



Sublime efficientamento organizzativo: quando il cuoco svolge le mansioni del lavapiatti (con poca acqua e sapone)

In Azienda da qualche tempo si sta vivendo un momento di transizione delicato e incerto riguardo allo scorporo delle attività di network. Questa situazione genera aspettative, ansie e una perdita di focus sugli obiettivi veri dell'organizzazione, come recentemente denunciato in una lettera aperta da CNQ.

In particolare, ci riferiamo al perimetro di Customer Care di CO.CS/CS, che recentemente ha subito un cambiamento nelle attività.

Oltre al compito consolidato di gestire la clientela TOP e Large, ora dovrà occuparsi anche delle chiamate in entrata di tutti gli utenti finali per i servizi di ambito mobile a livello nazionale, precedentemente gestite da TCC- Telecontact Center - (anche se non si hanno informazioni certe) e ora falsamente internalizzate.

Questo comporta un enorme danno sia per il cliente esterno che interno, in quanto le risorse che prima si occupavano della gestione e fidelizzazione della clientela di valore, adesso sono impegnate a rispondere come un Call Center a una miriade di utenti finali, come ad esempio dipendenti ministeriali o delle Forze dell'Ordine, che hanno problemi con il proprio profilo mobile (gli utenti finali).

Tutto questo avviene senza procedure e regole chiare, con personale che risponde a livello nazionale, ad esempio un operatore di CO.CS EPA in Lombardia che deve rispondere a un dipendente della Regione Siciliana senza conoscere il contratto specifico e il contesto operativo dell'Ente. Inoltre, segnaliamo che:

- 1. Il flusso di lavoro CRM/A è inadeguato in termini di velocità e continui problemi che riducono il livello di servizio, rendendo impossibile gestire le richieste in tempo reale;*
- 2. Si introduce un ulteriore onere nel documentare le esigenze degli utenti finali, richiedendo ulteriori tempi e attività;*
- 3. Risorse di valore sono state declassate a ruoli di minor importanza senza strumenti, procedure e formazione adeguate;*
- 4. L'attività di back office per la gestione normale della clientela TOP/Large, con priorità sull'avvio del ciclo di contract-order management e Loyalty, viene marginalizzata e diventa casuale (a discapito di quanto stabilito come missione principale dell'azienda).*

Ci auguriamo che chi ha valutato i costi e i benefici abbia tenuto conto di quanto sopra e non si sia fatto influenzare dalla diffusa "defocalizzazione" citata all'inizio.

Cital Comunicazione registra e accoglie le preoccupazioni e il malcontento diffuso, denunciando anche il continuo degrado della soddisfazione dei lavoratori. Siamo preoccupati e sconcertati per coloro che "rubano il futuro". Infine, invitiamo le altre organizzazioni sindacali a utilizzare quanto sopra come promemoria per l'incontro con l'Azienda fissato per il prossimo 6 del mese corrente.

Trento 04-07-2023

Segreteria Nazionale Citalcom