

**Le attività della Fondazione Irso sul
Customer and Citizen Management**



II CMF - Customer Management Forum

La Fondazione Irso gestisce il Customer Management Forum, giunto ora alla nona edizione che si concluderà a fine giugno, e sta per avviare la decima edizione.

Il Customer Management Forum è una **community** che coinvolge da ormai 9 anni gran parte delle aziende e Pubbliche Amministrazioni che hanno investito in strutture di customer care e CRM. Attraverso un percorso di eventi e ricerche sul tema si è creata una piattaforma che ospita la comunità italiana sul customer e citizen management (circa 14.000 membri di cui un 10% presenti con attività costanti).

Fondato nel 2000 da Federico Butera e Sebastiano Bagnara e affidato a Enrico Donati, il CMF è stato successivamente gestito da Thomas Schael e negli ultimi anni da Maurizio Mesenzani. Il Comitato scientifico include oggi Sebastiano Bagnara, Federico Butera, Giorgio De Michelis, Maurizio Mesenzani, Roberto Montanari e, dal 2009, da dirigenti di azienda che da anni seguono il programma. Il Project Manager è Daniele Butera.

L'attività si concentra da una parte sugli **eventi** (workshop tematici, convegni, viaggi studio all'estero), che sono un'occasione di scambio di esperienze fra la comunità professionale del CRM in Italia e le persone appartenenti ad aziende ed enti pubblici che hanno sviluppato strategie di CRM; dall'altra sulla **ricerca annuale su strategie di CRM e contact center**, i cui risultati vengono presentati e diffusi ogni anno a tutti i membri della community.

Il CMF ha diversi obiettivi e finalità.

Le **finalità scientifiche ed istituzionali** riguardano lo studio e il monitoraggio di un fenomeno di vasto impatto sociale come la diffusione delle unità di front-line organizzate come call e contact center, URP, filiali, centri assistenza, etc, che impiegano milioni di persone con forme contrattuali spesso atipiche, ma che rappresentano il cuore strategico delle attività delle imprese e degli enti pubblici: la gestione dei clienti e dei cittadini. Dal punto di vista istituzionale il CMF è un organo di monitoraggio autonomo ed indipendente, in grado di influenzare i decisori pubblici e privati e i policy makers attraverso raccomandazioni.

Gli **obiettivi operativi** riguardano prevalentemente le imprese e la PA: l'incontro tra domanda e offerta di servizi professionali, tecnologie, formazione e sviluppo, e tra domanda e offerta di lavoro qualificato. In quest'ottica il CMF è una piattaforma di incontro per i partecipanti per valutare partnership, accordi interaziendali, integrazioni d'impresa, e per scambiarsi buone pratiche di gestione, organizzazione, sviluppo. Attraverso partnership e sponsorship il CMF permette alle aziende di presentare le proprie problematiche e la propria offerta. Nell'ambito dei temi chiave del CMF, la Fondazione Irso fornisce i propri servizi di benchmarking, consulenza e formazione, valorizzando il patrimonio di casi, esperienze e progetti realizzati.

Gli **obiettivi di networking e community** sono prevalentemente rivolti alle persone: l'incontro tra manager e professional del "mondo del CRM" permette un costante aggiornamento delle relazioni individuali, utili in caso di cambi di lavoro, di posizioni da ricoprire o di esperti da consultare. È possibile valorizzare le esperienze maturate attraverso una costante attività di networking, la pubblicazione di paper e di case histories, la condivisione di testimonianze in

eventi allargati o in gruppi ristretti, con un effetto di visibilità ed empowerment dei singoli professionisti.

Le attività della Fondazione Irso sul Customer and Citizen Management

Di seguito vengono presentate le attività professionali della Fondazione Irso correlate al Customer and Citizen Management.

Frequentemente si opera realizzando interventi che combinano sia attività di ricerca, che attività di progettazione organizzativa e di formazione.

1. Ricerca intervento

- **Benchmarking**
- Ricerche sui **sistemi professionali e organizzativi della front line**
- **Forum multicliente** ("Customer Management Forum")

2. Diffusione scientifica e manageriale e community

- **Lectures, workshop e convention** di aziende e pubbliche amministrazioni da parte dei senior partners
- **Seminari di Studio** su temi di frontiera negli studi sull'organizzazione e sul lavoro del Customer Care
- **Pubblicazioni**
 - articoli
 - libri

3. Progettazione e realizzazione di interventi organizzativi

- Progettazione e implementazione di sistemi integrati di organizzazione, tecnologia e competenze per lo **sviluppo di microstrutture e team** nelle aree di contatto con i clienti e i cittadini
- Progetti di **change management** e progetti interfunzionali di innovazione e integrazione in campo organizzativo e tecnologico
- Supporto allo **sviluppo strategico e organizzativo di medie imprese** che potenziano la loro customer centricity
- Sistemi e strutture organizzative di **customer care**
- **Sistemi professionali e di sviluppo delle persone**
- Soluzioni organizzative per l'**affidabilità** e la **gestione del rischio**
- Progettazione o riprogettazione di **ambienti online di apprendimento / collaborazione / community** seguendo criteri di ergonomia cognitiva e usabilità che massimizzino i risultati di utilizzo e la relazione con il sistema organizzativo
- Elaborazione di **simulazioni e scenari** tramite software ad hoc per supportare i processi di programmazione, controllo, previsione e decisione in merito alle leve economiche e organizzative (ad es. organizzazione delle vendite, gestione di reti di partnership, etc)

4. Formazione per l'attivazione delle persone e dei team

- **Aule interattive**, che possono includere visite didattiche, testimonianze, role playing, lavori di gruppo su casi o autocasi, etc
- **Learning Tour**: percorsi di apprendimento per il management basati su visite ad altre realtà aziendali, tipicamente in altri paesi (USA, Estremo Oriente, Europa), finalizzati all'elaborazione di proposte progettuali per la propria organizzazione
- **Action Learning o Project Work**: percorsi di accompagnamento a team per la realizzazione di un progetto di interesse aziendale (ad esempio analisi e riprogettazione dei processi, elaborazione di progetti di efficienza o di innovazione, etc), attraverso una metodologia definita che consente di mantenere il doppio focus: generare la soluzione del problema e al tempo stesso l'apprendimento dei partecipanti
- **Seminari manageriali**: cicli di incontri che combinano testimoni aziendali, testimoni esterni (accademici o professionali) e riflessione dei partecipanti, orientati allo sviluppo di cultura manageriale, o alla diffusione di conoscenze su temi strategici per l'azienda
- **Internal cases**: raccolta di esperienze interne, sistematizzate e presentate sia sotto forma di *best practice* da utilizzare per la condivisione e diffusione interna ed esterna, che sotto forma di *business case* (tipo "Harvard") da utilizzare per la formazione
- **Business Game**: uno strumento formativo che simula e riproduce in parte la complessità di gestione dell'attività dei partecipanti, finalizzato a sperimentare l'uso di tutte le leve a disposizione e a rinforzare la visione interfunzionale delle attività
- **Laboratorio di innovazione**: un percorso per lo sviluppo di un progetto di innovazione, supportato da lezioni, casi, best practices e project work, orientato a trasferire un approccio all'innovazione a 360° (cosa e come innovare, network per l'innovazione, processi, organizzazione e cultura dell'innovazione)
- **Team change / team coaching**: interventi per l'integrazione e lo sviluppo di team manageriali attraverso una metodologia di accompagnamento che interviene contemporaneamente sia su aspetti del funzionamento organizzativo che su comportamenti e stili manageriali
- **e-Learning**:
 - moduli di formazione e-learning sviluppati sulle tematiche distintive della Fondazione Irso, orientati a supportare sia i partecipanti che i docenti/tutor in percorsi a distanza o misti (corso, condivisione di materiali, strumenti di rilevazione del gradimento, valutazione / certificazione, interazione post-aula)
 - progettazione di format per i contenuti, seguendo criteri di ergonomia cognitiva e usabilità che massimizzino i risultati di apprendimento e il valore della tutorship
 - seminari per i formatori / tutor / facilitatori, o per chi progetta e gestisce i contenuti (scrivere per il web, usi di diversi media, specificità della formazione on-line, ecc.)