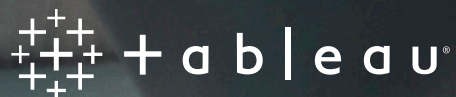


Telecomunicazioni: un nuovo approccio all'interazione con i clienti

Ecco come le aziende leader nel campo delle telecomunicazioni utilizzano i dati per affrontare le quattro sfide più difficili di oggi



Introduzione

Il settore globale delle telecomunicazioni sta registrando un'evoluzione tra le più veloci in tutto il mondo e il già rapido cambiamento si è intensificato con l'emergere di nuove tecnologie e nuovi sviluppi. L'introduzione del 5G e il diffondersi delle tecnologie legate all'IA e all'IoT si scontrano con una concorrenza sempre più agguerrita e con nuovi requisiti normativi che aumentano la pressione sul settore.

Le aziende leader nelle telecomunicazioni devono affrontare queste pressioni, cercando contemporaneamente margini per contrastare il tasso di abbandono dei clienti, sviluppando l'innovazione, aggiornando gli impianti esistenti e coinvolgendo i clienti potenziali. È una sfida impegnativa.

È possibile rispettare le normative estendendo i confini del settore?

La risposta è sì. La soluzione consiste nello sfruttare i dati adeguati per prendere decisioni più consapevoli e più redditizie. In questo ebook esponiamo quello che abbiamo imparato e ti mostriamo come un nuovo approccio ai dati con Tableau può trasformare la tua attività.

PUNTI CRITICI:

- 1. Migliorare la customer experience come vantaggio competitivo**
- 2. Sviluppare proposte e prodotti innovativi**
- 3. Individuare le efficienze in termini di costi e trasformare le operazioni esistenti**
- 4. Migliorare l'orientamento al cliente con analisi basate sui dati**

78%

degli intervistati attivi nel settore delle telecomunicazioni sta rielaborando i piani di trasformazione digitale nel corso della pandemia.

Fonte: [EY](#)

L'Europa vanta il più alto tasso di penetrazione dei dispositivi mobili a livello mondiale. E si prevede che continui ad aumentare passando dall'85% della popolazione registrato nel 2017 all'88% entro il 2025.

Fonte: [EY](#)

Migliorare la customer experience come vantaggio competitivo

È un settore ad alto tasso di abbandono da parte dei clienti. Ogni giorno i tuoi clienti sono sommersi da comunicazioni che li spingono a cambiare operatore, quindi una customer experience perfetta è ormai la priorità assoluta, sia per trattenere i clienti acquisiti, sia per attrarne di nuovi.

I servizi proposti dai diversi operatori stanno diventando sempre più simili tra loro, come conseguenza dell'ottimizzazione della rete e della maggiore diffusione della tecnologia digitale. Offrire una customer experience eccellente, in grado di superare i problemi legati all'abbandono e migliorare le opportunità di vendita è l'unico modo per rimanere competitivi.

L'utilizzo dei dati dei clienti per generare informazioni in tempo reale può aiutare a prendere decisioni più consapevoli, che determineranno una customer experience ad alto valore aggiunto. I dati possono aiutare a sviluppare innovazioni di assistenza autonoma attraverso i chatbot e l'IA, favorendo sia la produttività che la fidelizzazione.



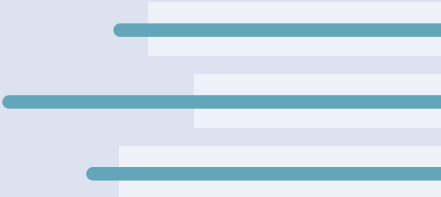
|| **46%**

degli operatori delle telecomunicazioni offre app con autenticazione biometrica, che registrano accessi mensili **2,7 volte** superiori.

Fonte: [McKinsey](#)

Mentre più dei tre quarti degli operatori delle telecomunicazioni offrono il rinnovo dei contratti attraverso un sito web, solo il **56% lo fa attraverso la propria app.**

Fonte: [McKinsey](#)



MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE COME VANTAGGIO COMPETITIVO

La storia di successo di un cliente: **verizon**^v



IL PROBLEMA:

Con 6,9 milioni di connessioni a banda larga, 4,5 milioni di abbonati alla TV e oltre 12 milioni di utenti di telefonia fissa, Verizon Fios genera oltre 4 terabyte di dati al giorno. L'Analytics Centre of Excellence (ACE) dell'azienda voleva utilizzare meglio quei dati a vantaggio delle funzioni che ne avevano bisogno.



LA SOLUZIONE:

Verizon ha deciso di unire i dati online e offline e di condensarli in insiemi di dati di dimensioni inferiori per ottimizzare le operazioni e migliorare la customer experience. Questi insiemi di dati più piccoli sono stati consegnati agli oltre 200 stakeholder, dai dirigenti al personale del call center, consentendo loro di prendere decisioni migliori.



I RISULTATI:

Verizon ha creato più di 1.500 dashboard self-service per i team dell'intera organizzazione. Finora le dashboard hanno avuto oltre 125.000 visualizzazioni. I dati hanno contribuito a ridurre del 50% i tempi di analisi dell'assistenza clienti, migliorando quindi la soddisfazione dei clienti e riducendo i volumi delle chiamate e gli interventi di assistenza, con una riduzione dei costi operativi.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

43%

di riduzione del volume delle chiamate, con gli interventi tecnici di assistenza diminuiti del 62% per alcuni segmenti di clientela.

"Grazie alle informazioni emerse dalle nostre dashboard abbiamo ottimizzato le operazioni dei call center e ridotto la necessità, per i clienti, di chiamarci più volte. Monitorando puntualmente le dashboard abbiamo notato che il tasso di risoluzione e l'indice di soddisfazione dei clienti salgono, mentre i volumi delle chiamate e degli interventi, fattori principali che influiscono sui costi, diminuiscono."



SID DAYAMA
Senior Manager of Data Analytics,
Verizon

Sviluppare proposte e prodotti innovativi

Tutto gira intorno alla rete. Ottimizzandola potrai esplorare gli sviluppi dei prodotti e delle proposte, per favorire l'innovazione in tutta l'azienda. Con l'espansione della digitalizzazione in ogni settore aumentano le opportunità per le aziende delle telecomunicazioni di proporre soluzioni specifiche per il settore.

La rete fornisce già dati preziosi per quanto riguarda tipo e utilizzo dei dispositivi, dati degli abbonati, download, geolocalizzazione e transazioni. Tutto questo, nel suo insieme, offre l'opportunità di personalizzare i servizi e il supporto da proporre ai consumatori e alle imprese. Le offerte tecnologiche innovative e una migliore customer experience determinano un aumento dell'utilizzo e dei profitti.

La monetizzazione dei dati di localizzazione, l'analisi per l'IoT, l'IA, i giochi e l'intrattenimento si basano su infrastrutture già esistenti. L'uso intelligente della tecnologia e l'innovazione digitale possono aiutare a differenziare il valore aggiunto e ad aumentare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti.



36%

degli intervistati sta spendendo di più per l'intrattenimento e i media, dall'inizio della pandemia di COVID-19.

Fonte: [PWC Consumer Insights Survey 2020](#)

"Spostare la promessa che facciamo al cliente dalla velocità all'affidabilità e integrare opzioni di lavoro a distanza e di gaming sul cloud nei pacchetti destinati alle famiglie può dare vita a nuove proposte di valore. La priorità è allineare nuovi modelli di segmentazione a piani tariffari meno basati su livelli o limiti di traffico e più orientati alla fornitura di servizi di qualità e alla flessibilità."

Fonte: [EY](#)

SVILUPPARE PROPOSTE E PRODOTTI INNOVATIVI

La storia di successo di un cliente:



IL PROBLEMA:

Telia, la più grande azienda di telecomunicazioni della Scandinavia, non si limita a tenere in contatto tra loro milioni di persone. L'espansione del 5G nella regione ha imposto di prendere in esame tutto, dagli smartphone del segmento consumer fino agli autobus a guida autonoma basati sulle reti 5G. Telia ha cercato di massimizzare i flussi di entrate in base ai modelli di movimento delle masse.



LA SOLUZIONE:

Telia ha messo Tableau al centro dell'iniziativa Crowd Insights. Il sistema migliorato ha fornito a Telia una soluzione intuitiva, facile da imparare e adattabile, per scoprire nuovi modi di monetizzare i dati acquisiti e sviluppare nuovi flussi di entrate per l'azienda.



I RISULTATI:

Il programma Crowd Insights di Telia ha fornito dati migliorati e facili da assimilare, aiutando gli utenti a comprendere, esplorare e condividere informazioni che hanno avuto conseguenze positive sulla pianificazione urbana. Ad esempio, il nuovo ampliamento della metropolitana di Helsinki ha ridotto di 13 tonnellate le emissioni giornaliere di CO₂ grazie a Crowd Insights.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Grazie ai dati di Crowd Insights è stato possibile ridurre di 13 tonnellate al giorno le emissioni di CO₂ nel nuovo ampliamento della metropolitana di Helsinki

"Con la piattaforma di analisi integrata di Tableau possiamo concentrarci sulla creazione di nuovi servizi. Tableau può essere integrato e personalizzato nelle applicazioni esterne, mettendo così le dashboard direttamente nelle mani dei clienti per le loro analisi."



KRISTOFER ÅGREN
Head of Data Insights
Telia

Individuare le efficienze in termini di costi e trasformare le operazioni esistenti

Ottimizzare i costi è fondamentale in qualsiasi settore, ma la maggiore pressione competitiva e normativa, insieme all'aumento delle spese in conto capitale hanno imposto alle aziende delle telecomunicazioni di prestare maggiore attenzione a questi aspetti.

L'introduzione del 5G, insieme al necessario potenziamento delle reti fisse obsolete, ha comportato un aumento delle spese in conto capitale per il settore, ma rappresenta anche un'opportunità. L'integrazione di tecnologie emergenti come l'IA, l'automazione, il 5G e l'IoT come forza trainante della trasformazione digitale contribuisce a migliorare l'agilità e l'efficienza oltre che a soddisfare le crescenti aspettative dei clienti.

Sfruttando al meglio l'opportunità di trasformarsi e modernizzarsi valorizzando l'automazione e la trasformazione digitale puoi incrementare le entrate con efficienza sempre maggiore.



46%

Il 46% dei dirigenti del settore delle telecomunicazioni pensava che la mancanza di pianificazione a lungo termine stesse frenando le iniziative legate all'automazione.

Fonte: EY

4 dirigenti su 5,

nel settore delle telecomunicazioni, stanno rivalutando il ritmo delle iniziative di automazione o adottando estese misure per adeguare i piani esistenti.

Fonte: EY

INDIVIDUARE LE EFFICIENZE IN TERMINI DI COSTI E TRASFORMARE LE OPERAZIONI ESISTENTI

La storia di successo di un cliente:



IL PROBLEMA:

M-net fornisce servizi telefonici, internet e televisivi a circa 380.000 imprese e famiglie della Germania meridionale. Utilizzando una rete di linee sia di proprietà, sia in affitto, M-net aveva difficoltà a valutare la redditività dei singoli clienti, considerando il numero di variabili coinvolte.



LA SOLUZIONE:

M-net ha deciso di sviluppare un insieme di dashboard utilizzabili sia per l'analisi che per le presentazioni. Le dashboard sono state progettate in modo da includere dati aziendali e tecnici sia per i clienti privati, sia per le reti utilizzate da M-net. Partendo dalle dashboard iniziali l'azienda ha elaborato l'analisi visiva per tutte le linee, le porte e le aree di servizio, allo scopo di approfondire la comprensione della redditività nelle singole regioni.



I RISULTATI:

L'azienda ora utilizza i dati per agevolare il processo decisionale in ogni aspetto per quanto riguarda la rete dei propri clienti. Tableau ha aiutato M-net a prendere decisioni accurate a lungo termine a proposito della rete, il che ha determinato investimenti più mirati e una maggiore redditività.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Gli utenti ora possono monitorare con efficacia gli indicatori chiave delle prestazioni (KPI) essenziali: ricavi, costi, numero di contratti, prodotti e quota di mercato

"La corretta attribuzione dei diversi costi a ogni singolo cliente in modo proporzionale richiedeva la conoscenza approfondita di ciascun fattore di costo."



MARKUS KOLP
Business Intelligence Analyst
M-net

Migliorare l'orientamento al cliente con analisi basate sui dati

Le esigenze dei clienti sono in costante evoluzione e cambiamento, ma per costruire relazioni di lunga durata è indispensabile rimanere al passo con queste esigenze. Per riuscirci è fondamentale ottenere risposte concrete, comprenderle e quindi rivolgersi al cliente in modo mirato.

Ottimizzando i dati di vendita e di marketing, dati che già possiedi, puoi iniziare a migliorare la comprensione e ad approfondire la relazione con il cliente. Se analizzati correttamente, i dati consentiranno una segmentazione più consapevole, offerte e interazioni più mirati e una comprensione migliore della pertinenza di ogni canale.

Grazie a questa analisi e a questa micro-segmentazione in tempo reale puoi stabilire un contatto con i clienti sapendo sempre quando e dove desiderano interagire, in modo da orientare con efficacia le interazioni per la customer experience.

Gli operatori del settore delle telecomunicazioni spendono quasi il 50% del budget digitale in ricerca e in attività di affiliate marketing, che riguardano quasi la totalità degli ordini.

Fonte: [McKinsey](#)

Gli operatori più efficienti, nel settore delle telecomunicazioni, hanno adottato dei percorsi del cliente accuratamente progettati per raggiungere tassi di conversione 3,4 volte superiori rispetto ai loro concorrenti

Fonte: [McKinsey](#)



MIGLIORARE L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE CON ANALISI BASATE SUI DATI

La storia di successo di un cliente:



IL PROBLEMA:

Swisscom, uno dei brand più noti e apprezzati della Svizzera, fornisce soluzioni di telecomunicazione a milioni di aziende e clienti privati in tutto il Paese. L'azienda ha deciso di cambiare il modo di utilizzare i dati, con l'obiettivo di collegare tra loro tutti i dati, da quelli relativi alle prestazioni delle antenne di rete fino a quelli sull'efficacia delle campagne di marketing.



LA SOLUZIONE:

Swisscom si è affidata a Tableau per eliminare i silos che si erano formati nelle varie unità aziendali. In precedenza potevano essere necessarie settimane per trovare, estrarre e riunire i dati, mentre ora l'azienda può contare su una community dei dati integrata e agile.



I RISULTATI:

Il canale B2B ha visto il cambiamento più grande, con i dati utilizzati per monitorare il coinvolgimento dei clienti e per capire in che modo affrontano il processo di vendita. Ora i 2.800 dipendenti dell'azienda utilizzano i dati come risorsa strategica, per prendere decisioni tempestive. La customer experience è quindi migliorata e l'azienda continua a crescere.

IRISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

L'accesso alle informazioni in tempo reale determina un

+15%

degli ordini B2B online

"La flessibilità di Tableau ci permette di reagire rapidamente e di generare informazioni che favoriscono la migrazione."

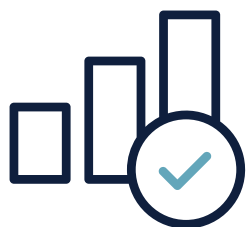


ERIC BUGNON
Product Owner, Tools for Analytics
Swisscom

Ecco come Tableau aiuta le aziende che si occupano di telecomunicazioni a capire i dati e raggiungere il successo in tutta Europa

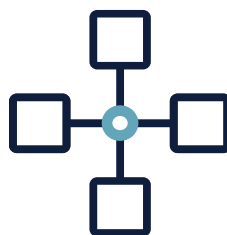
È un periodo dinamico per uno dei settori più dinamici del mondo, ma i rapidi cambiamenti a cui assistiamo comportano delle sfide.

È evidente però che le aziende più lungimiranti stanno approfittando della possibilità di comprendere i dati per essere più connessi nel modo di rivolgersi ai clienti e di affrontare il cambiamento interno. **Tableau aiuta a comprendere meglio i dati offrendo:**



Una vista in tempo reale dell'intera attività

La velocità di reazione è fondamentale: ecco perché Tableau aiuta a prendere decisioni basate sui fatti in tempo reale.



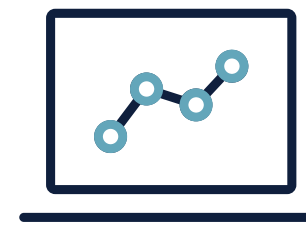
La rimozione dei silos per coinvolgere l'intera azienda

Riunendo i dati dell'intera organizzazione, Tableau aiuta a sviluppare prodotti e proposte innovativi.



Una vista completa dei clienti

Tableau offre una vista dei clienti in corrispondenza di ogni punto di contatto, aiutandoti a migliorare la loro esperienza e a conquistare un vantaggio competitivo.



Decisioni fondamentali più rapide

Tableau mette i dati e l'analisi al centro del processo decisionale, aiutando l'intera organizzazione a individuare le opportunità di ottimizzazione dei costi.

E adesso, che direzione prendere?

Ogni azienda avrà priorità diverse per quanto riguarda i quattro problemi delineati in questo ebook. Abbiamo parlato di come alcune hanno usato Tableau per risolverli: potrebbe essere proprio ciò di cui hai bisogno, ma non finisce qui.



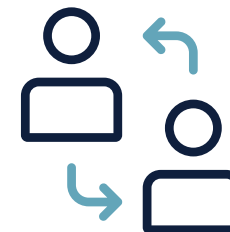
Impara

Segui i nostri executive briefing o i webinar su tableau.com. Troverai moltissime informazioni e risorse didattiche per capire meglio quanto sia importante un punto di vista chiaro sui clienti.



Parla

Se vuoi parlare in modo più diretto di come Tableau può aiutarti a risolvere i tuoi problemi, saremo felici di ascoltarti: [contattaci](#) per organizzarci.



Condividi

Coinvolgi il tuo team e il resto dei dirigenti. Condividi questo ebook, avvia una conversazione e preparati ad avere una visione più chiara dei tuoi clienti.



www.tableau.com