

SLC	-	CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTel	-	CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM	-	UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione

TIM – COMUNICATO CUSTOMER CARE

In data 12 maggio 2020, le Segreterie Nazionali SLC-CGIL, FISTel-CISL, UILCOM-UIL congiuntamente con il Coordinamento Nazionale delle RSU, si sono incontrate con la direzione aziendale di TIM SpA.

L'oggetto dell'incontro era iniziare ad effettuare un "FOCUS" sul mondo del "Customer Care" come urgentemente richiesto dalle Organizzazioni Sindacali Confederali a valle della giornata di confronto del 29 Aprile u.s..

L'azienda ha presentato il nuovo responsabile del Customer Care – CONSUMER – Dott. Sanza che ha tracciato il solco da attuare per realizzare azioni di miglioramento nell'ambito della sua delega (servizi: 187-119-credito), mentre il Dott. Nardello – responsabile STRATEGY del Gruppo TIM – ha illustrato il contesto interno confrontandolo con il mercato esterno, prima del COVID 19 ed a seguito del suo tremendo impatto.

E' stata esaminata la situazione interna della CUSTOMER BASE e di quella delle principali TELCO; da tale analisi è scaturita una situazione nella quale TIM – che si pone come leader di mercato – attualmente, per questa importante attività di gestione e supporto alla clientela, non lo è.

TIM è partita dall'evidenziare che, a seguito di un forte incremento delle chiamate gestite in una fase emergenziale senza precedenti, dovute all'aumento delle richieste di attivazioni ed alla contestuale chiusura dei negozi, emerge una realtà operativa che in questo contesto straordinario realizza una buona gestione, ma presenta una serie di scollamenti dovuti alla qualità della connettività non sempre all'altezza ed ai dispositivi HW utilizzati dagli operatori. Dopo le nostre molteplici ed insistenti sollecitazioni l'azienda ha compreso la necessità di poter arrivare in tempi brevi ad assegnare a tutte le lavoratrici ed i lavoratori i computer aziendali, azione che sarà completata entro l'estate.

In questa situazione occorre prendere in considerazione che i periodi in cui si lavorerà da remoto non saranno certo brevi e quindi TIM ha sottolineato la necessità di accorciare maggiormente le "distanze operative" in questa nuova gestione, migliorando la qualità dei servizi erogati alla clientela per giungere a condizioni più efficaci.

Le prime riflessioni della nuova dirigenza vertono sulle leve di azione di seguito elencate:

- ripensamento del modello customer a partire dai punti di insoddisfazione del cliente che sono stati rappresentati in termini percentuali sulle realtà del 187, 119, Telecontact, Outsourcers, in termini di non chiarezza delle comunicazioni, discordanza delle informazioni, mancanza di cortesia e attenzione verso il cliente;
- Sistemi di autenticazione più efficaci;
- Miglioramento della gestione dei clienti attraverso un arricchimento della base dati;
- Realizzazione di un modello a portafoglio per arrivare ad una gestione per gruppi di clienti legati a parametri qualitativi;
- Per i canali digitali maggior investimento, liberando risorse per esigenze a più alto valore aggiunto;
- Innalzamento del livello di qualità e produttività.

Tutto questo perché Tim possa essere coerente con quanto rappresentato all'esterno, con delle tariffe che devono esprimere una qualità più alta rispetto ai competitor, mentre invece si trova attualmente a perdere clientela (perdita maggiore rispetto al 2019), condizione che nel post emergenza potrebbe acuirsi; occorre quindi cercare di trovare una soluzione in tempi rapidi.

Rispetto a quanto evidenziato l'azienda ha prospettato alla delegazione sindacale presente, una prima soluzione riguardante la figura dell'operatore, attraverso la realizzazione di un "indicatore sintetico" di monitoraggio delle attività che un operatore di caring può trovarsi a gestire complessivamente e che si ricollegherebbero anche e non solo alla qualità percepita dal cliente all'interno di tempistiche stringenti dovute ad un mercato competitivo.

RIFLESSIONI SINDACALI

SLC CGIL – FISTEL CISL – UILCOM UIL - dopo aver ascoltato la relazione aziendale, pur rendendosi disponibili ad un confronto immediato che possa permettere alla struttura del “customer care consumer” di migliorare l’attuale condizione, hanno posto una serie di riflessioni a partire da:

- Sistemi informatici: nonostante l’introduzione anche di nuovi applicativi (DBSS), questi si sono rivelati farraginosi, non interconnessi, rigidi ovvero non scalabili e modulabili (TIM ha comunicato che verrà nominato a breve il nuovo responsabile della struttura dell’informatica);
- Anagrafica cliente: pulizia del database, esiste il medesimo cliente con più schede anagrafiche;
- Protocolli e procedure: ridondanti alcuni, parziali altri, quindi spesso inefficaci e causa di disservizi;
- Turnazioni: le matrici nazionali 187 e 119 sono obsolete, possono e devono essere migliorate;
- Formazione: prevale il training on the job ovvero apprendo lavorando; allora, se si ricerca maggiore “qualità”, è necessaria una formazione strutturata che venga erogata a TUTTI gli operatori con apposite/specifiche sessioni;
- Back office e risposta: critico e spesso squilibrato bilanciamento del lavoro;
- Operatori: Elevata anzianità di servizio;
- Telecontact: azienda del gruppo TIM con circa 2.300 lavoratrici/lavoratori, ad oggi considerata una entità separata, che invece occorre “definire” parte totalmente integrante delle azioni del “Customer Care Consumer”;
- Outsourcers: necessario comprendere quale politica sugli appalti relativi al Customer Care vuole realizzare TIM, in passato è stata disastrosa; auspichiamo che il tipo di ingaggio che adesso si darà a queste realtà industriali, anch’esse rappresentate da noi, sia chiaro e sinergico a TIM.

In questo complesso ed articolato quadro non sfugge di certo al sindacato confederale che ci sia necessità di intervenire sulla struttura del “customer care consumer”; abbiamo registrato come la prima mossa aziendale di sostituirci i vertici sia stata un segnale importante che va in quella direzione, ma gli effetti dell’attuale situazione partono da lontano.

TIM ha utilizzato “ricette” non sempre adeguate, pressioni economiche al ribasso sugli outsourcers, “fai da TE” interno delle “linee”, il tutto senza mai investire ed agire “convintamente” in questo “strategico” settore. Queste condizioni hanno portato spesso nervosismo e malumore tra le lavoratrici ed i lavoratori e tutto ciò non ha favorito quella risposta qualitativa che un’azienda leader come TIM deve assolutamente erogare.

Oggi ci troviamo ad affrontare un tema “centrale” ovvero la “qualità” e, contestualmente, a fare i conti con anni di azioni che hanno creato nel customer care “sofferenza” a tutti i livelli di interlocuzione e di operatività.

Vogliamo essere chiari e concreti: se il confronto passerà dal ragionare a 360° gradi sul miglioramento delle condizioni di questo grande settore che, con Telecontact, racchiude circa 6.300 lavoratrici e lavoratori, NON limitandosi solo ad analizzare la parte che vede l’operatore ma tutta la filiera, noi siamo pronti !.

Necessario sarà quindi contrattare una nuova organizzazione del lavoro ed economica del Customer Care che ne migliori le condizioni attuali, internalizzando attività, realizzando consolidamenti degli orari di lavoro (part-time strutturali), rivisitando la turnistica, ribilanciando l’attività degli outsourcers in sinergia con TIM, integrando a sistema tutte le parti della filiera che lo compongono per arrivare ad una migliore conciliazione del rapporto VITA/LAVORO.

Le richieste formulate dalle Segreterie Nazionali Confederali hanno trovato attenzione da parte dei vertici TIM nella figura del Dott. Sale - Responsabile Risorse Umane Gruppo TIM - che ha di fatto riconosciuto come “CORE BUSINESS” le ATTIVITA’ di CUSTOMER CARE.

Partendo da questo importante aspetto su richiesta delle Organizzazioni Sindacali Confederali sarà costituita una Commissione Nazionale specifica (Sindacato/RSU/Azienda) per rappresentare al meglio alla Direzione Aziendale le azioni di miglioramento da attuare.

La condizione emergenziale odierna legata al Covid 19 dovrà necessariamente passare da una gestione “transitoria” degli aspetti organizzativi e qualitativi del Customer ad una definitiva che, prima di tutto attraverso un cambio di passo industriale, permetta contestualmente di lavorare al meglio, a partire dall’ utilizzo di strumenti ormai testati come il LAVORO AGILE e quindi con i giusti ritorni di natura economica.

Roma, 15 Maggio 2020

**Le Segreterie Nazionali
SLC -CGIL FISTel- CISL UILCOM UIL**

Affiliazione ad
UNI
Union Network International

SLC - Tel. 06-42048212 Fax 06-4824325
FISTel - Tel. 06-87979200 Fax 06-87979296
UILCOM - Tel. 06-45686880 Fax 06-85353322