



**Mediacom**

Il partner per le tue attività di supporto

## **Filo diretto con il cittadino**

Sfide e scenari dei servizi di interesse generale





Le aziende e gli enti che gestiscono servizi di pubblica utilità rivestono un ruolo fondamentale per il sistema produttivo locale.

## LA DIMENSIONE SOVRANAZIONALE DI RIFERIMENTO

L'attuale sistema dei servizi di interesse generale ha cambiato il volto di amministrazioni pubbliche e "vecchie società municipalizzate". Parallelamente alla riforma del settore pubblico, la loro *mission* cambia radicalmente, ampliando visioni ed ambiti di territoriali di riferimento. L'Europa è diventato il principale interlocutore e finanziatore di istituzioni pubbliche e private, dettando principi e direttive. Il **cittadino/cliente** è diventato il centro della programmazione degli obiettivi grazie a strumenti precisi, come la **Customer Satisfaction**, e principi d'azione, come la **trasparenza**.

La svolta è inevitabile. Dall'utilità sociale ai cittadini ai **global services** agli **utenti/clienti**.

Gli enti pubblici e le aziende speciali (ex municipalizzate) sono di fatto delle imprese strategiche che devono soddisfare i fabbisogni essenziali dell'uomo moderno nella *new economy* e supportarlo nella rivendicazione di nuovi diritti di cittadinanza e nella sperimentazione di nuove forme di socialità, anche attraverso i new media. Il **Web 2.0** ed i servizi on-line, in accordo con la crescente **digitalizzazione** e **semplificazione** dei servizi pubblici, allargano di fatto le possibilità e le modalità di contatto tra azienda ed utenti, aumentando di conseguenza anche le necessità di assistenza on e off-line, contribuendo così alla determinazione della qualità della vita di comuni di ogni grandezza e metropoli. La competizione oggi si gioca tra i sistemi territoriali e la **consulenza strategica** diventa la leva del successo. L'esperienza più che decennale di **Mediacom Srl** in servizi di consulenza ed outsourcing le permette di porsi come partner ideale per lo studio e l'implementazione di interventi strategico-consulenziali in grado di offrire le soluzioni più adeguate alle esigenze del cliente, attraverso politiche e strumenti **Customer Oriented**.

*La riforma del settore pubblico  
ha coinvolto i servizi di interesse  
generale*



## IL MERCATO EUROPEO DEI SERVIZI E LA COSTRUZIONE DI UN'IDENTITÀ COMUNE



L'Europa si è data come strumento del proprio benessere sociale un mercato comune portatore di qualità sociale, quello dei servizi, realizzato nell'interesse generale. Ma che cosa significa essere **cittadini d'Europa**?

Si può essere cittadini europei senza avere pieno accesso alla comunicazione e all'informazione? Si può essere cittadini europei senza accesso continuo, garantito a prezzi accessibili e con standard di qualità elevati all'acqua, all'energia elettrica, all'ambiente sano, alla mobilità fisica?

Sviluppare servizi di qualità e con alte performance è l'ambizione di tutti coloro che sono responsabili di rispondere ai bisogni dei cittadini.

I concetti di **qualità** e **performance** implicano la definizione e la misurazione degli standard dei servizi e del rapporto qualità-prezzo, la definizione di procedure che tengano conto delle critiche, la valutazione dell'efficacia dei servizi, il monitoraggio della percezione dei servizi erogati.

La qualità riguarda complessivamente la progettazione e la gestione dei servizi di cui i cittadini/clienti hanno bisogno, coinvolgendoli insieme ad altri **stakeholders** in questo importante processo, con l'obiettivo di:

- **erogare servizi pubblici all'interno di mercati aperti e competitivi**
- **mantenere un elevato livello di qualità e di sicurezza**
- **garantire i diritti dei clienti**
- **ascoltare le esigenze dei cittadini e la relativa percezione dei servizi erogati**
- **controllare e valutare il funzionamento delle prestazioni**

***Un mercato dei servizi a prezzi accessibili e di qualità è  
una questione di democrazia***

## MEDIACOM. L'ESPERIENZA E LA PROFESSIONALITÀ

**Mediacom nasce nel 1998** con l'obiettivo di soddisfare le necessità delle aziende di esternalizzare i processi che ne rallentano la creazione di valore. L'attività si concentra inizialmente sull'erogazione di servizi di **Customer Care** e di **Gestione Numeri Verdi** per la Pubblica Amministrazione e le PMI. In breve tempo, in virtù del know-how acquisito e della costante attenzione rivolta agli investimenti in Risorse Umane ed in tecnologie avanzate, l'azienda riesce a diventare un punto di riferimento in Italia nell'erogazione di servizi in outsourcing, in particolare in tre ambiti di attività:

- Contact Center Inbound e Outbound e Customer Relationship Management (CRM)
- Gestione Crediti Commerciali
- Ricerche di Mercato e Marketing



Mediacom utilizza criteri di oggettività e trasparenza e dispone di un sistema professionale di riferimento certificato per la valutazione di skills e potenziale. Inoltre, è certificata **Uni-En Iso 9001:2008**.

L'esperienza ed il continuo lavoro svolto negli anni le hanno permesso di diventare partner di numerose istituzioni locali, tra cui i **Comuni di Toscolano Maderno (BS), Idro (BS), Pieve di Emanuele (MI), Marano di Napoli, Capodrise (CE)**, ed aziende speciali come **ASIA Napoli Spa** e **SMG Acquedotto**. Si sono rivolte a Mediacom anche grandi realtà nazionali ed internazionali come Schindler Spa, Gancia Spa, Telecom Italia Spa, Consodata Spa, Praxair Group e Sol Group, due giganti del settore farmaceutico.

Attualmente Mediacom è presente sul territorio nazionale con tre sedi: **Napoli, Milano e Caserta**.

***Dal 1998 Mediacom investe in formazione professionale ed innovazione***



## MEDIACOM ED ISTITUZIONI. SERVIZI ANTE-LITTERAM

Nel **1999 Mediacom, prima in Italia**, lancia il servizio innovativo "**Filo diretto con il Cittadino**" per avvicinare, attraverso il contatto telefonico, i cittadini/utenti all'ente pubblico o alla ex municipalizzata. Solo nel 2000, lo Stato emana poi la **legge quadro n. 150** sulle attività di informazione e comunicazione pubbliche. In seguito anche la Commissione Europea ne detta i principi e ne esalta l'importanza con il **Libro bianco su una politica di comunicazione europea**.



L'**ascolto diretto** delle esigenze dei cittadini diventa una questione strategica in grado di aumentare le performances. Mediacom riesce realmente a colmare il gap tra le Istituzioni e i cittadini con i suoi servizi che supportano l'istituzione nella realizzazione di una governance multilivello per raggiungere i cittadini nel proprio ambiente domestico, tenendo conto delle tipologie di prestazioni erogate, delle evoluzioni tecnologiche e di mercato.

Con servizi di **Telesoccorso**, Mediacom riesce a gestire emergenze segnalate dall'utenza o rilevate in automatico da una centrale di controllo, attivando una rete di contatti fino alla completa risoluzione dell'urgenza. Il **Telecontrollo** consente di monitorare gli utenti del servizio attraverso chiamate di compagnia, con il duplice obiettivo di assisterli e prevenire le emergenze. L'**Assistenza Dedicata** permette di fidelizzare il rapporto con l'azienda, con una gestione personalizzata e costante degli utenti da parte degli operatori telefonici. Servizi di **e-mailing** ed **SMS informativi** consentono in pratica di raggiungere in tempo reale i cittadini ovunque si trovino per comunicazioni tempestive, come l'interruzione improvvisa del servizio idrico, il ritiro differito dei rifiuti o una campagna massiva di vaccinazione.

***I servizi Mediacom anticipano i processi di riforma del settore pubblico***

## MEDIACOM E CRM. IL CONTATTO PRIMA DI TUTTO

L'efficienza e l'efficacia dei call center commerciali si configurano come un nodo fondamentale nella relazione con gli utenti. La stessa Autorità per l'energia elettrica e il gas ha monitorato la soddisfazione dei clienti e la percezione della qualità dei servizi telefonici (l'indagine pilota è del 2006).

La divisione **Contact Center** nasce per integrare e sviluppare le esigenze di comunicazioni *in-out* con un **help desk attivo 24h per 365 giorni** con personale multilingua qualificato in grado di adattarsi alle esigenze di enti pubblici ed aziende speciali che hanno bisogno di comunicare e di offrire servizi con ogni mezzo. Mediacom affianca le aziende nella gestione interattiva dei servizi offerti e fruiti on-line, con Help-Desk telefonici ai servizi **Web 2.0**.



La garanzia di ottenere i **Service Level Agreement (SLA)** maggiormente performanti è assicurata dall'utilizzo delle migliori tecnologie e da un continuo monitoraggio delle prestazioni interne. La qualità dei processi e dei servizi è una prerogativa Mediacom, che gestisce il rapporto con l'utente fin dal primo contatto telefonico per soddisfarne le esigenze ed in modo assolutamente trasparente. Difatti, i servizi possono essere monitorati da remoto, tramite un software che consente reports in tempo reale sullo stato dei contatti gestiti. Grazie a strategie pro-attive, Mediacom va oltre la semplice registrazione di un reclamo: con le *cordial calls*, ad esempio, prende in carico l'intero processo di risoluzione di situazioni critiche, chiudendo il cerchio della fidelizzazione.

***Il Contact Center copre ogni esigenza di comunicazione costante e trasparente***



## MEDIACOM E GESTIONE DEI CREDITI COMMERCIALI. NON SOLO RECUPERO

I servizi pubblici svolgono un ruolo essenziale per costruire i valori comuni dell'Unione europea. Per questo devono garantire un elevato livello di qualità, sicurezza e accessibilità economica

**Garantire la qualità, riducendo i costi.**

L'ottimizzazione delle risorse economico-finanziarie diventa così imprescindibile per chi gestisce questi servizi e pone l'accento non solo sul recupero dei crediti vantati dall'azienda, sia essa pubblica o privata, bensì su una diversa gestione delle risorse finanziarie e del **cash flow**.

La **Divisione Crediti** interviene in via stragiudiziale con **trasparenza, rapidità, efficacia e senza oneri iniziali e costi fissi. Infatti la remunerazione è legata solo al risultato ottenuto.**

Attraverso un team di avvocati, **l'assistenza legale** necessaria è **offerta gratuitamente.**

Integrando molteplici competenze professionali, spiccate doti relazionali e metodologie gestionali consolidate, i crediti vantati vengono incassati ed il complessivo rapporto di cittadinanza con i clienti/utenti salvaguardato. Con applicazioni Intranet/Internet, i committenti possono accedere a reports on line sullo stato dei contatti con i debitori aggiornati in tempo reale. Mediacom pone in essere le attività di **consulenza** e gli strumenti di analisi utili a conformare il credito da recuperare agli standard dell'**ageing analysis**. Il valore del **TEMPO MEDIO D'INCASSO (D.S.O. = (Crediti/Fatturato)\*360)** determinerà le diverse tipologie di credito (incagliato, scaduto, corrente), consentendo di agire in maniera mirata per anzianità del credito. Gli specialisti analizzano e monitorano nel tempo l'impatto dei DSO sull'operating cash-flow, e sulla riduzione dell'entità dei mancati pagamenti, esaltando la capacità dell'azienda di autofinanziarsi attraverso processi di ottimizzazione del CCN (capitale circolante netto).

Mediacom fornisce inoltre assistenza sulla contrattualistica cliente-fornitore ed indirizza il committente verso le migliori politiche commerciali, analizzandone l'impatto in termini di quota di mercato e/o margine economico (**What If Analysis**).

***La gestione dei crediti avviene in ogni fase nel rispetto del rapporto con i cittadini/utenti***





## MEDIACOM E MARKETING. RICERCHE DI MERCATO E CUSTOMER SATISFACTION

Gli strumenti d'indagine per orientarsi al mercato sono centrali per analizzare le esigenze della comunità, **monitorare** la soddisfazione ed ascoltare le esigenze dei propri clienti. La specializzazione di Mediacom in **Ricerche socio-demografiche** e **Customer Satisfaction** consente di realizzare progetti e di studiare sul territorio fenomeni sociali nonché il grado di soddisfazione di cittadini, utenti e personale interno (*employer satisfaction* **D.lgs n.29 del 1993 art. 12 - D.M. del 27 gennaio 1994**).



**L'ascolto dell'utenza** acquisisce un senso compiuto nella misura in cui diventa lo spunto di riflessione per una valutazione della qualità dei servizi offerti e per una eventuale rimodulazione degli stessi, per garantirne una crescente accessibilità e qualità, nel rispetto dei doveri che le stesse aziende si danno attraverso le Carte dei Servizi.

Il monitoraggio costante nel tempo, sondando le variabili sociali attraverso le tecniche di rilevazione quali/quantitative **CATI, CAPI, CAWI, face to face, focus group**, consente di ottenere un valore assoluto circa la qualità del servizio offerto. Mediacom opera con committenti nazionali ed internazionali ed ha consolidato partnership con i dipartimenti dell'**Università Federico II di Napoli** e dell'**Università di Salerno**.

***L'ascolto attivo dell'utenza permette una valutazione  
compiuta della qualità dei servizi erogati***



## MEDIACOM E LE SFIDE. LA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Da tempo l'Unione Europea si propone di giungere fino al cittadino attraverso la democrazia regionale e locale, sostenendo la partecipazione e l'interconnessione tra società civile e mondo produttivo, in un duplice intervento: da un lato promuove regole per il mercato vero e proprio, dall'altro sostiene l'adozione di **comportamenti virtuosi**, che vadano oltre gli obblighi giuridici, per rispondere responsabilmente alle esigenze della società. Il principio della **Corporate Social Responsibility** supera il semplice rapporto costi-benefici con investimenti di lungo periodo che implicano l'adozione di strumenti di gestione e comunicazione evoluti, come il **Bilancio Sociale**.



Il **Bilancio Sociale** è uno strumento straordinario, in quanto rappresenta la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto agli occhi della comunità di riferimento, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali. Un documento che indica come un'azienda, perseguendo i propri obiettivi, migliori la qualità della vita nell'ambiente in cui è inserita. Tra i più importanti **strumenti di comunicazione** istituzionale, la **Divisione Marketing** progetta, realizza e supporta enti pubblici ed aziende speciali nella realizzazione di bilanci sociali, che ne evidenziano i risultati ottenuti, l'identità aziendale, il valore aggiunto creato, la performance economica, l'impatto sull'ambiente e sulla società.

*L'attività di consulenza strategica supporta  
le sfide più ambiziose*



Acqua, gas, energia, igiene ambientale e trasporti locali influiscono sulla qualità della vita di cittadini e comunità.

**M E D I A C O M   S . r . l .**

**Sede Legale:** Via Calamandrei, 5

Centro Direzionale, Isola F4 - 80143 **Napoli**

**Altre Sedi:** Viale Jenner, 51 – 20159 **Milano**

Via Gramsci, 54 - 81031 Aversa, **Caserta**

**Customer Service 800.023.123**

[www.soluzionimediacom.com](http://www.soluzionimediacom.com)

[marketing@soluzionimediacom.com](mailto:marketing@soluzionimediacom.com)



**Quality   Management   System**

UNI   EN   ISO   9001:2008   N°   9175.MDCM

UNI   EN   15838:2010   (UNI   11200:2010)   N°   018BZ/0

Rendimento Tecnologico Aziendale N° 000004 del 08/11/2013

PARTITA   IVA:   03467031211



Standard: ISO 9001:2008  
Certificato: N° 9175.MDCM



UNI EN 15838:2010  
UNI 11200:2010



Esame Tecnologico Aziendale  
Cert. n. 000004 del 08/11/2013