta soluzione; segreteria dell’assistenza tecnica. Nel 70% dai casi le richieste di Post Vendita sono riconducibili a casistiche standard e non richiedono necessariamente il coinvolgimento tecnico.

La struttura tecnologica

Centrale telefonica Avaya, collegata ad un backbone dei carrier Colt Telecom con oltre 90 linee entranti, canale in fibra da 34 Mb garantiti in up e download, attrezzata con funzioni

ACD – Automatic Call Dispatcer, sistema IVR – Interactive Voice Responder e link CTI - Computer Telephon Integration e WallBoard.

Skill Based Routing - in base alla quale la chiamata viene indirizzata all’operatore più idoneo in base a criteri predefiniti e alla sua esperienza.

Postazioni telematiche inbound e outbound di ultima generazione **con software CMS**-Call Management System, Data Repository, Co-Browsing, Web Chat e Video chat.

CLI - Calling Line Identification, identificazione del chiamante in base al suo numero di telefono.

Datacenter basato su un’architettura fault tollerant multi-Server, distribuita presso le due sedi di Arese (Italia) e Barcellona (Spagna) per garantire la continuità in caso di disaster recovering.

La struttura organizzativa

Il servizio Voice&Web di MeTmi, da oltre vent’anni, è strutturato con personale interno dipendente (35 operatori) per garantire professionalità e formazione continua, salvaguardando il know-how acquisito nel tempo con la gestione delle diverse “casistiche”. La struttura organizzativa comprende: Client Account per l’assistenza del Committente; Personale interno di Information Technology per garantire la security del sistema e dei dati; Responsabili di sala e team leader di progetto per gestire le casistiche secondo livelli scalari di know-how e responsabilità; Specialisti in Graphic & Web Design per realizzare operazioni di marketing digitale.



Desktop Mapping (software di geomarketing)

Strumento on-line di gestione territoriale delle schede informative relative a: Punti Vendita, Centri Assistenza, Clientela diretta.



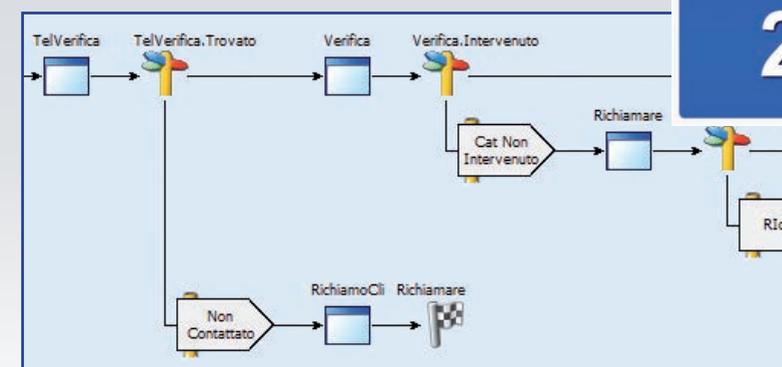
La Trouble Ticketing e la Know-How Intelligence

I continui corsi di formazione presso i Committenti, la professionalità e il basso turnover degli operatori (tutti dipendenti a contratto indeterminato), consolida il know-how specifico sui servizi all’utenza che forniamo. Il software CMS (Call Management System) e il sistema di Retrieving delle informazioni continua ad acquisire e a catalogare expertise nel tempo, aiutando l’operatore nel mantenere livelli ottimali di ACR – Average Call Resolution e nel raggiungere un migliore AHT - Average Handling Time, permettendo il contenimento dei costi per il nostro Committente.

Inoltre il software CMS permette la Trouble Ticketing ossia di mantenere traccia della storia dei contatti con il consumatore, di modo che l’operatore possa conoscere tutti passaggi precedenti ed eventualmente inoltrare queste informazioni ad un altro operatore o ad un interlocutore esterno (es: tipicamente un Referente in azienda o un CAT).

Strumenti di reporting

MeTmi mette a disposizione del Committente una Dashboard su Internet, attraverso la quale si controllano in tempo reale i KPI – Key Performance Indicator, i flussi telefonici e le categorie di contatti / richieste pervenute al Contact Center.



Skype Contact Center

Gli utenti possono mettersi in contatto con il Contact Center cliccando direttamente sullo Skype ID posto sul sito Internet del Committente. Un operatore telefonico risponderà in video collegamento e sarà in grado di fornire assistenza, inviare o ricevere documentazione.

Social CRM e Reputational Marketing Management

Nel marketing digitale e sociale (particolarmente attraverso i social media), i consumatori costruiscono comunità attraverso le quali acquistano maggior controllo sul mercato, insieme alla possibilità di interagire velocemente tra di loro e con l’azienda. In questo modo, chiunque può attaccare il Brand (legittimamente o meno): il modello di comunicazione si inverte e l’azienda deve impegnarsi in una conversazione con Persone dove il messaggio non può più essere monodirezionale e indistinto nella massa di interlocutori senza nome, come avveniva con la pubblicità tradizionale. Ora più di prima è importante monitorare e gestire la Web Reputation del Brand attraverso azioni frontline di presidio e management delle notizie che appaiono su Blog noti e influenti, Social Network e Gruppi community-based.