

Atto n. 13/07

**QUALITÀ DEI SERVIZI TELEFONICI COMMERCIALI
PER I CLIENTI FINALI DI ENERGIA ELETTRICA E DI GAS**

Secondo documento per la consultazione

Documento per la consultazione

7 marzo 2007

Premessa

Il presente documento per la consultazione fa seguito al primo documento del novembre 2005 dal titolo “Qualità dei servizi telefonici commerciali per i clienti finali di energia elettrica e di gas” e formula sullo stesso tema proposte di regolazione nell’ambito dei procedimenti avviati con le deliberazioni dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas (di seguito: l’Autorità) 6 maggio 2004, n. 70/04 (qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita del gas per il periodo regolatorio 1 ottobre 2004 – 30 settembre 2008) e 27 settembre 2006, n. 209/06 (qualità dei servizi di trasmissione, distribuzione, misura e vendita dell’energia elettrica per il periodo regolatorio 1 gennaio 2008 – 31 dicembre 2011) ai fini della formazione dei provvedimenti di cui all’articolo 2, comma 12, lettere g) e h), della legge 14 novembre 1995, n. 481.

Le proposte contenute nel presente documento tengono conto dell’esperienza derivante dalla prima attuazione di quanto disposto in tema di qualità dei servizi telefonici in precedenti provvedimenti dell’Autorità (deliberazioni 30 gennaio 2004, n. 4/04 per il settore elettrico e 29 settembre 2004, n. 168/04 per il settore gas), nonché delle attività del Gruppo di lavoro istituito con la deliberazione 5 maggio 2006, n. 93/06 e degli esiti dell’indagine demoscopica pilota che si è svolta nel secondo semestre dell’anno 2006.

Il documento per la consultazione viene diffuso per offrire l’opportunità a tutti i soggetti interessati di presentare osservazioni e proposte prima che l’Autorità proceda all’emanazione del provvedimento.

*I soggetti interessati sono invitati a far pervenire all’Autorità le proprie osservazioni e proposte, per iscritto, entro il **20 aprile 2007**.*

Osservazioni e proposte dovranno pervenire al seguente indirizzo tramite uno solo di questi mezzi:

e-mail con allegato il file contenente le osservazioni (preferibile), fax o posta.

**Autorità per l’energia elettrica e il gas
Direzione consumatori e qualità del servizio
piazza Cavour 5 – 20121 Milano
tel. 02-65565.313/263
fax: 02-65565.230
e-mail: consumatori@autorita.energia.it
<http://www.autorita.energia.it>**

INDICE

1	Introduzione	4
2	Osservazioni pervenute al primo documento per la consultazione	6
3	Attuazione della regolazione esistente	7
4	Indagine demoscopica pilota sulla soddisfazione e sulle aspettative dei clienti	8
5	Esiti del Gruppo di lavoro istituito con la deliberazione n. 93/06	11
6	Proposte per la regolazione della qualità dei servizi telefonici	12
	6A. Obblighi di servizio	14
	6B. Indicatori e standard di qualità dei <i>call center</i>	16
	6C. Indagine di <i>customer satisfaction</i> sulla qualità dei <i>call center</i>	17
	6D. Punteggio globale sulla qualità dei <i>call center</i>	19
7	Tempi e gradualità di attuazione	22
	Appendice 1 - Monitoraggio della qualità dei servizi telefonici	23
	Appendice 2 - Questionario utilizzato per l'indagine demoscopica pilota	27
	Appendice 3 - Esperienze internazionali	33
	Appendice 4 - Schema di provvedimento	38

1 Introduzione

- 1.1 I servizi telefonici di contatto con la clientela (*call center*), sono diventati il mezzo principale attraverso il quale i clienti dei servizi elettrici e gas contattano i venditori di energia elettrica e di gas per ottenere informazioni, richiedere attivazioni e interventi tecnici, stipulare e modificare contratti, realizzare transazioni e pagamenti.
- 1.2 I livelli di efficienza ed efficacia dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas (di seguito: *call center* commerciali) si configurano, quindi, come un nodo fondamentale della relazione con i clienti e rappresentano una componente di grande importanza della qualità complessiva di tali servizi e delle attività di questi operatori.
- 1.3 L'esigenza di adottare una regolazione della qualità dei *call center* commerciali per garantire un adeguato livello di qualità è testimoniata da un lato dalle ripetute segnalazioni di disservizi pervenute all'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: l'Autorità) dalle Associazioni dei consumatori e, dall'altra, dall'aumento dei reclami di singoli clienti che fanno riferimenti a disfunzioni di vario tipo (risposte imprecise o rinvii e, soprattutto in periodi di "picchi di chiamate", inaccessibilità agli operatori e tempi di attesa eccessivi).
- 1.4 Sulla base di tali considerazioni e constatando l'aumento costante dei reclami dei clienti rispetto a questi servizi, l'Autorità ha giudicato opportuno sviluppare una serie di attività volte a raccogliere elementi utili al fine di introdurre una opportuna regolazione di tali servizi.
- 1.5 L'Autorità ha dapprima avviato il monitoraggio sui servizi telefonici resi attraverso *call center* commerciali¹: vengono rilevati i tempi medi di attesa e di rinuncia delle chiamate telefoniche, il numero di chiamate telefoniche che richiedono di parlare con un operatore e di quelle in cui tali richieste vanno effettivamente a buon fine. Tale monitoraggio ha riguardato fino ad ora le imprese che svolgono l'attività di distribuzione o vendita a più di 100.000 clienti finali, che nel loro complesso erogano il servizio circa il 98% dei clienti finali di energia elettrica e quasi l'80% dei clienti finali del gas.
- 1.6 Nel mese di novembre 2005 l'Autorità ha poi diffuso un primo documento per la consultazione contenente alcune proposte per il miglioramento della qualità di tali servizi. Le proposte sono state individuate a seguito di diverse attività tra cui incontri con le imprese del settore elettrico, l'esame delle principali esperienze internazionali di regolazione della qualità dei servizi telefonici e contatti con specialisti del settore.
- 1.7 Le osservazioni alla consultazione e gli incontri con le imprese hanno fatto emergere chiaramente una pluralità di strutture organizzative, di dotazioni tecnologiche e di strategie commerciali, che caratterizzano il settore; questo ha

¹ Sono escluse dal monitoraggio le chiamate relative al pronto intervento (segnalazioni di guasti, interruzioni del servizio, dispersioni di gas, etc.), che vengono indirizzate a numeri telefonici dedicati separati dai *call center* commerciali oggetto del monitoraggio.

imposto perciò una riflessione sulle modalità di monitoraggio ed una valutazione della qualità dei *call center* commerciali al fine di garantire una adeguata flessibilità degli eventuali meccanismi di regolazione.

- 1.8 In seguito alla consultazione, l’Autorità ha dato avvio ad ulteriori attività di monitoraggio della qualità dei *call center* commerciali. I risultati del monitoraggio sui tempi di attesa telefonica e rinuncia, i livelli di servizio registrati fino al primo semestre 2006, unitamente ai recenti risultati dell’indagine pilota e alle continue segnalazioni e reclami da parte dei clienti evidenziano prestazioni che confermano le preoccupazioni dell’Autorità e ribadiscono, anche in prospettiva della completa liberalizzazione del settore elettrico, la necessità di un intervento regolatorio.
- 1.9 Per tali motivi l’Autorità intende diffondere un secondo documento per la consultazione che sintetizzi le attività svolte fino ad ora e proponga un modello di riferimento per la valutazione della qualità dei servizi erogati dai *call center* commerciali che concili l’esigenza di monitoraggio di un canale di contatto sempre più importante nella gestione di un servizio di pubblica utilità con le esigenze di differenziazione e competitività espresse dagli operatori.
- 1.10 Il presente documento viene pubblicato nell’ambito dei procedimenti avviati con le deliberazioni 6 maggio 2004, n. 70/04 e 27 settembre 2006, n. 209/06 rispettivamente per il settore elettrico e per il settore gas.

Struttura del documento

- 1.11 Il presente documento si articola nei seguenti capitoli:
- il primo capitolo inquadra i temi messi in consultazione;
 - nel secondo capitolo vengono illustrate le osservazioni pervenute al primo documento per la consultazione;
 - nel terzo capitolo è illustrato lo stato di attuazione della regolazione esistente per i *call center* commerciali del settore elettrico e del gas;
 - nel quarto capitolo vengono sintetizzati gli esiti dell’indagine demoscopica pilota sulla soddisfazione e aspettative dei clienti che hanno utilizzato i servizi dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas;
 - nel quinto capitolo sono affrontati i temi e i risultati emersi a seguito dell’attività del Gruppo di lavoro istituito con la deliberazione 5 maggio 2006, n. 93/06 (di seguito: deliberazione n. 93/06);
 - nel sesto capitolo sono illustrate le proposte di regolazione per i *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas.
- 1.12 Il presente documento è completato da Appendici:
- l’Appendice 1 presenta una sintesi dei risultati del monitoraggio della qualità dei *call center* commerciali;
 - l’Appendice 2 riporta il questionario utilizzato per l’indagine demoscopica pilota;
 - l’Appendice 3 presenta una sintesi delle esperienze internazionali relative alla regolazione della qualità dei servizi telefonici;
 - l’Appendice 4 propone una versione preliminare del provvedimento per la regolazione dei *call center* commerciali di venditori di energia elettrica e gas.

2 Osservazioni pervenute al primo documento per la consultazione

- 2.1 Nel mese di novembre 2005 l’Autorità ha diffuso il primo documento per la consultazione “Qualità dei servizi telefonici commerciali per i clienti finali di energia elettrica e di gas” (di seguito: primo documento per la consultazione), contenente, fra l’altro, proposte di regolazione per il miglioramento della qualità dei servizi telefonici resi dai *call center* commerciali.
- 2.2 Nel primo documento per la consultazione venivano illustrate proposte per ampliare la regolazione della qualità dei servizi telefonici che prevedevano:
- l’introduzione di pochi ma incisivi obblighi di servizio per i *call center* a tutela dei clienti tramite l’individuazione di requisiti minimi strutturali ed organizzativi;
 - l’estensione della verifica delle *performance* ad aspetti quali l’accessibilità al servizio, con livelli di servizio e indicatori più analitici sui tempi di risposta e di abbandono;
 - l’integrazione degli indicatori sottoposti a monitoraggio con indagini di *customer satisfaction* per la verifica di efficacia;
 - la pubblicazione comparativa e periodica dei livelli effettivi dei servizi telefonici per un periodo iniziale prima di introdurre effetti economici;
 - il progressivo allargamento della regolazione a tutti i venditori, anche di piccole dimensioni;
 - misure di tipo volontario per stimolare il miglioramento dei servizi telefonici.
- 2.3 Alla consultazione hanno partecipato i principali venditori di energia elettrica e di gas (di seguito: venditori), alcune associazioni di categoria ed una associazione dei consumatori. Altre osservazioni delle associazioni dei consumatori sono state raccolte in occasione di incontri tecnici.
- 2.4 Le osservazioni scritte inviate al primo documento per la consultazione hanno in generale evidenziato la contrarietà dei venditori e delle loro associazioni ad una regolazione dell’attività dei *call center* commerciali da parte dell’Autorità.
- 2.5 I principali problemi sollevati dalla consultazione hanno riguardato l’opportunità di introdurre nuovi standard legati alle performance dei *call center* in prospettiva dell’imminente liberalizzazione del settore elettrico e in regime liberalizzato nel settore gas. Gli operatori vedono nell’imposizione di regole un rischio di progressivo appiattimento delle differenze fra venditori e annullamento dei fattori concorrenziali. Le osservazioni più critiche sono state mosse alle proposte di stabilire requisiti strutturali ed organizzativi. Quasi all’unanimità i soggetti si sono mostrati favorevoli a strumenti volontari, ma, si oppongono fermamente all’introduzione di obblighi su tali temi.
- 2.6 In generale, le proposte per il rafforzamento e l’ampliamento della regolazione esistente presentate dall’Autorità sono state accolte abbastanza favorevolmente per quanto riguarda l’iniziativa dell’indagine pilota sulla qualità dei servizi telefonici percepita dai clienti finali che hanno utilizzato i servizi di *call center*; anche i soggetti esercenti si sono mostrati in maggioranza disponibili e collaborativi.

- 2.7 La consultazione ha poi evidenziato la complessità degli aspetti che caratterizzano la qualità dei *call center* commerciali e la diversificazione delle soluzioni oggi adottate dai diversi operatori. Le osservazioni pervenute hanno messo in luce notevoli differenze organizzative fra aziende (aziende di dimensioni diverse con organizzazioni differenti e quindi con gamme di servizi dissimili tra di loro, anche multiservizio ed estranee ai settori dell'energia elettrica e del gas) e delle importanti eterogeneità tra i due settori (anche per il diverso stato di avanzamento della liberalizzazione), con la conseguente esigenza di differenziazione e competitività. Ciò ha imposto la necessità di una attenta riflessione sugli attuali meccanismi regolatori e sulla opportunità di un loro eventuale ampliamento e rafforzamento.
- 2.8 Alcune associazioni di categoria dei venditori e alcune imprese di vendita, nelle osservazioni inviate al primo documento per la consultazione, hanno richiesto l'istituzione da parte dell'Autorità di un Gruppo di lavoro, finalizzato all'individuazione di tutti gli elementi utili alla regolazione della qualità dei *call center*.

3 Attuazione della regolazione esistente

- 3.1 L'Autorità ha avviato con il Testo integrato della qualità dei servizi elettrici, approvato con la deliberazione 30 gennaio 2004, n. 4/04 (di seguito: deliberazione n. 4/04) il monitoraggio sui servizi telefonici. Dal secondo semestre del 2004, sono stati raccolti i dati trasmessi dalle imprese riguardanti il tempo medio di attesa e di rinuncia delle chiamate telefoniche, il numero di chiamate telefoniche da parte di clienti finali che richiedono di parlare con un operatore e di quelle alle quali è stata data risposta da un operatore. Il monitoraggio ha riguardato fino ad ora le imprese elettriche che svolgono l'attività di distribuzione o vendita con più di 100.000 clienti finali.
- 3.2 Al fine di acquisire elementi utili anche per la regolazione del settore gas, anticipatamente rispetto alla tempistica prevista dal Testo integrato della qualità dei servizi gas, approvato con la deliberazione 29 settembre 2004, n.168/04 (di seguito: deliberazione n. 168/04), il monitoraggio è stato esteso anche ai venditori di gas naturale con un numero di clienti maggiore di 100.000 clienti finali con riferimento al primo semestre 2006.
- 3.3 L'analisi dei risultati del monitoraggio sui tempi medi di attesa telefonica e di rinuncia, dei livelli di servizio registrati fino al primo semestre 2006 per il settore elettrico e limitatamente al primo semestre 2006 per il settore gas hanno evidenziato per entrambi i settori un'elevata disomogeneità dei dati raccolti. In particolare non tutti gli esercenti sono in grado di misurare il tempo di attesa dall'inizio della chiamata telefonica; per questi esercenti, in via provvisoria, è stato consentito di fornire separatamente i tempi medi di navigazione nell'albero fonico e di attesa a partire dalla richiesta di parlare con un operatore.
- 3.4 In Appendice 1 sono riportati approfondimenti sul monitoraggio dei tempi medi di attesa e dei livelli di servizio relativi sia al settore elettrico sia al settore gas.

4 Indagine demoscopica pilota sulla soddisfazione e sulle aspettative dei clienti

- 4.1 Con la deliberazione n. 93/06 l'Autorità ha avviato un'indagine demoscopica pilota per la rilevazione della *customer satisfaction* dei clienti finali che hanno parlato con un operatore del *call center* commerciale di vendita di energia elettrica e di gas. L'indagine è stata effettuata nel periodo compreso tra settembre e novembre 2006 con l'ausilio di una società specializzata tramite interviste telefoniche ad un campione di 3.234 clienti finali, sulla base di liste dei clienti che avevano utilizzato i servizi dei vari *call center*. Tali liste sono state fornite, nel rispetto della normativa relativa alla protezione dei dati personali, dalle 12 aziende di vendita di energia elettrica e di gas con più di 300.000 clienti finali (4 del settore elettrico e 8 del settore gas) indicate nell'allegato A della deliberazione n. 93/06.
- 4.2 L'indagine è stata condotta con una metodologia di tipo *call back*, che prevede di richiamare un campione di clienti estratto casualmente dall'universo dei clienti finali che si sono rivolti al *call center* nell'ultima settimana.
- 4.3 L'iniziativa ha presentato caratteristiche di complessità e delicatezza dato che gli esercenti coinvolti presentano caratteristiche organizzative e strutturali differenti, soprattutto a livello di piattaforme tecnologiche utilizzate per i *call center*. Le imprese partecipanti all'indagine sono state opportunamente coinvolte in una serie di incontri tecnici al fine di definire istruzioni tecniche di dettaglio riguardanti le modalità operative per la fornitura delle liste di clienti da cui estrarre il campione dell'indagine, la modalità di somministrazione dell'informativa, da effettuare tramite messaggio vocale sull'albero fonico. I venditori coinvolti hanno inoltre avuto l'obbligo di fornire informazioni ai clienti sulle finalità e modalità dell'uso dei dati raccolti durante l'indagine, pubblicando una nota predisposta dall'Autorità sul proprio sito internet per tutta la durata dell'indagine.
- 4.4 Gli obiettivi dell'indagine demoscopica pilota sono stati quelli di:
- fornire ulteriori indicazioni per l'introduzione di standard sulla qualità dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas;
 - permettere di comparare le performance delle diverse imprese coinvolte;
 - verificare la fattibilità di una indagine di soddisfazione più ampia e sistematica.
- 4.5 In particolare, come evidenziato dal questionario somministrato agli intervistati e riportato in Appendice 2, si è indagato sull'esperienza effettiva dei clienti che si sono rivolti al *call center*, sulla loro soddisfazione per i principali fattori di qualità del servizio e, infine, sulle aspettative in relazione ai requisiti principali del servizio telefonico. L'indagine è stata effettuata attraverso interviste telefoniche gestite con metodo CATI (*Computer Aided Telephonic Interview*) nel periodo tra il 18 settembre e il 21 novembre 2006, nel rispetto della metodologia prescritta dalla norma UNI 11098 "Linee Guida per la rilevazione della Soddisfazione del Cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo".

Esiti dell'indagine demoscopica pilota²

- 4.6 Al fine di misurare la soddisfazione complessiva è stato utilizzato l'indice di soddisfazione complessiva denominato CSI (*Customer Satisfaction Index*) espresso in centesimi. Tale indice rappresenta il punteggio sintetico di soddisfazione costruito sulla base dei livelli di soddisfazione rilevati per tutti i fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio degli intervistati. Il coefficiente è stato ottenuto attraverso la definizione per ciascun fattore di soddisfazione di un indice sintetico di soddisfazione (dato dalla quota di clienti soddisfatti o deliziati), la ponderazione di tale indice (attraverso l'importanza del singolo fattore, misurato su scala da 1 a 5 in base al grado di intensità di superamento/delusione delle aspettative e la numerosità delle valutazioni raccolte su ciascuno di essi per pervenire alla costruzione del CSI globale). Il valore assunto dal CSI globale³ per il totale del campione esaminato è pari a 81,8. L'indice di soddisfazione globale è risultato pari a 80,5 per il settore elettrico (che ha più utenti e più chiamate ai *call center*) e 85,8 per il settore gas (che ha più aziende con più di 300.000 clienti).
- 4.7 I risultati dell'indagine evidenziano che i punti più critici del servizio reso dai *call center* commerciali di venditori di energia elettrica e di gas sono la struttura del risponditore automatico (IVR), troppo complesso, e i tempi di attesa, troppo lunghi. Su entrambi questi fattori l'indice di soddisfazione parziale denota livelli di qualità gravemente inadeguati. Gli aspetti più graditi sono la cortesia, la chiarezza delle risposte e la competenza degli operatori dei *call center*.

Tabella 1 – Indici di soddisfazioni per ciascun fattore di qualità del servizio telefonico e indice di soddisfazione globale

	Totale campione
Numero di domande a cui bisogna rispondere schiacciando dei tasti	61,8
Tempo di attesa per parlare con l'operatore	67,6
Capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile	80,3
Comprensibilità dei messaggi registrati	81,1
Valutazione complessiva (giudizio <i>overall</i>)	81,4
Tempo impiegato per trovare la linea libera	85,3
Competenza degli operatori	90,0
Chiarezza delle risposte fornite	90,9
Cortesia degli operatori	94,8
Customer Satisfaction Index (CSI) globale⁴	81,8

² Sul sito internet dell'Autorità (www.autorita.energia.it) è disponibile un documento di sintesi dei risultati dell'indagine di maggiore dettaglio.

³ I CSI globali sono stati calcolati come media ponderata dei valori di soddisfazione per i singoli fattori di qualità utilizzando come pesi il numero di clienti finali delle singole imprese analizzate tenendo conto della distribuzione delle chiamate ricevute nei diversi giorni della settimana

⁴ L'indice di soddisfazione globale (CSI) rappresenta il punteggio sintetico di soddisfazione costruito sulla base dei livelli di soddisfazione rilevati per tutti i fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio degli intervistati. L'indice è espresso in centesimi. Per ognuno dei fattori di soddisfazione i giudizi sono stati rilevati con una metrica mista attraverso una domanda impostata in due fasi conforme alla norma UNI 11098:2003. La prima parte della domanda chiede all'intervistato di valutare se il servizio è stato: a) in linea con le sue aspettative; b) inferiore alle sue aspettative; c) superiore alle sue aspettative. In tal modo l'utente si colloca sui tre stati fondamentali della soddisfazione: a. soddisfatto; b. insoddisfatto; c.

- 4.8 Per quanto riguarda le aspettative dei clienti che si sono rivolti ai *call center* in particolare sono state poste domande relativamente a:
- il numero massimo di chiamate che si ritiene tollerabile dover fare per poter trovare la linea libera;
 - i tempi di attesa al telefono ritenuti ottimali e quelli ritenuti tollerabili per poter parlare con un operatore;
 - il numero giudicato ottimale e quello giudicato tollerabile di domande alle quali rispondere schiacciando dei tasti;
 - gli orari e i giorni di apertura del servizio preferiti;
 - le modalità di gestione migliori delle chiamate quando la linea è sovraccarica.
- 4.9 L'indagine ha permesso di evidenziare che:
- per quanto riguarda il numero massimo di chiamate che si ritiene tollerabile dover fare per poter trovare la linea libera, i giudizi sono piuttosto omogenei e si attestano su un valore medio di 2,9; il 53,5% dei clienti non tollererebbe di dover fare più di due chiamate per trovare la linea libera;
 - per quanto riguarda i tempi di attesa al telefono per poter parlare con un operatore, è ritenuto ottimale un tempo di attesa di poco più di 2 minuti, ma è dichiarato tollerabile un tempo di attesa di quasi 4 minuti (media del campione); il 61,8% degli utenti dichiara di non essere disposto a tollerare tempi di attesa superiori ai 3 minuti;
 - per quanto riguarda la complessità dei risponditori automatici (IVR) che si è visto essere il fattore più critico sul piano della soddisfazione, solo il 9% degli utenti ritiene intollerabile la presenza di un sistema di messaggi interattivi prima della conversazione con un operatore;
 - per quanto riguarda il numero di domande alle quali rispondere schiacciando dei tasti, un IVR che consentisse di parlare con un operatore dopo 2 domande è giudicato tollerabile dal 77% degli utenti; dopo 3 domande, la quota di clienti si riduce al 58%;
 - per quanto riguarda gli orari e i giorni di apertura del servizio preferiti, poco meno della metà del campione (45,8%) ritiene sufficiente l'orario di ufficio, gli altri richiedono un orario di apertura più ampio di quello di ufficio (28,9% gradirebbe un'apertura fino alle 20; il 25,3% vorrebbe un orario ancora più ampio); l'apertura di sabato dei *call center* è desiderata dal 60,8% dei clienti intervistati;
 - sulle modalità di gestione migliori delle chiamate quando la linea è sovraccarica, sono state esaminate alcune possibilità: in particolare, la possibilità di essere richiamati in caso di intenso traffico di chiamate al *call center* è apprezzata da 1 cliente su 2 (51,8% del campione); la possibilità di ascoltare messaggi informativi è gradita dal 31,4%, se il messaggio contiene informazioni sui tempi di attesa previsti, e dal 16,8% se il messaggio suggerisce i momenti in cui gli operatori sono meno occupati.

più che soddisfatto (“deliziato”). La seconda parte della domanda è rivolta soltanto a chi si colloca nella posizione di “insoddisfazione” o “delizia” e chiede agli intervistati di esprimere un giudizio di intensità delle emozioni negative (nel caso di “insoddisfazione”) o positive (nel caso di “delizia”) determinate dallo scarto rispetto alle proprie aspettative del servizio ricevuto. La scala proposta è 1-5. Ulteriori dettagli metodologici sono contenuti nella nota di sintesi disponibile sul sito internet dell’Autorità.

5 Esiti del Gruppo di lavoro istituito con la deliberazione n. 93/06

- 5.1 Con la deliberazione n. 93/06 è stato avviato un Gruppo di lavoro con la finalità di individuare tutti gli elementi utili alla regolazione della qualità dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas. Agli incontri tecnici hanno preso parte sia le associazioni rappresentative delle imprese di vendita dell'energia elettrica e del gas sia il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (di seguito: CNCU).
- 5.2 Nel Gruppo di lavoro è stato più volte sottolineato che una regolazione troppo complessa ed eccessivamente prescrittiva sui *call center* rischierebbe di ingessare inopportuno le aziende di vendita, con un conseguente appiattimento dei servizi offerti. Negli incontri del Gruppo di lavoro sono state esaminate diverse ipotesi di regolazione in grado di soddisfare l'esigenza di monitoraggio, di valutazione e di miglioramento dei servizi resi dai *call center* commerciali. In esito alle attività del Gruppo di lavoro, si è confermata l'opportunità di valutare l'esperienza di contatto del cliente relativamente alle distinte fasi dell'accesso, dell'eventuale interazione con un albero fonico o *IVR (Interactive Voice Responder)*, dell'attesa e del colloquio con un operatore.
- 5.3 Gli indicatori di prestazione previsti dal monitoraggio in vigore rispondono a esigenze di semplicità ma è altrettanto evidente che non sono sufficienti a valutare in maniera esaustiva la qualità del servizio telefonico offerto. Per questo motivo i partecipanti al Gruppo sono stati chiamati, in una prima fase delle attività, a confrontarsi su un *set* esteso di indicatori mutuati da diverse fonti (normative tecniche⁵, esperienze internazionali di regolazione della qualità dei servizi telefonici, modelli di monitoraggio e controllo delle performance comunemente adottati nelle aziende che offrono servizi di *call center*), oltre che sui dati dichiarati dalle aziende in merito alle prestazioni dei propri *call center*. Dal Gruppo di lavoro è emerso un orientamento univoco solo su un numero limitato di indicatori di prestazione, mentre ciò non è emerso per altri indicatori che pure descrivono in maniera molto efficace la qualità del servizio reso. Le motivazioni sono principalmente riconducibili alle citate differenze riscontrate a livello organizzativo, operativo e soprattutto tecnologico. Tuttavia il Gruppo di lavoro ha evidenziato, anche attraverso l'elaborazione da parte di alcuni esercenti di proprie proposte, la possibilità di definire un sistema di monitoraggio che preveda un numero maggiore di indicatori di prestazione a patto che questi siano semplici, generalmente già in uso presso i *call center* e che il modello di valutazione presenti elementi di flessibilità che consentano alle imprese di focalizzarsi sugli indicatori che meglio esprimono la specificità della propria strategia competitiva e dotazione tecnologica.
- 5.4 Alcuni esercenti hanno segnalato l'utilità delle indagini di *customer satisfaction* al fine di rilevare direttamente la percezione degli utenti che contattano i *call center* commerciale e registrare il reale apprezzamento per il servizio erogato e

⁵ In particolare, sono stati considerati gli indicatori e le soglie previste dalla norma UNI 11200:2006 "Servizi di relazione con il cliente, con il consumatore e con il cittadino, effettuati attraverso i centri di contatto. Requisiti del servizio", tenendo presente che tale norma è diretta alla certificazione volontaria e non ha carattere obbligatorio.

la rispondenza alle proprie aspettative; inoltre, questo strumento consente di valutare aspetti dell'interazione con il *call center* difficilmente osservabili attraverso dati quantitativi quali, ad esempio, l'accuratezza, la correttezza e l'utilità delle informazioni erogate dall'operatore, la cortesia e la personalizzazione del rapporto con l'utente. Alcuni esercenti hanno prospettato l'opportunità di utilizzare esclusivamente l'indagine di *customer satisfaction* per valutare la qualità dei servizi resi dai *call center* commerciali. Il Gruppo ha infine evidenziato l'esigenza, nell'ipotesi di utilizzo di un sistema di valutazione complessivo, di tenere conto del peso della soggettività implicita nelle valutazioni della clientela. In merito al soggetto a cui affidare l'effettuazione dell'indagine di *customer satisfaction*, nel Gruppo di lavoro sono state espresse posizioni contrarie ad affidare a ciascun esercente tale compito, seppure sulla base di criteri stabiliti dall'Autorità, allo scopo di preservare il più possibile la comparabilità dei risultati dell'indagine.

- 5.5 Sul tema dell'introduzione di alcuni obblighi di servizio relativi ai *call center* commerciali, in aggiunta a quanto previsto dalle deliberazioni n. 4/04 e n. 168/04, il Gruppo di lavoro, pur confermando i rischi già richiamati al precedente punto 5.2, ha fornito importanti contributi di cui si è tenuto conto nella formulazione delle proposte presentate nel successivo capitolo.

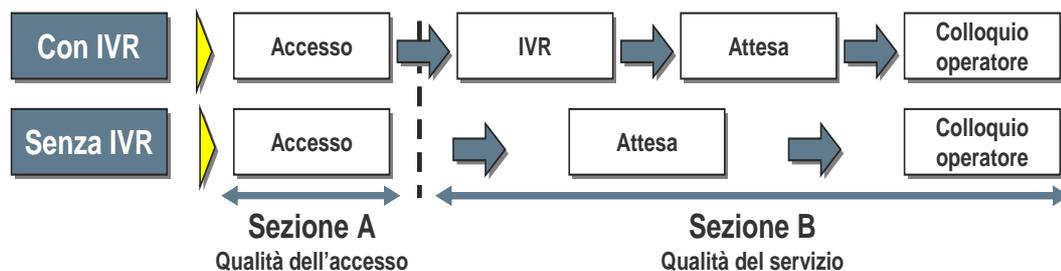
6 Proposte per la regolazione della qualità dei servizi telefonici

- 6.1 L'Autorità ha acquisito, anche a seguito della discussione nel Gruppo di lavoro, la convinzione che per venire incontro alle esigenze di differenziazione e competitività espresse dagli operatori e tutelare in modo più adeguato i consumatori, almeno fino a che sia stata raggiunta un livello effettivo di concorrenza nella vendita al dettaglio, sia necessario introdurre ulteriori elementi di regolazione della qualità dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas.
- 6.2 Le proposte di regolazione della qualità dei servizi telefonici commerciali per i clienti finali di elettricità e gas sono frutto sia della discussione nel Gruppo di lavoro sia degli esiti dell'indagine demoscopica pilota avviati con deliberazione n. 96/03. La soluzione individuata cerca di soddisfare da una parte le aspettative dei clienti, come individuate nell'indagine e come emerse dai contributi delle associazioni dei consumatori che hanno partecipato al Gruppo di lavoro, e, dall'altra, le esigenze espresse dagli esercenti relativamente al rispetto dell'autonomia nella definizione delle proprie strategie commerciali ed alla sostenibilità degli interventi di adeguamento delle strutture organizzative, dei processi e delle dotazioni tecnologiche esistenti.
- 6.3 Nella situazione attuale, l'Autorità condivide le perplessità delle imprese rispetto all'introduzione immediata di effetti economici della regolazione della qualità dei servizi telefonici. Per questo motivo viene proposto un primo periodo di sperimentazione della regolazione, della durata di due-tre anni, durante i quali l'unico effetto sarà la pubblicazione comparativa dei risultati, allargata progressivamente agli operatori più piccoli. L'Autorità, tuttavia, si riserva la possibilità valutare per il futuro l'opportunità di introdurre un sistema di

incentivi e penalità in un momento successivo al primo periodo di sperimentazione.

- 6.4 In parallelo al processo di consultazione sulla qualità dei servizi telefonici delle imprese di vendita è in corso di realizzazione, da parte delle associazioni di consumatori rappresentate nel CNCU, un progetto di monitoraggio della qualità dei servizi resi dai *call center* commerciali a clienti che si rivolgono alle associazioni dei consumatori per ottenere assistenza. Tale progetto, centrato sull'analisi di alcuni casi reali di utilizzo del *call center*, si concluderà nel mese di aprile 2007 e fornirà ulteriori contributi in parallelo al processo di consultazione.
- 6.5 Gli elementi raccolti attraverso il Gruppo di lavoro, l'indagine demoscopica pilota ed il progetto in corso con le associazioni di consumatori rappresentate nel CNCU hanno confermato l'utilità di schematizzare il *call center* commerciale dei venditori di energia elettrica e di gas come rappresentato in figura 1, tenuto conto della presenza o meno dell'albero fonico (IVR).

Figura 1 – Schematizzazione di un *call center* mediante sezioni di accesso e di qualità del servizio



- 6.6 A partire da tale schematizzazione le proposte di regolazione presentate nel presente documento per la consultazione si pongono come obiettivo generale quello di promuovere un miglioramento continuo della qualità dei servizi forniti dai *call center* e, nello stesso tempo, garantire alle imprese un adeguato livello di flessibilità nell'offerta del servizio. Con riferimento alle sezioni individuate dallo schema in figura 1, le proposte si pongono anche i seguenti obiettivi specifici:
- *accesso*: aumentare l'offerta di contatto e limitare il numero dei tentativi di accesso ai sistemi di *call center*;
 - *IVR*: offrire al cliente finale servizi automatici che consentano di eseguire in maniera efficiente operazioni standardizzate e garantire al cliente finale, che non sia interessato all'offerta del risponditore automatico, la possibilità di accedere in maniera agevole all'opzione "comunicazione con operatore";
 - *attesa*: offrire opportunità di colloquio con un operatore in tempi compatibili con le aspettative del cliente finale;
 - *colloquio*: garantire al cliente finale una interazione con l'operatore efficace e risolutiva.
- 6.7 Il modello di regolazione che l'Autorità intende utilizzare persegue i seguenti principi di base:

- introduzione di pochi ma incisivi obblighi di servizio per i *call center* a tutela dei clienti finali;
- semplicità degli indicatori da monitorare, assegnando importanza anche all'accesso al servizio (evitare di dover chiamare più volte), fase attualmente non monitorata;
- integrazione di indicatori con indagini di *customer satisfaction* per la verifica di efficacia;
- pubblicazione comparativa per un periodo iniziale prima di introdurre effetti economici;
- progressivo allargamento a tutti i venditori, anche di piccole dimensioni, degli obblighi di servizio per i *call center* a tutela dei clienti finali.

6A. Obblighi di servizio

- 6.8 Per quanto attiene agli obblighi di servizio per i venditori, l'Autorità propone che gli esercenti di vendita, in aggiunta a quanto previsto dalle deliberazioni n. 4/04 e n. 168/04, debbano disporre di un centro di risposta telefonica, o *call center* commerciale, con o senza albero fonico (IVR), il cui numero telefonico deve essere indicato chiaramente in bolletta e che tale *call center* debba rispondere ad alcuni requisiti minimi in tema di:
- a) orario di apertura del *call center* (servizi con operatore);
 - b) gratuità delle chiamate per il cliente;
 - c) semplicità dell'albero fonico (IVR), se presente;
 - d) informazione ai clienti sul *call center*.
- 6.9 Con riferimento a tali requisiti minimi, si sottolinea che sono stati selezionati solo aspetti di *front-end*, cioè direttamente percepibili dal cliente finale; non sono state individuate soluzioni tecnologiche o strutturali o organizzative obbligatorie, dal momento che queste rientrano nella totale autonomia delle singole imprese. Di seguito vengono indicati i dettagli dei singoli requisiti, alla luce anche delle osservazioni formulate, su una prima ipotesi, nell'ambito del Gruppo di lavoro.
- 6.10 Per quanto riguarda l'orario di apertura dei *call center* per i servizi con operatore, si ritiene che il *call center* debba garantire un orario di servizio con presenza di operatori per un numero minimo settimanale di 35 ore, elevato a 50 ore qualora non sia presente almeno uno sportello fisico per ogni provincia ove sono presenti i clienti finali del venditore. Tale proposta rispecchia la richiesta dei clienti di un maggior orario di apertura, lasciando libere le imprese di scegliere le soluzioni organizzative più adeguate alla propria clientela (es. apertura di sabato e/o in orari tardo-pomeridiani o serali). La proposta rispecchia anche gli attuali orari di apertura dei *call center* dei principali operatori. Per quanto concerne in particolare la relazione con gli sportelli fisici, si precisa che possono essere considerati anche punti vendita in *franchising* purché in grado di svolgere tutte le operazioni conseguenti alle richieste della clientela *retail*.
- 6.11 Per quanto riguarda la gratuità delle chiamate per il cliente, si ritiene che le chiamate debbano essere gratuite se effettuate da rete fissa nel caso di presenza di albero fonico (IVR). Anche questo requisito corrisponde largamente alla

situazione corrente di diffusione di numeri verdi. Si precisa che l'utilizzo di numeri telefonici a pagamento ripartito non integra il requisito di gratuità.

- 6.12 Per quanto riguarda la semplicità dell'albero fonico (IVR), se presente, si ritiene che possa essere fissato il requisito per cui la chiamata deve essere sempre indirizzata a un operatore a partire dal secondo livello dell'albero (nel conteggio dei livelli dell'albero non si tiene conto dell'eventuale livello necessario per discriminare i diversi servizi, es. elettricità, gas, acqua, etc.). Tale requisito non richiede la presenza dell'opzione esplicita, al secondo livello, di poter parlare con un operatore, per non ostacolare la diffusione di soluzioni gestionali avanzate (ad esempio *skill routing*) che possono fornire un servizio di maggior valore ai clienti finali. Si precisa che per la conformità al requisito proposto:
- gli esercenti di vendita possono inserire al secondo livello un'opzione esplicita di richiesta di parlare con operatore, oppure, in alternativa, fare in modo che a qualunque opzione di secondo livello corrisponda il trasferimento della chiamata verso operatore;
 - sono esclusi i servizi completamente automatici, per i quali deve essere previsto l'indirizzamento verso operatore in caso di errore (es. digitazione non corretta di dati necessari per il servizio automatico).
- 6.13 Infine, per quanto riguarda l'informazione ai clienti sul *call center*, si ritiene che debba essere resa obbligatoria la pubblicazione nel sito internet del venditore dei recapiti telefonici del *call center*, con indicazione del tipo di chiamate alle quali sono dedicati e degli orari nei quali è presente almeno un operatore.
- 6.14 È importante sottolineare che tutti i requisiti indicati hanno valore *minimo* e che quindi ogni soluzione concreta che superi tali requisiti in senso migliorativo per il cliente è accettabile, purché rispetti gli obblighi di servizio indicati. Nel sistema a punteggio illustrato nel paragrafo 6D sono contenuti strumenti per valorizzare soluzioni migliorative rispetto ai requisiti minimi.

Spunti per la consultazione

Q.1 *Si condivide l'integrazione della regolazione della qualità dei call center commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas con obblighi di servizio limitatamente agli aspetti indicati? Se no, per quali motivi?*

Q.2 *Quali precisazioni tecniche sono necessarie per la definizione degli obblighi di servizio proposti per i call center dei venditori di energia elettrica e di gas?*

Q.3 *Nel Gruppo di lavoro è stato suggerito dalle associazioni dei consumatori di inserire un obbligo specifico per la gestione della morosità (almeno nel settore elettrico, al fine di meglio tutelare i clienti che hanno effettuato il pagamento e ripristinare nel più breve tempo possibile la piena fornitura a tali clienti). Quali suggerimenti si propongono in materia?*

Q.4 *Si ritiene che debba essere fissato un numero massimo di opzioni per ogni livello dell'albero fonico (IVR)? Se sì, quale? Se no, per quali motivi?*

6B. Indicatori e standard di qualità dei call center

- 6.15 Con le deliberazioni n. 4/04 e n. 168/04 sono stati istituiti obblighi di monitoraggio di alcuni indicatori di qualità del servizio telefonico (livello di servizio, tempo medio di attesa e tempo medio di rinuncia). L'obiettivo di tale monitoraggio è quello di permettere, attraverso la pubblicazione comparativa, un confronto sulle prestazioni effettive fornite preliminare alla determinazione di standard di qualità.
- 6.16 Il monitoraggio effettuato fino ad ora nei due settori ha evidenziato però una disomogeneità dei risultati e soprattutto difficoltà nella comparabilità delle *performance* aziendali anche a ragione delle differenti strutture organizzative, dei processi e delle dotazioni tecnologiche esistenti. Le criticità emerse, come più volte ribadito, rafforzano l'idea della necessità di integrare l'attuale regolazione, in termini sia di *set* di indicatori di qualità del servizio telefonico sia di standard minimi. Tenendo conto di ciò, l'Autorità ritiene sia opportuno:
- mantenere l'indicatore del tempo medio di attesa, calcolato sostanzialmente come definito dalle deliberazioni n. 4/04 e n. 168/04⁶, con alcune precisazioni e omogeneizzazioni tra i due settori;
 - mantenere l'indicatore relativo al livello di servizio, espresso come percentuale delle chiamate andate a buon fine rispetto al totale delle chiamate indirizzate verso operatore;
 - rimuovere l'indicatore del tempo medio di rinuncia;
 - aggiungere un indicatore relativo alla accessibilità al servizio, espresso come percentuale dell'orario di apertura del *call center* con operatore in cui vi è almeno una linea libera.

Per ulteriori dettagli sulle definizioni, si veda lo schema di provvedimento riportato in Appendice 4.

- 6.17 Per ciascuno dei tre indicatori selezionati, l'Autorità ritiene necessario definire standard generali minimi. Per la determinazione degli standard sono stati tenuti in conto, oltre le aspettative scaturite dall'indagine demoscopica pilota, sia le soglie indicate dalla norma UNI 11200:2006 (che rappresentano livelli da raggiungere per la certificazione volontaria e che quindi non possono che essere più stringenti di quelli proposti dall'Autorità come standard minimi) sia i livelli attualmente raggiunti dalle imprese (per quanto disponibile dal monitoraggio avviato con le deliberazioni n. 4/04 e n. 168/04). Gli standard proposti sono indicati, con forcelle di riferimento, nella tabella 2.

Tabella 2 – Indicatori e standard di qualità dei call center

Sezione	Indicatore	Standard generali
Accesso al servizio	Accessibilità al servizio (AS)	$\geq 90 \div 95\%$
Qualità del servizio	Tempo medio di attesa (TMA)	$\leq 150 \div 210$ secondi (progressivamente decrescente negli anni)
	Livello di servizio (LS)	$\geq 80 \div 85\%$

⁶ Il tempo di attesa telefonica di una chiamata è il tempo intercorrente tra l'inizio della risposta, anche se effettuata attraverso l'ausilio di un risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o di conclusione della chiamata in caso di rinuncia prima dell'inizio della conversazione con l'operatore.

- 6.18 Per valutare ogni semestre il rispetto degli standard, i valori degli indicatori sono misurati su base mensile; lo standard si intende rispettato se il valore effettivo è migliore della soglia indicata per almeno 5 mesi su 6 (per al massimo 1 mese su 6 è ammessa una *performance* peggiore della soglia indicata).
- 6.19 In particolare, per lo standard generale sul tempo medio di attesa potrebbe essere definito un percorso di miglioramento, nell'arco di due-tre anni, con livelli via via più stringenti (ad esempio, $\leq 150 \div 210$ secondi per il primo anno di applicazione; $\leq 120 \div 180$ secondi per il secondo anno; ecc.).
- 6.20 Come per i requisiti minimi, gli standard generali hanno la funzione di indicare il livello di qualità del *call center* sotto il quale non è ammesso scendere. Nel sistema a punteggi illustrato nel paragrafo 6D sono contenuti strumenti per valorizzare soluzioni migliorative rispetto agli standard di qualità minimi.

Spunti per la consultazione

- Q.5** *Si condivide la scelta dei tre indicatori (accessibilità al servizio, tempo medio di attesa e livello di servizio)? Se no, per quali motivi e quali altri indicatori sono preferibili?*
- Q.6** *Ritenete che i valori proposti in termini di standard siano adeguati? Se no, per quali motivi? Si ritiene utile una progressione di miglioramento nel tempo come quella proposta per il tempo medio di attesa?*

6C. Indagine di customer satisfaction sulla qualità dei call center

- 6.21 Le proposte dell'Autorità in tema di regolazione della qualità dei servizi di *call center* prevedono anche l'effettuazione sistematica di indagini di *customer satisfaction* al fine di valutare la qualità del *call center* attraverso l'esperienza dei clienti finali che hanno parlato con un operatore.
- 6.22 Su tale argomento il Gruppo di lavoro ha consentito di individuare due possibili modalità alternative di effettuazione dell'indagine e precisamente che:
- a) ogni venditore di energia elettrica e di gas effettui ogni anno l'indagine di *customer satisfaction* secondo criteri stabiliti dall'Autorità;
 - b) ogni venditore di energia elettrica e di gas fornisca all'Autorità a cadenze predeterminate gli elenchi dei clienti finali che hanno parlato con un operatore di *call center* affinché gli uffici dell'Autorità provvedano ad effettuare l'indagine di *customer satisfaction*.
- 6.23 La prima soluzione presenta indubbi vantaggi di snellezza operativa e consente ai venditori di integrare le indagini che già effettuano per altri scopi con l'indagine di *customer satisfaction* sui *call center*, con conseguenti economie di scala e di scopo. L'indagine verrebbe condotta:
- a) attraverso una società terza specializzata in indagini di mercato, in grado di dimostrare un proprio sistema di gestione della qualità (la società non potrà effettuare l'indagine per una stessa azienda per due anni successivi);
 - b) attraverso la metodologia del *call back* intervistando quindi clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del call center:

- mediante un numero annuo di richiamate ai clienti (da effettuare proporzionalmente alle chiamate in entrata mese per mese) tale da assicurare un margine di errore massimo del 3% con livello di confidenza del 95%;
- chiamate effettuate entro il quarto giorno successivo al colloquio con l'operatore;
- ripartite in modo proporzionale ai giorni ed all'orario di apertura del *call center*;
- sulla base di un questionario e di regole di campionamento definiti dall'Autorità.

Come segnalato dal Gruppo di lavoro, la prima soluzione presenterebbe il rischio di non assicurare una perfetta confrontabilità degli esiti dell'indagine quanto meno per il solo fatto di essere eseguita da società diverse, seppure sulla base di specifiche tecniche definite dall'Autorità.

- 6.24 La seconda soluzione presenta il vantaggio di assicurare maggiormente la confrontabilità degli esiti dell'indagine a fronte di un più elevato onere organizzativo sia per gli uffici dell'Autorità sia per i venditori, derivante per questi ultimi dall'obbligo di trasmissione telematica all'Autorità, a cadenza settimanale, degli elenchi dei clienti finali che hanno parlato con un operatore di *call center* e dalla conseguente gestione dei flussi informativi. In tal senso l'indagine demoscopica pilota ha mostrato come tali aspetti fossero tutt'altro che trascurabili, a fronte di un numero limitato di aziende interessate (dodici). Anche in tale soluzione l'indagine verrebbe effettuata secondo le modalità indicate alle lettere a) e b) del punto precedente, ad eccezione del fatto che potrebbe rivelarsi non fattibile effettuare le interviste entro un tempo così breve come quello che sarebbe possibile garantire nella prima ipotesi. In questa soluzione (indagine effettuata dall'Autorità) i costi dovrebbero essere almeno parzialmente sostenuti dagli esercenti soggetti all'indagine, con modalità da individuare tramite la consultazione.
- 6.25 Una ulteriore soluzione, intermedia tra le precedenti e ritenuta preferibile dall'Autorità, potrebbe essere quella della costituzione di un consorzio volontario tra le imprese soggette all'indagine; il consorzio potrebbe essere promosso per iniziativa anche delle associazioni delle imprese dei due settori, o di soggetti privati. Il consorzio effettuerebbe le procedure di gara necessarie a identificare la società di ricerca che svolgerebbe l'indagine di *customer satisfaction* secondo i criteri definiti dall'Autorità per tutte le imprese iscritte al consorzio, che sosterranno i costi in proporzione alle interviste effettuate. Questa terza soluzione avrebbe il vantaggio di permettere alle imprese di vendita di operare in modo più flessibile, assicurando al contempo la confrontabilità dei risultati dell'indagine, visto che verrebbe svolta da un unico soggetto (per le imprese partecipanti al consorzio). In questa ipotesi, per le imprese che non partecipassero al consorzio, rimarrebbe l'obbligo di effettuare una propria indagine (come nella prima ipotesi); l'Autorità si riserverebbe comunque la facoltà di effettuare controlli sulle modalità di svolgimento delle indagini da parte delle imprese non aderenti al consorzio e di invalidare tali indagini qualora emergessero irregolarità, con l'eventuale ordine a ripetere l'indagine a spese dell'impresa.

- 6.26 Al di là della soluzione adottata per la sua realizzazione, l'indagine di *customer satisfaction* dovrà fornire per ogni venditore di energia elettrica e di gas un indice di soddisfazione globale CSI compreso tra 0 e 100 in relazione alle valutazioni fornite dai clienti su una scala da 1 (pessimo) a 5 (ottimo) su una serie di fattori di qualità, analoghi a quelli utilizzati nell'indagine demoscopica pilota effettuata ai sensi della deliberazione n. 93/06 (vedi questionario in Appendice 2).

Spunti per la consultazione

- Q.7** *Quale delle due modalità di effettuazione dell'indagine di customer satisfaction si ritiene preferibile? Per quali motivi?*
- Q.8** *Si condivide l'effettuazione ogni anno di un'indagine di customer satisfaction sulla qualità dei call center secondo i seguenti criteri stabiliti dall'Autorità? Se no, per quali motivi?*
- Q.9** *Si condivide la scelta degli otto parametri di qualità rispetto ai quali effettuare l'indagine di customer satisfaction ed il questionario riportato in Appendice 2? Se no, cosa si propone?*

6D. Punteggio globale sulla qualità dei call center

- 6.27 Fermo restando il rispetto degli obblighi di servizio e degli standard di qualità, illustrati rispettivamente ai precedenti paragrafi 6A e 6B, l'Autorità ritiene necessario fornire uno strumento che possa da una parte valorizzare elementi migliorativi rispetto alle soglie minime definite e, dall'altra, consentire una comparazione tra i diversi venditori. A tal fine è stata presentata al Gruppo di lavoro una prima ipotesi di punteggio globale sulla qualità dei *call center*, con cui le imprese possono valorizzare le proprie soluzioni tecnico-gestionali se queste realizzano livelli di qualità migliorativi o ulteriori rispetto a quelli minimi.
- 6.28 Il sistema a punteggio è mirato alla pubblicazione comparativa dei punteggi delle imprese di vendita che:
- a) rispettano i livelli minimi corrispondenti agli obblighi di servizio e agli standard definiti dall'Autorità;
 - b) presentano un livello di soddisfazione della propria clientela rispetto ad una soglia minima fissata dall'Autorità;
 - c) conseguono miglioramenti osservabili in termini di servizio ai clienti finali o offrono servizi aggiuntivi non richiesti dai requisiti minimi.
- 6.29 Il sistema permetterà di stilare una graduatoria, pubblicata a cadenza semestrale, mediante l'attribuzione di un punteggio globale sulla qualità dei *call center* ricavato a partire da:
- a) una prima parte (P_A) legata all'accesso al servizio;
 - b) una seconda parte (P_O) correlata alla qualità del servizio;
 - c) una terza parte (P_{CS}) correlata agli esiti dell'indagine di *customer satisfaction*.

6.30 Nelle tabelle 3 e 4 sono presentate le proposte per la costruzione dei punteggi parziali P_A e P_Q . È importante precisare che non è obbligatorio raccogliere punteggi in tutte le modalità possibili (anche se questo è certamente auspicabile); in questo modo, ogni impresa può delineare la propria strategia commerciale relativa al *call center*.

Tabella 3 – Punteggi per l'accesso al servizio (P_A)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo (valori medi mensili)	Punteggio
Accessibilità	Accessibilità al servizio effettivo \geq standard minimo di qualità relativo all'indicatore AS (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	2 punti per ogni 1% in più nel valore effettivo di AS rispetto allo standard minimo
Disponibilità del servizio con operatore	Apertura di almeno 12 ore nei giorni feriali e almeno 6 ore il sabato	10 punti
	Apertura di almeno 10 ore nei giorni feriali e almeno 5 ore il sabato	5 punti
Gratuità completa	chiamate gratuite anche da rete mobile	5 punti

Tabella 4 – Punteggi per la qualità del servizio (P_Q)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo (valori medi mensili)	Punteggio
Tempo di attesa	Tempo di attesa $TA \leq 120$ secondi per almeno il 75% delle chiamate (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	1 punto per ogni 1% in più rispetto al 75% 2 punti per ogni 1% in più rispetto al 90%
Livello di servizio	Livello di servizio effettivo \geq standard minimo di qualità relativo all'indicatore LS (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	2 punti per ogni 1% in più nel valore effettivo di LS rispetto allo standard minimo
Efficacia servizi automatici	Richieste risolte nell'albero fonico $RR \geq 20\%$	1 punto per ogni 2% in più rispetto al 20%; max 20 punti
"One-call solution"	Richieste risolte al primo contatto con l'operatore ($R1 \geq 60\%$) ⁷ ;	1 punto per ogni 2% in più rispetto al 20%; max 10 punti
Facilità di navigazione	Opzione esplicita di richiedere di parlare con operatore	10 punti se presente al primo livello; 5 punti se presente al secondo livello
Servizi on line alternativi al <i>call center</i>	Presenza di un portale internet per l'offerta di servizi con funzionalità web self service in alternativa al canale telefonico	10 punti per offerta di servizi con accesso ai dati relativi al proprio contratto e servizi dispositivi ⁸ riservati ai clienti titolari di contratto
Partecipazione delle associazioni	Iniziative congiunte con le associazioni dei consumatori	10 punti
Gestione di code per picchi di chiamate	possibilità di essere richiamati (a scelta del cliente ⁹) e/o segnalazione del tempo di attesa stimato ¹⁰	5 punti

⁷ Per misurare l'indicatore R1 è necessario disporre di un sistema di CRM (Customer relationship management) attraverso il quale viene aperto un "ticket" per ogni chiamata non risolta al primo contatto.

⁸ Servizi diversi dall'autolettura, quali ad esempio la modifica dati anagrafici e di contratto.

⁹ In caso di rifiuto della possibilità di essere richiamato, il tempo di attesa non deve essere riazzerato.

- 6.31 Per l'assegnazione dei punteggi parziali P_A , P_Q e P_{CS} si propone di adottare i seguenti criteri:
- il punteggio P_A viene assegnato a condizione che l'esercente raggiunga lo standard di qualità relativo all'indicatore AS;
 - il punteggio P_Q viene assegnato a condizione che l'esercente raggiunga gli standard di qualità relativi agli indicatori TMA e LS;
 - il punteggio P_{CS} viene assegnato a condizione che l'esercente raggiunga nell'indagine di *customer satisfaction* un valore dell'indice complessivo di soddisfazione CSI pari a 75 su 100.

- 6.32 Si ritiene che i punteggi correlati a dati oggettivi ($P_A + P_Q$) debbano avere un peso maggiore rispetto al punteggio correlato a valutazioni soggettive derivanti dalle indagini di *customer satisfaction*, che possono essere influenzate, in parte, da aspettative potenzialmente diverse per clientele differenti. Inoltre, mentre il punteggio P_{CS} è per sua natura limitato a 100 (P_{CS} è infatti pari a $CSI/CSI_{max} \times 100$), la somma ($P_A + P_Q$) può assumere valori massimi variabili in relazione alle diverse strategie commerciali; si ritiene pertanto corretto non normalizzare la somma ($P_A + P_Q$) al massimo punteggio teorico raggiungibile ma al valore massimo ($P_A + P_Q$)_{max} registrato nello stesso semestre dal venditore meglio posizionato per i dati oggettivi. Si propone quindi di assegnare ad ogni venditore un punteggio globale di qualità dei servizi telefonici *IQT* calcolato mediante la seguente formula:

$$IQT = [(P_A + P_Q) / (P_A + P_Q)_{max} \times 100] \times 0,6 + P_{CS} \times 0,4$$

- 6.33 La graduatoria viene formata in ordine decrescente di *IQT*, evidenziando anche i punteggi parziali (P_A , P_Q e P_{CS}). Sono indicati con "insufficiente", senza attribuzione di punteggio, i venditori per i quali non sia stato assegnato anche uno solo dei punteggi P_A , P_Q e P_{CS} .

- 6.34 Il sistema a punteggio proposto tiene conto:
- del valore per i clienti, come emerso dall'analisi delle aspettative;
 - dei suggerimenti avanzati in sede di prima discussione nel Gruppo di lavoro, per esempio per quanto attiene alla possibilità di ottenere punteggi anche per scostamenti aggiuntivi di piccola proporzione rispetto alla soglia minima, evitando scaglioni troppo elevati che scoraggerebbero il miglioramento.
- Dal processo di consultazione si attendono proposte per il raffinamento del sistema proposto, incluse proposte per ulteriori aspetti di servizio meritevoli di assegnazione di un punteggio.

Spunti per la consultazione

Q.10 *Si condivide l'impianto del sistema a punteggio proposto? Se no, per quali motivi e quali altre strutture sono preferibili?*

Q.11 *Ritenete che i punteggi proposti siano adeguatamente distribuiti? Se no, per quali motivi? Quali altri aspetti del servizio sarebbero meritevoli di un punteggio?*

Q.12 *Si condivide la formula di calcolo del punteggio globale *IQT*? Se no, per quali motivi?*

¹⁰ Funzionalità dinamica in relazione ai tempi medi correnti.

7 Tempi e gradualità di attuazione

- 7.1 L'Autorità propone che un'applicazione graduale della regolazione sulla qualità dei *call center* ai venditori di energia elettrica e gas ed in particolare:
- a) dall'1 gennaio 2008 per i venditori con più di 100.000 clienti finali al 31 dicembre 2006;
 - b) dall'1 gennaio 2009 per i venditori con più di 50.000 clienti finali al 31 dicembre 2007;
 - c) dall'1 gennaio 2010 per i venditori con più di 10.000 clienti finali al 31 dicembre 2008.
- 7.2 Come ulteriore strumento di gradualità si propone inoltre di avviare la pubblicazione della graduatoria dei punteggi globali sulla qualità dei *call center* a partire dai dati del secondo semestre 2008.
- 7.3 Potrebbe essere ammessa anche la partecipazione su richiesta al sistema a punteggi fin dal primo anno di applicazione da parte di imprese di vendita con meno di 100.000 clienti finali che ne facciano specifica richiesta.
- 7.4 Al termine del biennio 2008-2009 di sperimentazione, l'Autorità valuterà la possibilità di estendere gli obblighi e la graduatoria a tutti i venditori.

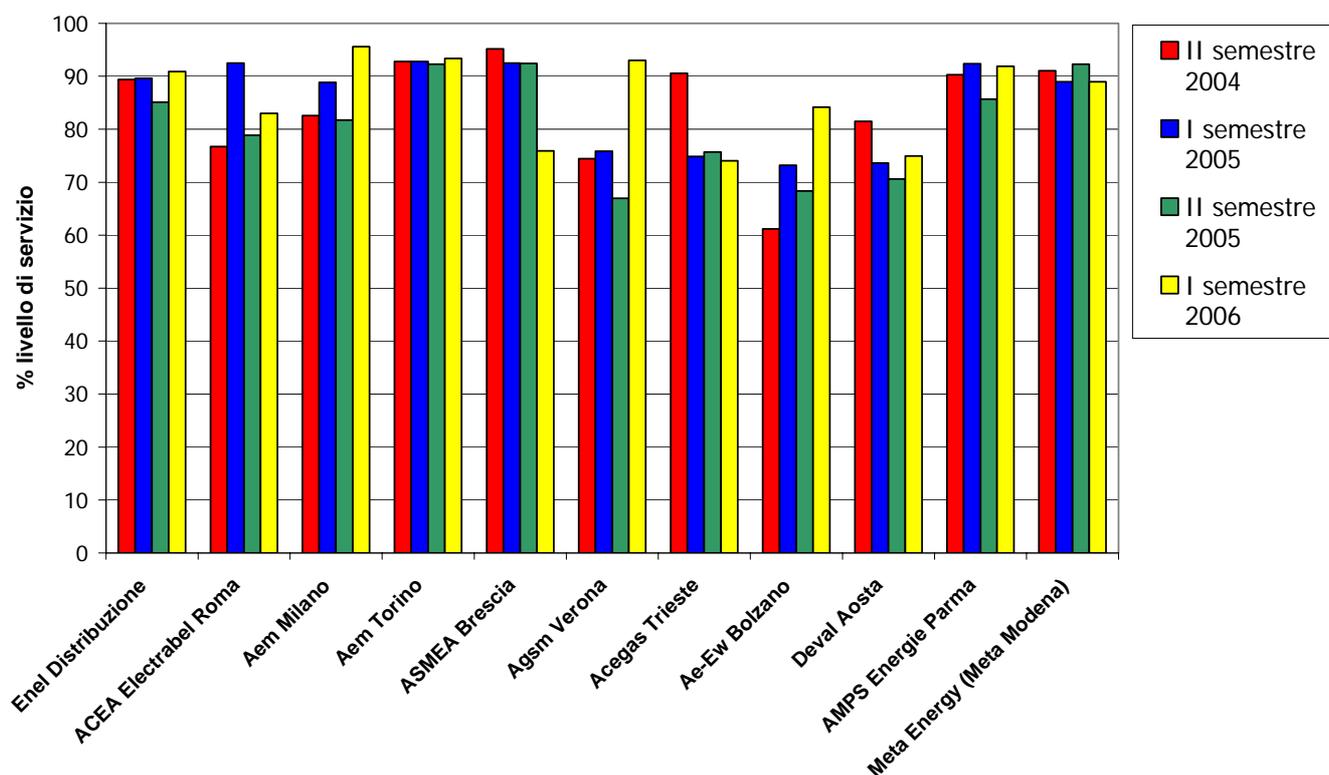
Spunti per la consultazione

<p>Q.13 <i>Si condividono i tempi di attuazione proposti? Si condivide la sperimentazione biennale? Se no, per quali motivi?</i></p>

Appendice 1 - Monitoraggio della qualità dei servizi telefonici

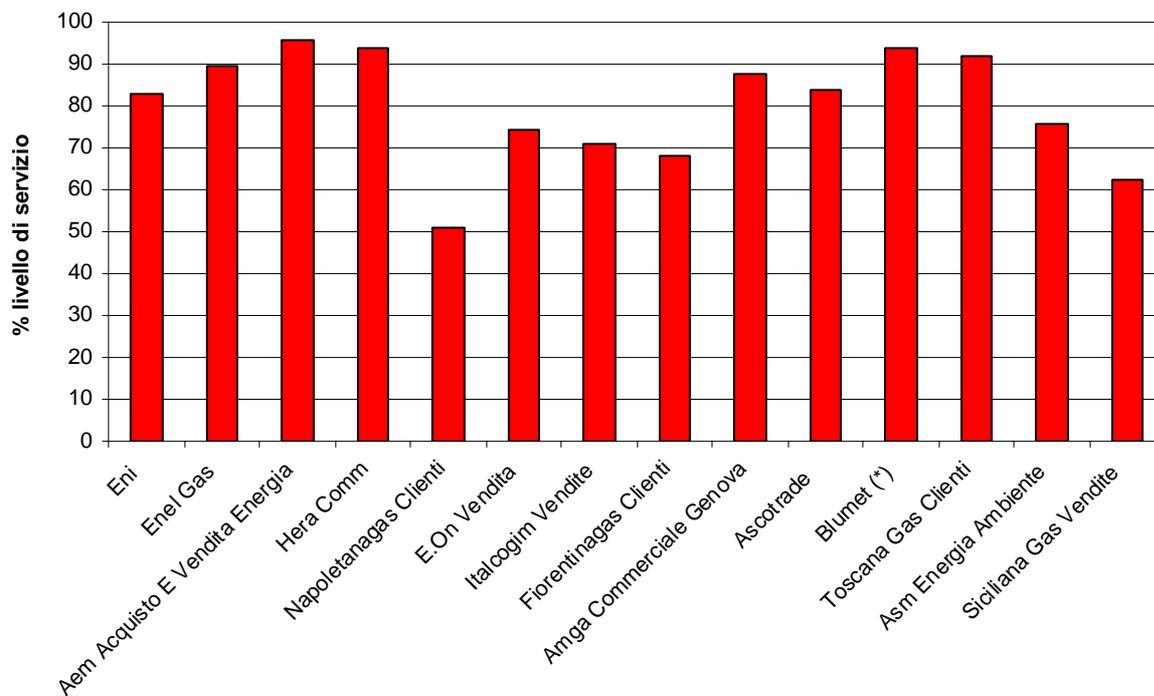
Il monitoraggio della qualità dei *call center* commerciali dei venditori di energia elettrica e di gas evidenzia, per quanto riguarda il livello di servizio (rappresentato dal rapporto tra il numero di chiamate andate a buon fine sul numero di chiamate che chiedono di parlare con un operatore), sia per il settore elettrico (fig. 2) sia per il settore gas (fig. 3 e 4) valori semestrali caratterizzati da una forte disomogeneità delle *performance* aziendali. In particolare, i valori osservabili per il settore elettrico dal secondo semestre 2004 mostrano in alcuni casi *performance* disomogenee anche in relazione alle singole imprese soggette al monitoraggio. I valori registrati solo in 8 casi su 11 superano il 80% del livello di servizio.

Figura 2: Livello di servizio dei servizi telefonici di venditori di energia elettrica con più di 100.000 clienti finali (periodo II semestre 2004 -I semestre 2006)



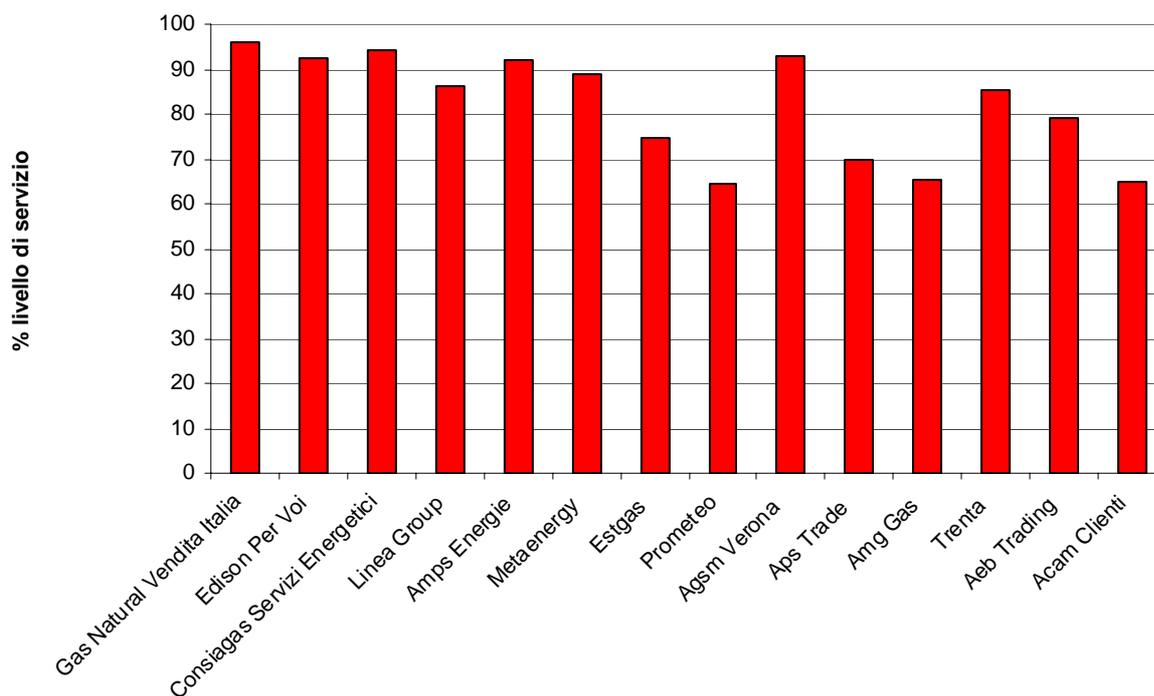
Le fig. 3 e 4 rappresentano il livello di servizio nel settore gas di venditori con più di 100.000 clienti finali nel primo semestre 2006. I dati mostrano variabilità tra i diversi venditori ancora più accentuate rispetto al settore elettrico. Va osservato che solo 11 esercenti su 28 presentano un livello di servizio maggiore dell'80%.

Figura 3: Livello di servizio dei servizi telefonici di venditori di gas con più di 100.000 clienti finali – I Gruppo (I semestre 2006)



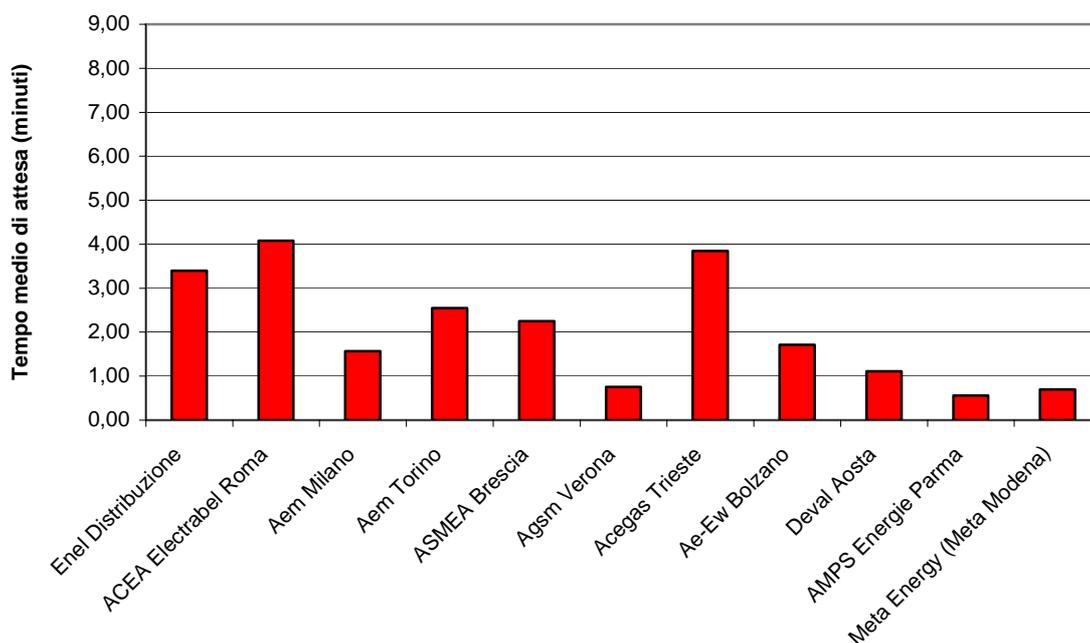
(*) performance della sola provincia di Reggio Emilia

Figura 4: Livello di servizio dei servizi telefonici di venditori di gas con più di 100.000 clienti finali – II Gruppo (I semestre 2006)



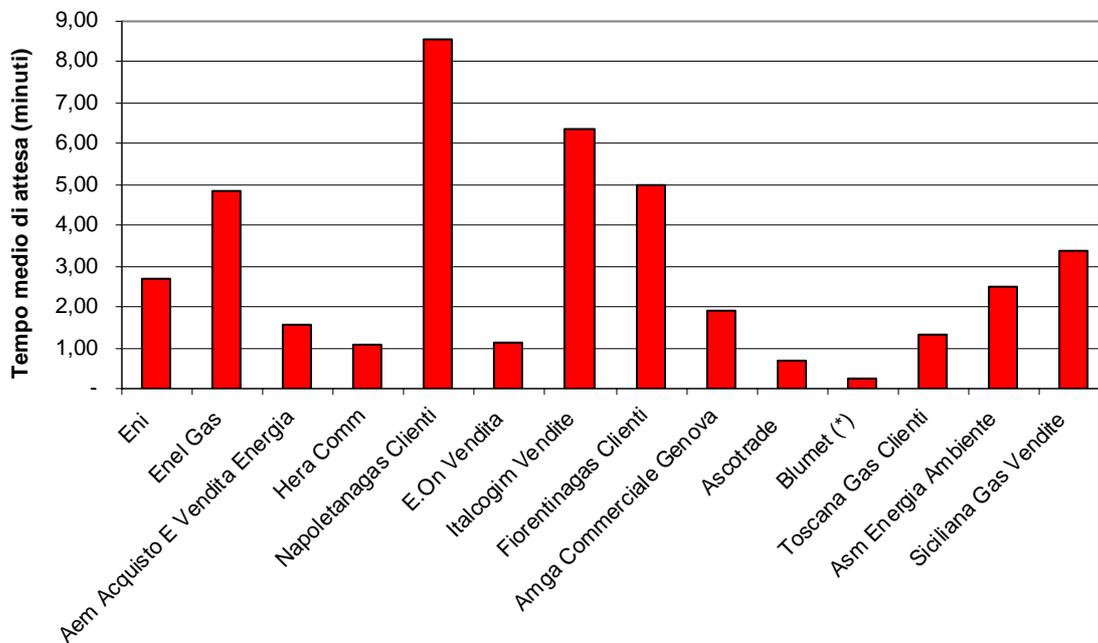
Anche i tempi medi di attesa registrati nel primo semestre 2006 mostrano forti differenze tra le aziende di vendita monitorate in entrambi i settori.

Figura 5: Tempo medio di attesa di venditori di energia elettrica con più di 100.000 clienti finali (I semestre 2006)



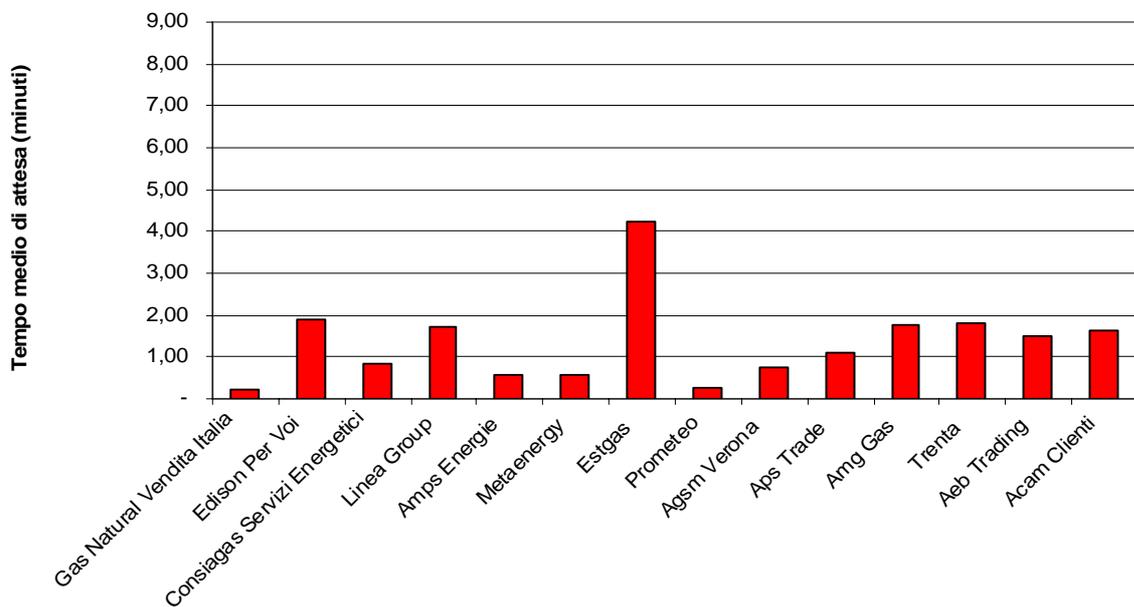
Nel settore elettrico 5 imprese su 11 hanno tempi medi di attesa riferiti al secondo 2006 semestre superiori ai 2 minuti. Per quanto riguarda il settore gas, la variabilità tra le performance aziendali è ancora più accentuata e si osserva che 8 aziende su 28 presentano valori superiori ai 2 minuti.

Figura 6: Tempo medio di attesa di venditori di gas con più di 100.000 clienti finali – I gruppo (I semestre 2006)



(*) performance della sola provincia di Reggio Emilia

Figura 7: Tempo medio di attesa di venditori di gas con più di 100.000 clienti finali – II gruppo (I semestre 2006)



Appendice 2 - Questionario utilizzato per l'indagine demoscopica pilota

Questionario indagine sulla qualità percepita dei servizi di call center delle società di vendita di energia elettrica e di gas

Buongiorno, sono _____ di _____.
Stiamo svolgendo un'indagine per conto dell'Autorità per l'energia elettrica sulla qualità dei servizi telefonici delle imprese di energia.
Vorrei parlare con la persona che la scorsa settimana ha telefonato a.....(azienda da cui proviene il nominativo).

→INFORMATIVA PRIVACY

L'indagine è rivolta alle persone che nell'ultima settimana hanno telefonato alla propria azienda del gas o dell'energia elettrica.
Per ulteriori informazioni può consultare il sito www.autorita.energia.it oppure quello dell'azienda (azienda da cui proviene l'elenco)

- ✦ I dati sono anonimi
- ✦ Il Titolare del trattamento dei dati è l'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas
- ✦ Il Responsabile del trattamento dei dati è _____

X.2 Posso procedere con l'intervista?

- [1] si
[2] no → CHIUDERE

DA SAMPLE -TIPO SERVIZIO:

1. Elettrico,
2. Gas,
3. Elettrico e Gas,
4. Non attribuibile in presenza di multiservizi

DA SAMPLE - AZIENDA DI PROVENIENZA

X.3 Lei ha chiamato il call center di (azienda da cui proviene l'elenco) per. [LEGGERE]

- [1] il contratto relativo alla abitazione/uso privato, oppure,
[2] per il contratto della sua azienda/ufficio?

[SE X.3=2]

X.4 Qual è la PRINCIPALE attività della Sua azienda?

SEZIONE A – MOTIVI E MODALITA' DI CONTATTO

Cominciamo parlando della sua ultima telefonata a... (nome azienda dell'elenco)

A.1. Quando ha chiamato, si ricorda se ha trovato immediatamente la linea telefonica libera o ha dovuto richiamare?

- [1.] Ha trovato subito la linea libera

[2.] Ha dovuto richiamare

[se A1=2] A.1/a Ha trovato la linea occupata o un messaggio registrato che la invitava a chiamare più tardi?

1. segnale occupato
2. messaggio registrato

[se A1=2] A.1/b Si ricorda quante volte ha dovuto richiamare per poi parlare effettivamente ?

Numero.....

A.2 Dal momento in cui ha preso la linea quanto tempo ha dovuto attendere al telefono per poter parlare con la persona giusta (consideri anche il tempo dedicato ad ascoltare e rispondere al messaggio automatico dell'azienda) [LEGGERE]

- [1] Pochi secondi (risposta immediata)
- [2] Meno di due minuti
- [3] Tra due e cinque minuti
- [4] Oltre cinque minuti
- [5] [non leggere] non sa/non indica

A.3. Può dirmi per quali motivi ha chiamato l'azienda? [NON LEGGERE] [MULTIPLA]

- [1] Richiesta di un preventivo per un nuovo contratto /
- [2] Definizione amministrativa di un nuovo contratto (cioè spedire/compilare documenti inviare informazioni anagrafiche etc.)
- [3] Subentro, cambio indirizzo
- [4] Richiesta di intervento tecnico di attivazione del servizio di fornitura (energia elettrica / gas) (cioè per chiedere un appuntamento con i tecnici per fare lavori sull'impianto o installare il contatore etc.)?
- [5] Modifiche amministrative di contratto (Ad esempio, il cambio di contratto da residente a non residente)
- [6] Modifiche di contratto che comportano un intervento tecnico sull'impianto (ad esempio cambio di potenza)
- [7] Richiesta informazioni
- [8] Reclamo
- [9] Pagamento/Lettura della bolletta
- [10] Segnalazione di guasti
- [11] Problemi inerenti la fatturazione
- [12] Altro [SPECIFICARE]

A.3. bis Quindi voleva un'informazione, o doveva sbrigare una pratica, o aveva un problema da risolvere o un reclamo da fare? [SINGOLA]

- [1] informazione
- [2] sbrigare una pratica
- [3] problema da risolvere
- [4] reclamo da fare
- [5] nessuno di questi

A.4. Si è trattato della prima telefonata relativa ai motivi di cui stiamo parlando o era una chiamata successiva ad altre?

- [1] prima chiamata
- [2] chiamata successiva

[se A.4. =2] A.5. Quante altre chiamate ha dovuto fare in precedenza per lo stesso specifico motivo?

- [1] una chiamata
- [2] due chiamate
- [3] più di due chiamate

[se A.4. =2] A. 5.bis. Le risposte che ha ricevuto nelle diverse telefonate fatte erano coerenti tra loro [LEGGERE]?

1. totalmente
2. abbastanza
3. poco
4. per niente

A.6. Con questa ultima telefonata è riuscito a risolvere le sue richieste?

1. si
2. no

[se A.6.=2] A.7. Cosa dovrà fare ancora ...[MULTIPLA]

1. attendere una chiamata dell'azienda
2. andare presso gli uffici dell'azienda
3. richiamare l'azienda
4. dovrà scrivere o inviare documentazione.
5. altro (specificare)

A.8. Nel complesso si ricorda quanto è durata la telefonata di cui stiamo parlando?

- [1.] Meno di due minuti
- [2.] Tra due e cinque minuti
- [3.] Tra cinque e dieci minuti
- [4.] Oltre dieci minuti
- [5.] Non ricorda

SEZIONE B CUSTOMER SATISFACTION

B.1. Nel complesso il servizio ricevuto con questa telefonata ...[LEGGERE]

1. è stato inferiore alle sue aspettative
2. è stato in linea con le sue aspettative
3. è stato superiore alle sue aspettative

Se “delude le aspettative” o “supera le aspettative”: VERBALIZZARE OGNI COMMENTO SPONTANEO

[SE "HA DELUSO"]

Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo”

[SE HA SUPERATO LE APETTATIVE]

Questo fatto quanto Le fa piacere, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo”

B.2. Parliamo ora delle principali caratteristiche del servizio telefonico che lei ha ricevuto Le citerò alcuni aspetti e dovrà dirmi se per ognuno di essi il servizio.

- [1] è stato inferiore alle aspettative
- [2] è stato in linea con le aspettative
- [3] ha superate le sue aspettative

Se “delude le aspettative” o “supera le aspettative”: VERBALIZZARE OGNI COMMENTO SPONTANEO

[SE "HA DELUSO"]

Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo”

[SE HA SUPERATO LE APETTATIVE]

Questo fatto quanto Le fa piacere, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo”

ELENCO FATTORI SERVIZIO

Per quanto riguarda:

1. il tempo impiegato per trovare la linea libera
2. la comprensibilità dei messaggi registrati
3. il numero di domande a cui bisogna rispondere schiacciando dei tasti prima di poter parlare con l'operatore
4. il tempo di attesa per parlare con l'operatore
5. la cortesia degli operatori
6. la competenza degli operatori
7. la chiarezza delle risposte fornite
8. la capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile

SEZIONE C. ASPETTATIVE NEI CONFRONTI DELLA QUALITA' E DELLE MODALITA' DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Vorrei ora farle alcune domande sull'organizzazione del servizio.

- C.1. Se la linea è occupata quante volte ritiene tollerabile dover richiamare per trovarla libera? (Non leggere)
1. una
 2. due
 3. tre
 4. quattro
 5. oltre 5
- C.2. La telefonata quando trova la linea libera, qual è il tempo di attesa che lei ritiene soddisfacente prima di parlare con un operatore, [NOTA: incluso anche i tempi dei messaggi automatici]? (non leggere)
- [1.] non più di un minuto
 - [2.] non più di un minuto e mezzo
 - [3.] non più di due minuti
 - [4.] non più di tre minuti
 - [5.] non più di quattro minuti
 - [6.] non più di cinque minuti
 - [7.] oltre cinque minuti
- C.3. Qual è il tempo limite che lei ritiene tollerabile attendere? (non leggere)
- [1.] non più di un minuto
 - [2.] non più di un minuto e mezzo
 - [3.] non più di due minuti
 - [4.] non più di tre minuti
 - [5.] non più di quattro minuti
 - [6.] non più di cinque minuti
 - [7.] oltre cinque minuti
- C.4. Per quanto riguarda le giornate in cui è attivo il servizio secondo lei è necessario che sia aperto sei giorni la settimana compreso il sabato oppure è sufficiente l'apertura da lunedì a venerdì?
1. anche il sabato
 2. da lunedì a venerdì
- C.4.1 Per quanto riguarda gli orari in cui è attivo il servizio secondo lei è necessario che sia accessibile anche oltre gli orari d'ufficio? [leggere]
1. va bene l'orario d'ufficio
 2. oltre l'orario d'ufficio (fino alle 20)
 3. ben oltre l'orario d'ufficio (fino alle 22)

Parliamo dei risponditori automatici e dei messaggi preregistrati.

C.5. Qual è il numero ottimale di domande alle quali rispondere schiacciando dei tasti del telefono per poi parlare con un operatore (non leggere)

1. nessuno
2. uno
3. due
4. tre
5. oltre tre

C.6... E, sempre per poter parlare con un operatore a quante domande al massimo bisognerebbe rispondere schiacciando dei tasti del telefono (non leggere)?

1. nessun tasto
2. un tasto
3. due tasti
4. tre tasti
5. oltre tre tasti

C.7 Se trova occupato, cosa gradisce di più? (leggere/ ruotare) [singola]

1. Ascoltare un messaggio che indichi il tempo di attesa previsto
2. Poter lasciare un numero di telefono per essere richiamato
3. Ascoltare un messaggio che suggerisca i momenti in cui gli operatori sono meno occupati

C.7 bis C'è qualche altra soluzione che Lei gradirebbe? [APERTA]

C.8 Ritieni utile che periodicamente vengano effettuate indagini di soddisfazione dei clienti?

1. Sì
2. No

DOMANDE ANAGRAFICHE PRIVATI

[SE X. 3=1]

I. Abbiamo quasi finito. Qual è la sua professione?

- [1] Operaio
- [2] Impiegato/quadro
- [3] Insegnante/docente universitario
- [4] Dirigente
- [5] Imprenditore
- [6] Consulente/Libero professionista
- [7] Commerciante
- [8] Artigiano
- [9] Agricoltore
- [10] Altro Autonomo
- [11] Disoccupato/in cerca di prima occupazione
- [12] Casalinga,
- [13] Pensionato,
- [14] Altro in condizione non professionale [*studente, benestante,...*]

II. Il suo ultimo titolo di studio è: [*leggere*]

- [1] Laurea
- [2] Diploma superiore
- [3] Diploma inferiore
- [4] Licenza elementare/nessuna scuola

III. Qual è la sua età?

Anni _____

DOMANDE ANAGRAFICHE AZIENDE

[SE X. 3=2]

1. Qual è il numero di addetti, Lei compreso, dell'Azienda di cui fa parte?

[SE TIPO SERVIZIO =1 O 3]

2. Approssimativamente quanto spende la Vostra azienda/Ente in un anno per la fornitura di energia elettrica?

1. da 0 a 10.000 euro l'anno,
2. da 10.000 a 25.000 euro,
3. da 25.000 a 50.000 euro,
4. oltre 50.000 euro\

[SE TIPO SERVIZIO =2 O 3]

3. Approssimativamente quanto spende la Vostra azienda/Ente in un anno per la fornitura di gas?

1. da 0 a 10.000 euro l'anno,
2. da 10.000 a 25.000 euro,
3. da 25.000 a 50.000 euro,
4. oltre 50.000 euro

La ringrazio per la collaborazione e le auguro la buona sera

Appendice 3 - Esperienze internazionali

Anche nel panorama internazionale si riscontra un interesse crescente per gli aspetti inerenti la qualità dei servizi di *call center*. Il CEER (Council of European Energy Regulators), nel suo ultimo report annuale sulla qualità dei servizi di fornitura di energia elettrica (“Third benchmarking report on quality of electricity supply 2005”)¹¹ evidenzia l’esigenza di individuare a livello europeo un insieme adeguato ed omogeneo di indicatori della qualità dei servizi telefonici.

Le più interessanti esperienze riscontrate a livello europeo inerenti la regolazione della qualità dei servizi telefonici riguardano principalmente l’individuazione di indicatori e standard; vi è anche un caso di introduzione di meccanismi di incentivazione. Tuttavia, nella maggior parte dei casi, la qualità dei servizi telefonici rappresenta un elemento inserito all’interno di meccanismi di valutazione della qualità dei servizi di fornitura di energia elettrica e gas.

Alcuni regolatori in Europa hanno definito e messo in atto sistemi di monitoraggio rivolti espressamente alla valutazione ed il miglioramento delle prestazioni dei *call center*. Tra questi si possono citare come casi di riferimento OFGEM (ente regolatore britannico), MEH (ente regolatore ungherese) e CER (ente regolatore irlandese).

In particolare l’autorità britannica ha introdotto un sistema di incentivi basato sulla qualità dei servizi telefonici mentre l’autorità irlandese, ha elaborato un sistema articolato di monitoraggio ed incentivazione che merita un particolare approfondimento. Nei paragrafi successivi vengono riportate in sintesi le esperienze dei singoli organismi regolatori citati.

La normativa britannica

OFGEM (The Office of Gas and Electricity markets) ha pubblicato nel marzo del 2005 il documento “Quality of Service Regulatory Instructions and Guidance version 5”¹² riguardante anche la qualità dei servizi telefonici; nella guida è compresa una parte dedicata alla qualità dei servizi di *call center*.

Questa esperienza di regolazione si inserisce in un panorama di mercato dell’energia elettrica e del gas completamente liberalizzato; la normativa interessa le nove società che detengono le licenze territoriali per la distribuzione di energia elettrica. Il sistema britannico individua misurazioni elementari e indicatori di prestazione utili al monitoraggio della qualità dei *call center* e un sistema asimmetrico di incentivi e penalità particolarmente penalizzante per i soggetti che non raggiungono la soglia minima di soddisfazione dei propri clienti in relazione alla qualità percepita nel contatto con il *call center*.

Tutte le società di distribuzione (DNOs - *Distribution Network Operators*) di energia elettrica hanno l’obbligo di trasmettere al regolatore le *performance* riguardanti il

¹¹ www.autorita.energia.it/pubblicazioni/volume_ceer3.pdf

¹² http://www.ofgem.gov.uk/temp/ofgem/cache/cmsattach/10735_9405app.pdf

processo di risposta dei centralini che rispondono ai guasti, interruzioni del servizio elettrico o emergenze. OFGEM effettua il monitoraggio sia di alcuni indicatori chiave sia della qualità percepita dai clienti che sono venuti in contatto con i *call center*.

Per quanto riguarda il monitoraggio degli indicatori chiave, OFGEM richiede a ciascun distributore la comunicazione mensile di alcune misurazioni chiave – *Key measures* (Tabella 5). Su base annuale deve essere comunicato inoltre il *flow-chart* dell'intero processo, specificando dove ciascun indicatore-chiave viene misurato.

Tabella 5 – Misurazioni richieste da OFGEM alle società di distribuzione

Misurazioni Chiave (Key Measures)	Descrizione
<i>KM1</i>	Numero totale di chiamate ricevute per ciascuna linea (segnalazione guasti-pronto intervento o altro, comprese le chiamate perse prima di entrare in ciascuna linea)
<i>KM2</i>	Numero totale di chiamate che ricevono come risposta un messaggio di errore
<i>KM3</i>	Numero totale di chiamate risposte da un operatore
<i>KM4</i>	Tempo medio di risposta di un operatore
<i>KM5</i>	Numero totale di chiamate senza successo, incluse: - numero di chiamate che non raggiungono la linea richiesta; - numero di chiamate che terminano con un messaggio automatico; - numero di chiamate che non possono essere messe in coda per il contatto con l'operatore; - numero totale di chiamate interrotte volontariamente dal cliente in attesa.

Sul fronte della qualità percepita, OFGEM effettua l'indagine annuale di *customer satisfaction* per le telefonate che giungono ai centralini per segnalare guasti, interruzioni del servizio o emergenze. L'indagine è condotta attraverso la metodologia del *call-back* ovvero richiamando clienti che hanno effettivamente contattato i *call center*; i risultati di soddisfazione che emergono dall'indagine sono collegati ad un meccanismo di incentivi e penalità per la qualità dei servizi telefonici.

Il meccanismo prevede che i distributori, su base mensile, forniscano ad una società di mercato specializzata in indagini e incaricata da OFGEM ad effettuare l'indagine:

- il numero di telefono di tutti i clienti che hanno chiamato il *call center* nella settimana precedente;
- il nome e la tipologia del cliente (domestico o non), se disponibile.

Da queste interviste, che vertono su diverse dimensioni della qualità del colloquio telefonico (gentilezza, capacità di risolvere il problema, precisione e utilità delle informazioni fornite al telefono, ecc.) viene calcolato per ciascuna impresa un indice di soddisfazione globale espresso su una scala da 1 a 5 (1: massima insoddisfazione; 5: massima soddisfazione).

Le imprese che non raggiungono la soglia minima di punteggio stabilita attualmente nella misura di 3.6 subiscono una penalità pari allo 0,25% dei ricavi di distribuzione. Le imprese che superano la soglia di punteggio di 4.5 ottengono un incentivo pari allo 0,05% dei ricavi di distribuzione. I valori di soddisfazione rilevati su base annua per

ciascuna impresa di distribuzione sono inoltre pubblicati comparativamente sul sito internet di OFGEM.

La normativa ungherese

L'Ungheria, dal punto di vista della regolazione della qualità dei servizi telefonici, costituisce un esempio di misurazione della qualità dei servizi di *call center* offerti dagli operatori del settore dell'energia elettrica. La normativa pubblicata dall'autorità ungherese per l'energia MEH (Magyar Energia Hivatal) si applica ad un mercato parzialmente liberalizzato all'interno del quale esistono ancora posizioni monopolistiche. Obiettivo di tale regolazione è quello di elaborare un sistema di indicatori e caratteristiche dei servizi telefonici che consenta una valutazione uniforme delle prestazioni dei *call center* degli operatori del mercato pubblico dell'energia elettrica.

Al fine di garantire valutazioni omogenee, l'autorità ungherese ha definito delle linee guida per quanto riguarda le caratteristiche tecnologiche ed organizzative dei *call center*, le attività svolte ed i servizi offerti. L'autorità ungherese ha individuato un set ristretto di indicatori di prestazione da monitorare in modo continuativo; per ogni indicatore è definito il valore di riferimento ovvero lo standard che deve essere raggiunto (Tabella 6).

Tabella 6 - indicatori di prestazione oggetto di monitoraggio da parte del MEH

Indicatore	Descrizione	Valore soglia 2003
Livello di servizio del singolo <i>call center</i>	Tasso di chiamate ricevute entro un tempo di attesa minimo per il cliente	80% entro 30 sec
Tasso di chiamate perse	Rapporto tra le chiamate non processate e il numero totale di chiamate in entrata	10%
Tempo medio della singola chiamata	Durata media del singolo contatto	< 4 min
Tasso di chiamate su occupato	Numero di chiamate senza successo a causa del segnale occupato sul totale chiamate	2%

La normativa irlandese

L'esperienza più recente relativa alla regolazione della qualità dei servizi telefonici è rappresentata dalla normativa emessa dall'autorità irlandese CER (Commission for Energy Regulation). Il mercato dell'energia elettrica irlandese dal 2005 è completamente liberalizzato; la norma, tuttavia, si applica solo agli operatori pubblici PES (*Public Electricity Supplier*) e DSO (*Distribution System Operator*) al fine di migliorare la qualità del servizio offerto a tutti i consumatori che contattano l'ESB National Customer Contact Centre (NCCC, *call center* nazionale dell'Electricity Supply Board).

L'autorità irlandese ha definito un sistema di monitoraggio ed incentivazione della qualità dei servizi di *call center* attraverso un meccanismo che unisce quattro diverse misure della qualità del servizio reso e che prevede la valutazione di quattro elementi:

- la velocità di risposta al contatto;
- il tasso di abbandono della chiamate;

- risultati relativi alla *Customer call back survey*;
- risultati relativi alle *Mystery caller survey*.

La velocità di risposta al contatto viene valutata attraverso due indicatori distinti:

- la percentuale di chiamate risposte (attraverso operatore o IVR) entro 20 secondi;
- la percentuale di chiamate in coda in attesa di parlare con un operatore (dopo essere state deviate in coda da un IVR o da un operatore) che hanno risposta da parte di un agente entro 30 secondi.

Le chiamate che entrano via IVR e che non sono reindirizzate verso un operatore (i.e. autolettura del contatore) ottengono una risposta nell'arco di 2 secondi, e quindi rientrano sempre all'interno del *target* pari a 20 secondi. Questo crea un incentivo per l'EBS a migliorare i servizi forniti attraverso IVR e a incrementare il numero di risposte che possono essere processate dal sistema di risposta automatica. Per la misurazione del tempo di attesa per parlare con un operatore (dopo essere stato messo in attesa o da IVR o da un altro operatore) il cronometro parte nel momento in cui il cliente viene messo in attesa, e si ferma nel momento in cui l'operatore risponde. Vi è un forte incentivo a ridurre questo tempo di attesa che può essere considerato frustrante per il cliente. Analogamente viene misurato il tasso di abbandono delle chiamate.

La *Customer call back survey* è una tipologia di indagine che prevede un'intervista a clienti che hanno contattato il *call center* e che viene effettuata entro due giorni dalla chiamata. Una società terza di indagine effettua le interviste a clienti estratti da un campione rappresentativo delle chiamate ricevute, stratificato sulla base del momento della giornata in cui la chiamata è stata effettuata, il motivo del contatto e la modalità di gestione della richiesta (soluzione immediata, necessità di una chiamata successiva, ecc.)

Al cliente contattato è richiesto di valutare il servizio, con una scala da 1 a 5, sulla base dei seguenti indicatori:

- la gentilezza dell'operatore;
- la disponibilità ad aiutare il cliente;
- l'accuratezza delle informazioni fornite (se le informazioni sono state date);
- l'utilità delle informazioni fornite (se le informazioni sono state date).

Le *Mystery call* sono chiamate al *call center* che simulano le esigenze di un cliente reale al fine di valutare in maniera diretta:

- utilità delle informazioni fornite, correttezza, completezza e coerenza;
- capacità di risposta da parte dell'operatore;
- tono e stile dell'operatore.

PES e DSOs forniscono all'Autorità una lista delle possibili richieste di servizio da analizzare in un certo periodo. La priorità è assegnata a quelle richieste che, se risolte in modo veloce ed efficiente, comportano il maggior beneficio per il cliente. Ogni tre mesi viene effettuato un minimo di 50 chiamate per singola richiesta e in un singolo periodo possono essere analizzati un massimo di quattro tipologie di scenari. Ogni sei mesi vengono prese in considerazione due nuove tipologie di richieste, mentre due vengono di conseguenza abbandonate. Ad ogni chiamata viene assegnato un punteggio e a questa misura viene dato un risultato di *performance* complessivo che può essere espresso su base 100 (cui corrisponde il rating massimo). Le prime due grandezze sono considerate misure standard per l'analisi delle performance di un *call center* e oggettive per l'analisi del livello di *customer satisfaction*.

La *Customer call back survey* e la *Mystery caller survey* sono affidate ad un'organizzazione indipendente individuata dal PES (Public Electricity Supplier) e dal DSO (Distribution System Operator) e controllata dall'Autorità che ne riceve i risultati. A queste misurazioni è collegato un sistema di incentivi e penali che, come nel caso inglese, presenta una asimmetria penalizzante le prestazioni al di sotto dei livelli di riferimento individuati dall'ente regolatore.

Gli indicatori descritti sono elementi di un indicatore complessivo che utilizza pesi influenzati dall'importanza relativa di ciascun aspetto per il cliente finale. Il sistema di incentivi e penali è collegato al valore dell'indicatore complessivo che viene confrontato con il valore *target* stabilito dall'autorità ogni 5 anni. L'entità dell'incentivo/sanzione è legata alla distanza relativa dal valore target e può raggiungere un tetto massimo pari allo 0,25% dell'utile per gli incentivi e all'1% dell'utile per le sanzioni.

Altre esperienze europee

In aggiunta ai casi sopra descritti, analizzando le esperienze di regolazione di altri stati europei relativamente ai settori dell'energia elettrica e del gas è possibile ravvisare pochi esempi di ricorso ad indicatori delle prestazioni dei *call center*; si tratta anche in questi casi di indicatori comunemente utilizzati per la valutazione dei *call center* che nella maggioranza dei casi riguardano la velocità di risposta ed il tasso di abbandono. Gli enti regolatori che li prevedono, definiscono per questi indicatori degli standard minimi che, tuttavia, non appaiono convergere verso definizioni univoche delle modalità di rilevazione.

La normativa francese relativa alla qualità commerciale, ad esempio, prevede l'adozione del tasso di abbandono; per questo indicatore è definito uno standard di riferimento che impone un rapporto tra chiamate per le quali si registra un abbandono e numero totale delle chiamate in entrata al *call center inferiore* o uguale al 5%.

La normativa portoghese, invece, prevede il monitoraggio dei tempi di attesa misurando la velocità di risposta; anche in questo caso l'ente regolatore individua uno standard di riferimento in base al quale l'85% delle chiamate deve ricevere una risposta entro 60 secondi.

A differenza dei casi più articolati visti in precedenza, non sono previsti sistemi che colleghino le misurazioni delle prestazioni dei *call center* a meccanismi di incentivi e penali. La stessa pubblicazione di questi risultati non avviene attraverso report specifici dedicati alla qualità dei servizi telefonici ma includendo gli indicatori all'interno di analisi più generali relativi alla qualità.

Appendice 4 - Schema di provvedimento

Viene di seguito riportata la versione preliminare del provvedimento sul quale si richiede di formulare osservazioni e commenti puntuali. Nel testo sono indicati tra parentesi quadre gli intervalli entro cui l'Autorità intende fissare alcuni parametri tecnico-economici.

Disposizioni in tema di qualità dei servizi telefonici

Articolo 1 *Definizioni*

- 1.1 Ai fini del presente provvedimento si applicano le definizioni di cui all'articolo 1, comma 1.1, del Testo integrato della qualità dei servizi elettrici approvato con la deliberazione 30 gennaio 2004, n. 4/04, di cui all'articolo 1, comma 1.1, del Testo integrato della qualità dei servizi gas, approvato con la deliberazione n. 168/04 e le seguenti le seguenti definizioni:
- “albero fonico o IVR (*Interactive voice responder*)” è un sistema costituito da un risponditore automatico mediante un albero fonico che, in funzione delle risposte fornite dal cliente finale via tastiera, permette di accedere a menu di servizi e di richiedere di essere messi in contatto con un operatore;
 - “centro di risposta o *call center*” è un centro di risposta commerciale di un venditore alle chiamate telefoniche dei clienti finali che permette all'esercente di registrare l'inizio della risposta, l'eventuale richiesta di parlare con un operatore, se la risposta avviene tramite risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o, se precedente, la fine della chiamata;
 - “CRM” è un sistema di CRM (*Customer Relationship Management*);
 - “livello di servizio” è la percentuale di chiamate con richiesta di parlare con un operatore andate a buon fine;
 - “servizio automatico telefonico” è il servizio telefonico che permette al cliente finale di inserire o ricevere informazioni direttamente tramite la tastiera del proprio telefono senza parlare con un operatore;
 - “operatore” è una persona in grado di rispondere alle richieste del cliente finale che contatta il venditore relativamente a tutti gli aspetti principali del servizio;
 - “richieste risolte con il primo contatto da parte del cliente” sono le richieste gestite che non necessitano di ulteriori contatti purché evase nel corso della chiamata o evase dopo la chiusura della chiamata secondo le procedure aziendali senza la necessità di nuovi ed ulteriori contatti da parte del cliente;
 - “servizi on line” sono servizi erogati dai venditori tramite il proprio sito internet;
 - “venditore” è il soggetto che svolge l'attività di vendita di energia elettrica e/o di gas.

Articolo 2

Ambito di applicazione

- 2.1 Il presente provvedimento, che ha come obiettivo generale quello di tutelare i clienti finali relativamente alla qualità dei servizi telefonici nonché di promuovere un miglioramento continuo della qualità di questi servizi, si applica a tutti i soggetti venditori di energia elettrica e gas secondo un percorso di gradualità così come previsto dall'articolo 22.
- 2.2 Sono soggetti agli obblighi previsti dal presente provvedimento i *call center* i cui numeri telefonici sono destinati, in tutto o in parte, ai clienti finali forniti in bassa tensione, per quanto riguarda il servizio elettrico, e i numeri di telefono destinati ai clienti forniti in bassa pressione, per quanto riguarda il settore gas.
- 2.3 Nel caso in cui il venditore disponga di più *call center* per provincia, è tenuto a fornire all'Autorità un unico dato calcolato come media ponderata calcolata sulla base del numero di chiamate ricevute da ciascun centro di risposta.

Articolo 3

Indicatori di qualità dei servizi telefonici

- 3.1 Al fine di definire gli obblighi di servizio, gli standard generali e assegnare punteggi relativi alla qualità dei servizi telefonici, vengono definiti i seguenti indicatori:
 - a) accessibilità al servizio (AS);
 - b) tempo medio di attesa (TMA);
 - c) livello di servizio (LS).
- 3.2 La rilevazione degli indicatori è effettuata su base mensile.
- 3.3 Nel caso in cui il venditore svolga più servizi e non risulti possibile stabilire a quale servizio si rivolga la chiamata telefonica, i tempi di attesa telefonica dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con un operatore, concorrono al computo dei tempi medi di cui ai commi precedenti indipendentemente dal servizio.

Articolo 4

Accessibilità al servizio

- 4.1 L'indicatore di accessibilità al servizio (AS) è pari al rapporto, nel mese considerato, tra il numero di ore in cui almeno una delle linee assegnate al *call center* risulta libera e il numero di ore di apertura del *call center* con presenza di operatori, moltiplicato per 100; AS è calcolato, con arrotondamento alla prima cifra decimale.
- 4.2 Qualora la registrazione del dato delle linee occupate sia disponibile solo ogni quarto d'ora, si considera occupata tutta l'ora qualora vi sia uno o più quarti d'ora nei quali nessuna delle linee assegnate al *call center* risulti libera.

Articolo 5

Tempo medio di attesa

- 5.1 Il tempo di attesa telefonica è, con riferimento ad una chiamata telefonica da parte di un cliente finale che richiede di parlare con un operatore del venditore, il tempo, espresso in secondi, intercorrente tra l'inizio della risposta, anche se effettuata attraverso l'ausilio di un risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o di conclusione della chiamata in caso di rinuncia prima dell'inizio della conversazione con l'operatore;
- 5.2 L'indicatore del tempo medio di attesa (TMA) è pari alla media aritmetica in un mese dei tempi di attesa telefonica delle chiamate dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con un operatore o che sono stati reindirizzati dai sistemi automatici ad un operatore.

Articolo 6

Livello di servizio

- 6.1 L'indicatore del livello di servizio (LS) è pari al rapporto tra il numero di chiamate telefoniche dei clienti finali che hanno effettivamente parlato con un operatore e il numero di chiamate dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con operatore o che sono state reindirizzati dai sistemi automatici ad un operatore, ad esempio in caso di errore, moltiplicato per 100; LS è calcolato con arrotondamento alla prima cifra decimale.

Articolo 7

Standard di qualità dei call center

- 7.1 Gli standard di qualità dei *call center* per ciascuno degli indicatori di cui all'articolo 3, comma 3.1, sono definiti dalla tabella 1.

Tabella 1 – Standard di qualità dei call center

Indicatore	Standard generali
Accessibilità al servizio (AS)	$\geq [90 \div 95] \%$
Tempo medio di attesa (TMA)	$\leq [150 \div 210]$ secondi per l'anno 2008 $\leq [\dots \div \dots]$ secondi per l'anno 2009 $\leq [\dots \div \dots]$ secondi per l'anno 2010
Livello di servizio (LS)	$\geq [80 \div 85] \%$

- 7.2 Gli standard di qualità dei *call center* sono misurati su base mensile; lo standard si intende rispettato nel semestre considerato se il valore effettivo è migliore dello standard in almeno 5 mesi.

Articolo 8
Caratteristiche ulteriori dei call center

- 8.1 Ai fini dell'assegnazione dei punteggi di cui ai successivi articoli 12, 13, 14 e 15, si considerano le seguenti ulteriori caratteristiche relative alla qualità dei *call center*:
- a) la disponibilità del servizio con operatore;
 - b) la gratuità del numero verde;
 - c) l'efficacia dei servizi automatici;
 - d) la capacità di risolvere il problema del cliente;
 - e) la facilità di navigazione nell'albero fonico;
 - f) la disponibilità di servizi on line alternativi al *call-center*;
 - g) l'attivazione di iniziative per il miglioramento della qualità dei servizi telefonici in collaborazione con le associazioni dei consumatori;
 - h) l'esistenza dei servizi per la gestione di code per l'attesa.
- 8.2 La disponibilità del servizio con operatore (DIS) è pari al rapporto tra il numero di ore di apertura del *call center* con la presenza di operatori ed il numero totale di ore di apertura del *call center*, moltiplicato per 100; DIS è misurato con arrotondamento al primo decimale.
- 8.3 La gratuità del numero verde è riferita all'attivazione di un numero verde gratuito che permetta al cliente finale di contattare il venditore, da telefonia fissa e/o da telefonia mobile.
- 8.4 L'efficacia dei servizi automatici è riferita alla percentuale di richieste risolte nell'albero fonico (RR), pari al rapporto tra il numero di chiamate che hanno scelto un servizio automatico telefonico nell'albero fonico andate a buon fine e il numero totale di chiamate che hanno scelto un servizio automatico telefonico nell'albero fonico, moltiplicato per 100; RR è misurato con arrotondamento al primo decimale.
- 8.5 La facilità di navigazione nell'albero fonico è misurata dal numero di livelli del risponditore automatico che il cliente finale deve superare per poter trovare l'opzione esplicita di parlare con un operatore.
- 8.6 La capacità di risolvere il problema del cliente è riferita alla percentuale di richieste risolte al primo contatto con operatore (R1), pari al rapporto tra il numero di chiamate gestite che non necessitano di ulteriori contatti, perché evase nel corso della chiamata o evase dopo la chiusura della chiamata secondo le procedure aziendali senza la necessità di ulteriori contatti da parte del cliente finale, e il numero totale delle richieste gestite, moltiplicato per 100; R1 è misurato con arrotondamento al primo decimale.
- 8.7 I servizi on line alternativi al *call center* sono i servizi erogati dai venditori tramite il proprio sito internet. Per servizi offerti si intendono i servizi informativi e dispositivi per i clienti finali titolari di contratto (ad esempio l'accesso ai dati relativi al proprio contratto, la modifica dei dati anagrafici e di contratto) e non (ad esempio la richiesta di subentro o di nuovo contratto), e l'offerta di servizi informativi generici.

- 8.8 Per attivazione di iniziative in collaborazione con le associazioni dei consumatori si intendono le iniziative finalizzate al miglioramento della qualità dei *call center* e in particolare per l'accesso e la fruizione dei servizi alla clientela svantaggiata.
- 8.9 Per servizi per la gestione delle code di chiamate in attesa nei momenti di intenso traffico telefonico si intendono le alternative offerte al cliente finale di essere richiamato (a scelta del cliente) e/o di ricevere segnalazioni durante l'attesa di parlare con un operatore del tempo di attesa stimato.
- 8.10 La rilevazione delle caratteristiche è effettuata su base semestrale considerando i valori medi mensili.

Articolo 9

Obblighi di servizio

- 9.1 I venditori di energia elettrica e di gas hanno l'obbligo di:
- a) disporre di un *call center* il cui numero telefonico deve essere indicato chiaramente nei documenti di fatturazione;
 - b) garantire un orario di servizio del *call center* con presenza di operatori del centro di risposta telefonica commerciale per un numero minimo settimanale di 35 ore, elevato a 50 ore qualora non sia presente almeno uno sportello fisico per ogni provincia ove sono presenti i clienti finali del venditore;
 - c) pubblicare nel proprio sito internet i recapiti telefonici del *call center*, con l'indicazione del tipo di chiamate alle quali sono dedicati, nonché gli orari di apertura del *call center*, specificando gli orari nei quali è presente almeno un operatore.
- 9.2 Nel caso in cui il *call center* disponga di albero fonico, i venditori:
- a) devono mettere a disposizione dei clienti finali un numero verde gratuito per telefonate da rete fissa; l'utilizzo di numeri telefonici a pagamento ripartito non integra il requisito di gratuità;
 - b) possono inserire al secondo livello un'opzione esplicita di richiesta di parlare con operatore, oppure, in alternativa, debbono prevedere che a qualunque opzione di secondo livello corrisponda il trasferimento della chiamata verso operatore.

Nel conteggio dei livelli dell'albero fonico non si tiene conto dell'eventuale livello necessario per discriminare i diversi servizi (ad esempio elettricità, gas, acqua) e sono esclusi i servizi completamente automatici, per i quali deve essere previsto l'indirizzamento verso operatore in caso di errore (ad esempio nel caso di digitazione non corretta dei dati necessari per il servizio automatico).

Articolo 10

Indagini di Customer Satisfaction

- 10.1 Al fine di acquisire il giudizio dei clienti finali che hanno parlato con un operatore del *call center* e di determinare il punteggio di cui all'articolo 11, i venditori di energia elettrica e di gas effettuano ogni anno un'indagine di *customer satisfaction* sulla qualità dei *call center* o attraverso la costituzione di un consorzio volontario tra le imprese soggette all'indagine o in proprio.
- 10.2 Il venditore di energia elettrica e di gas effettua l'indagine di *customer satisfaction* attraverso una società terza specializzata in indagini di mercato, qualificata secondo criteri predefiniti e in grado di dimostrare un proprio sistema di gestione della qualità; l'indagine dovrà essere svolta secondo criteri, questionario e regole di campionamento definiti dall'Autorità.
- 10.3 Nel caso in cui il venditore abbia più numeri telefonici di *call center* differenziati in base alla tipologia della clientela, il venditore trasmette i dati relativi alle chiamate pervenute al numero di *call center* dedicato ai clienti forniti in bassa tensione, per il settore elettrico, e i clienti forniti in bassa pressione, per il settore gas.
- 10.4 L'indagine di *customers satisfaction* è effettuata attraverso la metodologia del *call-back*, intervistando i clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center*. L'indagine prevede l'effettuazione di almeno ... interviste ogni mese; le interviste devono essere effettuate entro il quarto giorno successivo al colloquio con l'operatore e sono ripartite in modo proporzionale ai giorni ed all'orario di apertura del *call center*.

Articolo 11

Elaborazioni dei punteggi

- 11.1 Dai dati comunicati all'Autorità semestralmente da ogni venditore e attraverso l'acquisizione dei risultati dell'indagine di *customer satisfaction* viene calcolato un punteggio globale sulla qualità dei *call center* (IQT), finalizzato alla verifica del rispetto dei requisiti minimi e degli standard di qualità prefissati e alla valutazione dei servizi telefonici offerti ai clienti finali.
- 11.2 L'assegnazione di punteggi avviene sia per il rispetto dei requisiti minimi sia per la valorizzazione di soluzioni tecnico-gestionali che conseguono livelli di qualità migliorativi o ulteriori rispetto a quelli minimi attraverso punteggi aggiuntivi.

Articolo 12

Punteggio per l'accesso al servizio

- 12.1 Nella tabella 2 sono riportati gli indicatori e le caratteristiche che danno luogo ai punteggi parziali per l'accesso al servizio (P_A).

Tabella 2 – Punteggi per l'accesso al servizio (P_A)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo (valori medi mensili)	Punteggio
Accessibilità	Accessibilità al servizio effettivo \geq	2 punti per ogni 1% in più nel

	standard minimo di qualità relativo all'indicatore AS (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	valore effettivo di AS rispetto allo standard minimo
Disponibilità del servizio con operatore	Apertura di almeno 12 ore nei giorni feriali e almeno 6 ore il sabato	10 punti
	Apertura di almeno 10 ore nei giorni feriali e almeno 5 ore il sabato	5 punti
Gratuità completa	chiamate gratuite anche da rete mobile	5 punti

12.2 Il punteggio P_A viene assegnato a condizione che il venditore raggiunga lo standard di qualità relativo all'indicatore di accessibilità al servizio (AS).

Articolo 13

Punteggio per la qualità servizio

13.1 Nella tabella 3 sono riportati gli indicatori e le caratteristiche che danno luogo ai punteggi parziali per la qualità del servizio (P_Q).

Tabella 3 – Punteggi per la qualità del servizio (P_Q)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo (valori medi mensili)	Punteggio
Tempo medio di attesa	Tempo medio di attesa $TA \leq 120$ secondi per almeno il 75% delle chiamate (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	1 punto per ogni 1% in più rispetto al 75% 2 punti per ogni 1% in più rispetto al 90%
Livello di servizio	Livello di servizio effettivo \geq standard minimo di qualità relativo all'indicatore LS (valori medi mensili per almeno 5 mesi su 6)	2 punti per ogni 1% in più nel valore effettivo di LS rispetto allo standard minimo
Efficacia servizi automatici	Richieste risolte nell'albero fonico $RR \geq 20\%$	1 punto per ogni 2% in più rispetto al 20%; max 20 punti
Richieste risolte al primo contatto con l'operatore o "one-call solution"	Richieste risolte al primo contatto con l'operatore ($R1 \geq 60\%$) ¹³ ;	1 punto per ogni 2% in più rispetto al 20%; max 10 punti
Facilità di navigazione	Opzione esplicita di richiedere di parlare con operatore	10 punti se presente al primo livello; 5 punti se presente al secondo livello
Servizi on line alternativi al call center	Presenza di un portale internet per l'offerta di servizi con funzionalità web self-service in alternativa al canale telefonico	10 punti per offerta di servizi con accesso ai dati relativi al proprio contratto e servizi dispositivi ¹⁴ riservati ai clienti titolari di contratto
Partecipazione delle associazioni	Iniziative congiunte con le associazioni dei consumatori	10 punti

¹³ Per ottenere i punteggi correlati all'indicatore R1 è necessario disporre di un sistema di CRM (Customer relationship management).

¹⁴ Servizi diversi dall'autolettura, quali ad esempio la modifica dati anagrafici e di contratto.

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo (valori medi mensili)	Punteggio
Gestione di code per picchi di chiamate	Possibilità di essere richiamati (a scelta del cliente ¹⁵) e/o segnalazione del tempo di attesa stimato ¹⁶	5 punti

13.2 Il punteggio PQ viene assegnato a condizione che l' esercente raggiunga entrambi gli standard di qualità relativi agli indicatori TMA e LS.

Articolo 14

Punteggio conseguito per la customer satisfaction

14.1 Il punteggio P_{CS} , correlato agli esiti dell'indagine di *customer satisfaction*, è pari al rapporto tra l'indice complessivo di soddisfazione totalizzato dal venditore e l'indice complessivo di soddisfazione migliore totalizzato nell'indagine, moltiplicato per 100.

Articolo 15

Punteggio globale sulla qualità dei call center

15.1 Il punteggio globale sulla qualità dei call center IQT è calcolato, con approssimazione al primo decimale, secondo la seguente formula:

$$IQT = [(P_A + P_Q) / (P_A + P_Q)_{max} \times 100] \times 0,6 + P_{CS} \times 0,4$$

dove:

- P_A è il punteggio conseguito dal venditore per la fase di accesso al servizio;
- P_Q è il punteggio conseguito dal venditore per la fase di qualità del servizio;
- $(P_A + P_Q)_{max}$ è il miglior valore conseguito nel semestre da uno stesso venditore per la somma dei punteggi P_A e P_Q ;
- P_{CS} è il punteggio conseguito dal venditore per gli esiti dell'indagine di *customer satisfaction*.

Articolo 16

Pubblicazione comparativa

16.1 Il sistema di punteggi è mirato alla pubblicazione comparativa semestrale dei punteggi raggiunti delle imprese di vendita che:

- a) rispettano almeno i livelli minimi corrispondenti ai requisiti e agli standard definiti dall'Autorità;
- b) presentano un livello di soddisfazione della propria clientela rispetto ad una soglia minima fissata dall'Autorità e pari al punteggio CSI di 75;
- c) conseguono miglioramenti osservabili in termini di servizio ai clienti finali o offrono servizi aggiuntivi non richiesti dai requisiti minimi a cui vengono assegnati i punteggi di cui alla tabella 2 e 3.

¹⁵ In caso di rifiuto della possibilità di essere richiamato, il tempo di attesa non deve essere riazzerato

¹⁶ Funzionalità dinamica in relazione ai tempi medi correnti

16.2 La graduatoria viene formata in ordine decrescente di IQT, evidenziando anche i punteggi parziali (P_A, P_Q e P_{CS}) e viene pubblicata sul sito internet dell’Autorità a partire dal secondo semestre 2008. Sono indicati con “insufficiente”, senza attribuzione di punteggio, i venditori per i quali non sia stato assegnato anche uno solo dei punteggi P_A, P_Q e P_{CS}.

Articolo 17

Obblighi di registrazione

17.1 Il venditore che sia dotato di centri di *call center*, predispone strumenti, anche informatici, al fine di registrare le informazioni e i dati previsti dal presente provvedimento:

- a) l’inizio della chiamata delle chiamate telefoniche pervenute ai centri di risposta o *call center*;
- b) l’eventuale richiesta di parlare con un operatore, se la risposta avviene tramite risponditore automatico;
- c) l’inizio della conversazione con l’operatore o, se precedente, la fine della chiamata.
- d) nome della persona che ha parlato con un operatore del *call center*;
- e) titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata (ove presente);
- f) servizio a cui si riferisce la chiamata (servizio elettrico o gas o entrambi);
- g) motivo della chiamata;
- h) settimana della chiamata;
- i) fascia oraria della chiamata.

17.2 I venditori hanno l’obbligo di organizzare un archivio prontamente consultabile formato dai dati indicati dal punto d) al punto n), dal quale saranno acquisiti, i dati necessari per l’identificazione del campione di clienti da intervistare, con modalità tali da garantire adeguate misure di sicurezza.

17.3 A corredo delle suddette informazioni, i venditori devono mettere a disposizione anche il recapito telefonico e il recapito di fatturazione (indirizzo postale) dei clienti titolari dei contratti indicati nell’archivio di cui al precedente comma, nonché, per le sole chiamate che si riferiscono a nuove utenze, dei richiedenti, così come risultanti dai dati in loro possesso e relativi al rapporto contrattuale instaurato o da instaurare.

Articolo 18

Verificabilità dei dati

18.1 Al fine di consentire l’effettuazione di controlli per accertare la veridicità delle informazioni e dei dati comunicati e assicurare il rispetto delle disposizioni contenute nel presente provvedimento il venditore:

- a) mantiene gli strumenti informatici di cui si avvale continuamente aggiornati con le informazioni e i dati richiesti;

- b) assicura la verificabilità delle informazioni e dei dati registrati mediante un adeguato sistema di collegamento, anche informatico, tra archivi commerciali, archivi tecnici e mediante ogni altra documentazione ritenuta necessaria;
- c) conserva in modo ordinato ed accessibile tutta la documentazione necessaria per assicurare la verificabilità delle informazioni e dei dati registrati, per un periodo non inferiore a tre anni solari successivi a quello della registrazione.

Articolo 20

Obblighi di comunicazione dei dati

- 20.1 Entro il 30 settembre e il 31 marzo di ciascun anno, il venditore comunica all'Autorità:
- a) il numero di chiamate telefoniche mensili che hanno richiesto di parlare con un operatore, suddivise tra quelle alle quali è stata data risposta e quelle concluse per rinuncia del chiamante;
 - b) il livello di accessibilità al servizio (AS);
 - d) il tempo medio di attesa (TMA);
 - e) il livello di servizio (LS);
 - f) i dati relativi ai livelli effettivi conseguiti per gli indicatori e le caratteristiche di cui alla tabella 2 e 3 ai fini dell'assegnazione dei punteggi aggiuntivi.
- 20.2 L'Autorità utilizza le informazioni ed i dati comunicati ai fini della pubblicazione comparativa.

Articolo 21

Obblighi di informazione ai clienti

- 21.1 I venditori, ai fini del rispetto del decreto legislativo n. 196/2003, assicurano ai clienti che parlano con un operatore la somministrazione del messaggio riportante l'informativa circa la possibilità di essere richiamati per lo svolgimento di una indagine sulla qualità del servizio.
- 21.2 Tale informativa, prevista dall'art. 13 del Codice in materia di protezione dei dati personali, è somministrata ai clienti sia con modalità semplificate tramite messaggio preregistrato durante il tempo di attesa telefonica prima dell'inizio della conversazione con l'operatore, sia tramite pubblicazione sul sito internet di informativa completa; nell'informativa semplificata dovrà essere fatto riferimento al sito internet aziendale da cui è possibile ottenere l'informativa completa.

Articolo 22

Disposizioni transitorie e finali

- 22.1 Gli standard generali di qualità dei *call center* e gli obblighi di servizio di cui al presente provvedimento decorrono:
- a) dall'1 gennaio 2008 per i venditori con più di 100.000 clienti finali al 31 dicembre 2006;

- b) dall'1 gennaio 2009 per tutti i venditori con più di 50.000 clienti finali al 31 dicembre 2007 con l'esclusione degli articoli 10, 20 e 21;
- c) dall'1 gennaio 2010 per tutti i venditori con più di 10.000 clienti finali al 31 dicembre 2008 con l'esclusione degli articoli 10, 20 e 21.

22.2 Nel caso di superamento delle soglie dimensionali indicate al precedente comma, i corrispondenti obblighi di attuazione decorrono dall'1 gennaio dell'anno successivo a quello in cui l'impresa distributrice supera la predetta soglia.