



# Mediacom

Il partner per le tue attività di supporto

## Trasporti per via navigabile



*Non esiste vento favorevole  
per il marinaio che non sa dove andare.*

*Seneca*



## PER NUOVI ORIZZONTI...

Turismo, ambiente, infrastrutture portuarie, navigazione interna. Il **trasporto per via navigabile (marittimo, fluviale, lacustre)** rappresenta non solo un'alternativa a quello stradale e ferroviario, ma anche una strategia per conciliare lo sviluppo economico e le istanze di una società sovranazionale esigente in termini di qualità e di sicurezza. Anche l'**Unione Europea** stimola la crescita del trasporto per via navigabile di merci e passeggeri attraverso **azioni concrete di sviluppo**, come la modernizzazione delle infrastrutture, l'armonizzazione delle attrezzature e delle procedure per sviluppare un trasporto moderno e sostenibile.

Il trasporto per via navigabile offre rilevanti occasioni di miglioramento del territorio, come la riqualificazione di zone costiere, la promozione di forme di mobilità alternative all'auto, la valorizzazione e sviluppo delle attività turistiche. Ad esempio, i servizi di trasporto marittimo possono consentire un accesso più semplice alle mete turistiche costiere e continentali, attraverso forme di integrazione con altri sistemi di trasporto pubblico, aumentando da un lato il flusso turistico e dall'altro riducendo il traffico su gomma e su rotaia.



*Il trasporto per via navigabile è  
un nodo strategico per lo sviluppo  
del territorio...*



## ...NUOVE ROTTE

L'Italia da anni fa registrare cifre elevate di trasporto passeggeri per vie navigabili grazie ai numerosi collegamenti nazionali e ad un sistema portuale costituito da un insieme complesso di risorse ed infrastrutture che rispondono alle più diverse esigenze di mobilità di merci e persone.

Per offrire servizi efficaci orientati alla **soddisfazione** dei propri clienti e al contempo cogliere tutte le **opportunità commerciali** offerte dal mercato, le aziende hanno bisogno di concentrarsi sul proprio **core business** per realizzare *performance* di crescita, senza trascurare **i momenti e le modalità di contatto e di ascolto dei clienti**.

**La consulenza strategica** diventa la **leva del successo** per poter gestire efficacemente tutte le attività di supporto. Grazie alla sua esperienza pluriennale in servizi di **consulenza ed outsourcing**, **Mediacom Srl** è 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 azioni e strumenti **Customer Oriented**.



*...che offre numerose opportunità commerciali.  
Per sfruttarle bisogna coniugare esigenze del mercato  
ed esigenze dei Clienti*



## MEDIACOM Srl. UN TIMONE SOLIDO E NAVIGATO

**Mediacom nasce nel 1998** con l'obiettivo di soddisfare le necessità delle aziende di esternalizzare i processi che ostacolano 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 quattro ambiti di attività:



- **Contact Center Inbound e Outbound, Customer Relationship Management (CRM)**
- **Gestione Crediti Commerciali**
- **Marketing e Ricerche di Mercato**
- **Servizi alla Pubblica Amministrazione e alle Aziende Speciali**

Mediacom utilizza criteri di oggettività e **trasparenza** e dispone di un **sistema professionale** di riferimento certificato **RSO** (primaria società di consulenza in organizzazione aziendale e risorse umane) 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 realtà nazionali ed internazionali come **Schindler Spa, Gancia Spa, Consodata Spa, Telecom Italia Spa, GlaxoSmithKline, Praxair Group e Sol Group**. Tra i clienti anche istituzioni locali, tra cui i Comuni di Toscolano Maderno (BS), Idro (BS), Pieve di Emanuele (MI), Marano di Napoli, Capodrise (CE), ed aziende speciali (ex municipalizzate) come **ASIA Napoli Spa** ed SMG Acquedotto.

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

*Dal 1998 Mediacom investe  
in formazione professionale ed innovazione*



## MEDIACOM E CUSTOMER CARE. *il contatto prima di tutto*

La **Divisione Mediacom 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, flessibile, sensibile**, in grado di adattarsi alle particolari esigenze di aziende di trasporto marittimo e fluviale, che hanno bisogno di comunicare e di offrire servizi con ogni mezzo ed in ogni momento. Mediacom le affianca nella gestione interattiva dei servizi offerti e fruiti on-line, con Help-Desk telefonici ai servizi **Web 2.0 e con servizi adeguati, disegnati ed organizzati operativamente per affrontare la strutturale stagionalità del settore.**



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 il cliente fin dal primo contatto telefonico con l'obiettivo di soddisfarne le esigenze ed in modo assolutamente trasparente. Difatti, i servizi possono essere monitorati da remoto, tramite un software che consente **report in tempo reale** sullo stato dei contatti gestiti.

Il Contact Center ascolta ed accoglie le esigenze di tutti i clienti, dalle necessità di **assistenza** durante le transazioni effettuate, le modifiche, gli annullamenti (garantendo una gestione integrata dell'intero processo dell'**Order to Cash**), le **informazioni** fino ai **reclami** per disservizi.

Grazie a strategie pro-attive, Mediacom va oltre la semplice registrazione di un reclamo: con le **cordial calls**, ad esempio, attraverso l'intero processo di risoluzione di situazioni critiche, riconduce il cliente alla piena soddisfazione nonché alla sua fidelizzazione.

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



## **MEDIACOM E MARKETING.** *una bussola in un mare di opinioni*

Gli strumenti d'indagine sono fondamentali per **analizzare** ed **anticipare** le tendenze del mercato, **monitorare** la soddisfazione ed **ascoltare** le esigenze dei propri clienti.

La specializzazione di Mediacom in **Ricerche socio-demografiche, Customer Satisfaction e indagini conoscitive** su clienti e prospect (segmentazione della clientela) consente di realizzare progetti ad hoc di studio del territorio, analisi di fenomeni economici e socio-comportamentali, nonché di rilevare il grado di soddisfazione di clienti interni ed esterni. **L'ascolto della clientela** acquisisce un senso compiuto nella misura in cui diventa lo spunto di riflessione per una valutazione della qualità dei servizi offerti e per un'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**.

Mediacom opera con committenti nazionali ed internazionali ed ha consolidato partnership con dipartimenti universitari dell'**Università Federico II di Napoli** e dell'**Università di Salerno**.

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.

***L'ascolto attivo del Cliente permette una valutazione  
compiuta della qualità dei servizi erogati***



## MEDIACOM E GESTIONE DEI CREDITI COMMERCIALI.

*un'ancora di salvezza*

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

Per ottimizzare le risorse economico-finanziarie è necessaria una gestione pro-attiva dei crediti vantati per aumentare i flussi di cassa, limitando gli interventi sistematici di **recupero**.

**Mediacom** è al fianco delle aziende che hanno necessità e volontà di muovere con successo le delicate **leve** dell'equilibrio finanziario: **cash flow, D.S.O., procedure, interessi finanziari, politiche commerciali, conservazione del portafoglio clienti.**

La **Divisione Crediti** interviene in via stragiudiziale con **trasparenza, rapidità, efficacia, senza oneri iniziali e costi fissi: la remunerazione è legata solo al risultato ottenuto.** Attraverso un team di avvocati, **l'assistenza legale** necessaria in ogni fase dell'attività di gestione dei crediti è **offerta gratuitamente.** 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**).

Le attività di **consulenza** e gli strumenti di analisi contribuiscono 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). Integrando molteplici **competenze professionali**, spiccate **doti relazionali** e **metodologie gestionali** consolidate, i crediti vantati vengono incassati ed il rapporto di **fidelizzazione** con i clienti salvaguardato. Con applicazioni Intranet/Internet, i committenti possono accedere a **report on line** aggiornati in tempo reale sullo stato dei contatti con i debitori.

***Gestire pro-attivamente i crediti significa non arrivare troppo tardi con interventi di solo recupero***



## MEDIACOM AL GIRO DI BOA.

*la sfida della corporate social responsibility*

L'Unione Europea si è posta l'ambizioso obiettivo di un **trasporto per via navigabile a zero rifiuti e zero emissioni**, promuovendo politiche di sviluppo ed azioni concrete. Inoltre, la crescente interconnessione tra società civile e mondo produttivo pone l'accento sugli aspetti intangibili delle attività economiche. Tutte le aziende, soprattutto quelle di trasporto, stanno integrando al loro interno **istanze di natura ecologica e sociale**, adottando **comportamenti virtuosi**, che vanno oltre gli obblighi giuridici, per rispondere responsabilmente alle esigenze dell'ambiente e 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 e le Carte dei Servizi**.



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, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità di riferimento. Un documento che indica come un'azienda, perseguendo i propri obiettivi, migliori la qualità della vita nell'ambiente in cui è inserita. La **Divisione Marketing** progetta, realizza e supporta le aziende nell'uso di quegli strumenti di **comunicazione etica** che ne evidenziano i risultati ottenuti, l'identità aziendale, il valore aggiunto creato, l'impatto sull'ambiente e le performance sociali ed economiche.

*La consulenza strategica supporta le sfide più ambiziose*



## MEDIACOM AsSEAstance *focus sulla nautica da diporto*

Per sviluppare il potenziale dell'**economia del mare** "Made in Italy", ovvero della nautica, del turismo nautico e del trasporto marittimo, Mediacom costruisce un mix di servizi personalizzati in cui il valore aggiunto consente ai suoi Clienti di affrontare le sfide di mercati sempre più competitivi.



La **nautica da diporto** è in particolare uno dei comparti che più incide sull'economia marittima e che più ha sofferto della difficoltà dei mercati.

**Mediacom** sostiene le aziende nautiche che hanno bisogno di snellire la propria organizzazione e rafforzare il proprio business.

La crescente pressione commerciale pertanto richiede agli attori del mercato di costruire il proprio mix di prodotti e servizi per soddisfare i Clienti finali anche dopo la vendita. **Assistenza totale, ascolto continuo e risoluzione dei problemi** trasmettono sicurezza ed affidabilità, contribuendo a fidelizzare i clienti acquisiti e ad attrarre quelli potenziali. Mediacom offre la consulenza strategica ed i servizi che rispondono concretamente alle esigenze dei Committenti.

**InSEAeme verso nuovi orizzonti.**



## MEDIACOM AsSEAstance

*focus sulla nautica da diporto*

**Mediacom AsSEAstance è Assistenza Totale 24 ore su 24 con un numero dedicato che può offrire:**

- **Assistenza tecnica** (tecnico al telefono, avaria in mare, esaurimento carburante, prenotazione alloggio se necessario)
- **Assistenza sanitaria** (medico al telefono, invio soccorsi, organizzazione rientro/rimpatrio)
- **Bollettino meteo** (condizioni meteo, mare, vento, aggiornamenti via e-mail, SMS o in altro modo concordato sui lanci di "Avvisi di Burrasca" ed "Avvisi ai Naviganti")
- **Informazioni nautiche** (rotte, distanze, velocità, tempi di percorrenza, carte nautiche, portolani, elenco fari e fanali, aree di pericolo e divieti)
- **Attracco e limiti** (informazioni sulla disponibilità di ormeggio in banchina ed in rada nei porti e nei Marina)
- **Emergenze** (salvataggio, soccorso, collegamento telefonico con autorità competenti, trasmissione comunicazioni urgenti, consulenza legale)
- **Aree naturalistiche marine** (informazioni su tutte le attività collegate ai Parchi Marini, alle attività subacquee, agli itinerari nautico-turistici e storico-archeologici)
- **Eventi ed informazioni turistiche** (informazioni, preventivi e/o disponibilità e prenotazione di alloggio, noleggio auto/moto, informazioni per il tempo libero, svago, spettacoli, concerti, benessere, sport e per i viaggi all'estero, informazioni sui documenti di ingresso nel paese e formalità, cambio valuta, bollettino meteo e temperature medie stagionali, usi locali, indirizzo delle Ambasciate e/o Consolati, situazione socio-politica del paese)



## UN MARE DI PROPOSTE

*Area Inbound*

**Mediacom è concretamente attenta** alle particolari esigenze delle aziende di **trasporti per via navigabile**. Per questo progetta **servizi ad hoc** che hanno il **duplice obiettivo** di mettere al centro il cliente, garantendogli la massima semplicità di contatto, e di consentire all'azienda la massima disponibilità di accesso alle informazioni di cui ha bisogno per il proprio business.

I servizi dell'**Area Inbound** trasformano una **modalità di contatto** in un'**opportunità di fidelizzazione**, in quanto offrono al cliente finale una risposta ad ogni esigenza: con un solo servizio è possibile ottenere informazioni su un'offerta turistica, prenotare ed acquistare on line biglietti ed essere al contempo seguiti nelle fasi di post-vendita.

Inoltre, i **servizi Inbound** possono essere progettati in **interazione** ed **integrazione** tra loro e quelli **dell'Area Ricerche**, per massimizzare le potenzialità di ogni servizio e per creare un **sistema informativo "intelligente"**, che riesca a fornire dati sui servizi erogati oltre che offrire assistenza alla clientela finale.



*Servizi ad hoc per un settore caratterizzato dalla stagionalità della domanda ed internazionalità della clientela*



## UN MARE DI PROPOSTE

*Area Inbound*

Il **Numero Verde** oltre alle tradizionali funzioni di assistenza clienti, gestione reclami, informazioni e prenotazione biglietti, è arricchito con notizie sulle destinazioni dei viaggi nelle date di partenza come **meteo, promozioni turistiche, segnalazioni di eventi particolari, noleggio auto, servizio taxi e navette**. Ciò presuppone la creazione di una **banca dati** di informazioni di vario tipo e la connessione a siti pertinenti (meteo, informazioni turistiche, eventi, servizio taxi, noleggio auto, ecc.), come gli Uffici del Turismo e le Capitanerie di Porto (per notizie meteo e di navigazione) per ottenere aggiornamenti in tempo reale.

L' **Help Desk** informatico può offrire supporto alla prenotazione on line. In caso di gestione interna, invece può offrire assistenza da remoto.

L'**E-ticket** rappresenta il naturale complemento del servizio di e-booking, per **dematerializzare il processo d'acquisto** e per un **controllo telematico centralizzato delle prenotazioni**.

Per massimizzare le potenzialità del servizio, è importante predisporre un form di registrazione in cui richiedere quei **dati socio-demografici** necessari per possibili integrazioni con le attività di **Customer Satisfaction**.

**Le campagne di mass marketing** in post-vendita consentono di fidelizzare il portafoglio acquisito, comunicando informazioni di vario tipo (pubblicitario, promozionale, meteorologico, turistico) sfruttando vari media: **SMS informativi, e-mail marketing**.

Ovviamente, questi servizi possono intervenire anche nella comunicazione tempestiva di disservizi, come condizioni meteo avverse, cancellazione partenze, cambio orari, over-booking.



*I servizi dell'Area Inbound consentono di fidelizzare la clientela grazie all'ascolto ed alla soddisfazione delle esigenze*



## UN MARE DI PROPOSTE

### Area Ricerche

I servizi dell'**Area Ricerche** possono essere erogati singolarmente e/o in interazione ed integrazione tra loro e con i servizi dell'**Area Inbound** (come sorgente di informazioni e dati socio-demografici), in modo da massimizzare le potenzialità di ogni strumento e le informazioni desumibili da ognuno. L'ascolto del Cliente è fondamentale per valutare la qualità dei servizi erogati e per rafforzare il rapporto di fiducia tra azienda e cliente.



**Le attività di Customer Satisfaction** possono integrare eventuali rilevazioni che l'azienda può distribuire periodicamente sui propri vettori con questionari. La rilevazione può essere realizzata in varie modalità:

- on line sul sito web dell'azienda
- dopo lo sbarco in modalità CATI

**L'Analisi dei clienti in entrata** consente di incrociare i dati provenienti dai servizi **Inbound** per operazioni di caratterizzazione e segmentazione della clientela anche rispetto al fornitore e alla sua offerta. Questa analisi permette di rilevare anche il grado di soddisfazione del cliente.

**Le attività dell'Area Ricerche** possono sfruttare le potenzialità del **Web 2.0** come sorgente informativa (chat, newsgroup, blog, social network), per reperire tutte quelle informazioni di difficile accesso, ma fondamentali per analizzare le tendenze della società, in modo da incrociarne le esigenze o addirittura anticiparle con nuovi servizi.

*Un cliente ascoltato è un Cliente soddisfatto e fedele*





**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:    0 3 4 6 7 0 3 1 2 1 1

