LA GUIDA DEGLI ESPERTI A UN BUDGET CCM A PROVA DI RECESSIONE

Domande chiave da porre all'attuale (o nuovo) fornitore di CCM per proteggere il vostro investimento



quadient

PRESENTAZIONE



È probabile che, nel perseguire la trasformazione digitale, la vostra organizzazione abbia adottato, o almeno preso in considerazione, una soluzione SaaS per la gestione delle comunicazioni con i clienti (CCM). Si tratta di un passo importante, che non va preso alla leggera. Avrete probabilmente trascorso diversi mesi a fare ricerche, dettagliare i costi e mettere da parte un budget duramente guadagnato. Avrete anche creato delle metriche per giustificare il budget e misurare il valore dell'investimento. E, alla fine, avete implementato rapidamente la soluzione e la state utilizzando tuttora.

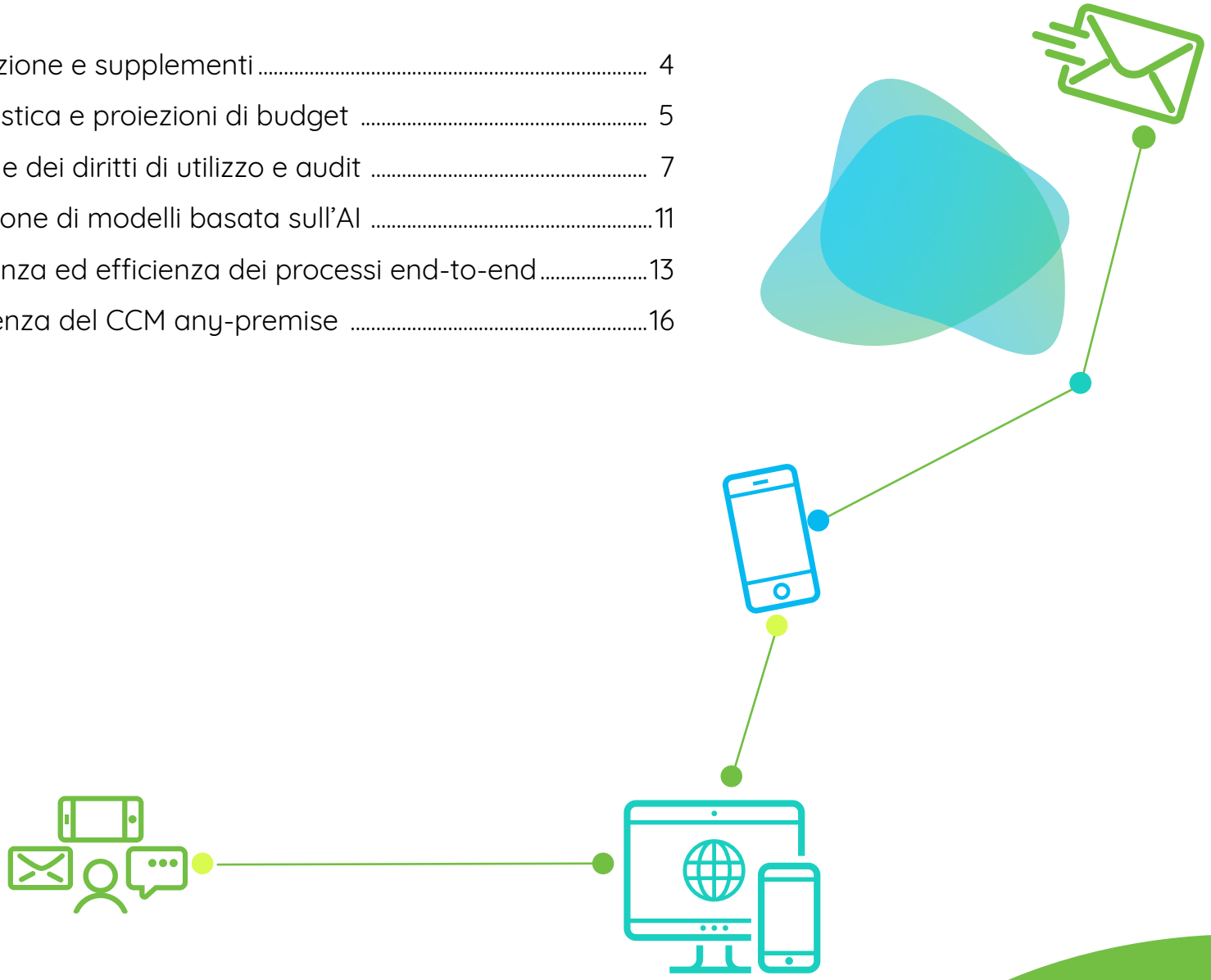
Ci auguriamo che la soluzione scelta soddisfi le vostre esigenze in fatto di CCM. Ma questa guida inizia con una domanda difficile: sta andando tutto come vi aspettavate? Esistono una miriade di soluzioni in grado di gestire le applicazioni per le comunicazioni con i clienti meno complesse. In effetti, molte avranno probabilmente superato i processi RFP a pieni voti. Tuttavia, una volta preso l'impegno, potreste esservi accorti di limitazioni nelle funzionalità e nelle prestazioni, o di pratiche di fatturazione poco limpide, che possono avere un impatto diretto sulla vostra capacità di raggiungere gli obiettivi CCM senza sforare i limiti del budget.

Forse avete adottato una soluzione CCM SaaS e ora avete difficoltà a gestire le esigenze di comunicazione più complicate senza dover passare a un'implementazione on-premise, con tutti i costi imprevisti del caso. O forse avete scoperto che le funzionalità di progettazione per la gestione di documenti complessi non sono facili da usare e incidono sul time-to-value. O magari vi siete resi conto che il budget che avete diligentemente accantonato viene prosciugato prematuramente da oscure condizioni contrattuali che portano a eccedenze inaspettate.

In un'economia che rallenta, tutti diventiamo subito più attenti al nostro budget. Se la vostra organizzazione si sta preparando per un periodo di crescita più lenta, è lecito ritenere che anche i vostri principali fornitori di tecnologia stiano facendo lo stesso. Se, e quando, i fornitori si preparano a una recessione, è possibile che valutino flussi di entrate alternativi e tentino di compensare l'aumento dei costi che devono sostenere. E tutti questi "se" potrebbero facilmente diventare realtà.

È quindi il momento giusto per controllare i costi, riconfigurare le spese e definire i budget in modo più intelligente. Se pensate che il vostro fornitore stia cercando di usare l'astuzia per indurvi a sforare il vostro budget, questo eBook contiene le domande scomode da porre per trarre il massimo dal vostro investimento nel CCM, in un anno di recessione e non solo.

Capitolo 1—Fatturazione e supplementi 4
Capitolo 2—Reportistica e proiezioni di budget 5
Capitolo 3—Gestione dei diritti di utilizzo e audit 7
Capitolo 4—Migrazione di modelli basata sull'AI 11
Capitolo 5—Esperienza ed efficienza dei processi end-to-end 13
Capitolo 6—La potenza del CCM any-premise 16



FATTURAZIONE E SUPPLEMENTI



La vostra piattaforma CCM vi consente di scalare i progetti di comunicazione in maniera efficace, in modo da realizzare la visione di customer experience della vostra organizzazione? Questo è un punto cruciale per il successo delle iniziative CCM, e per il riconoscimento che potreste ottenere in azienda. E lo è ancor di più durante una recessione economica, quando il valore offerto dallo stack tecnologico è analizzato con maggiore attenzione.

Ecco quindi alcune domande che possono aiutarvi a ridurre i costi e prevenire spese impreviste relative al vostro CCM SaaS:

UNITÀ DI FATTURAZIONE

1. **Qual è l'unità di fatturazione?**
   Qual è la metrica su cui si basa il prezzo della soluzione: la comunicazione, il numero di utenti, il numero di pagine o la quantità di dati?

! **Questo è importante perché,** se la fatturazione in uscita si basa sui kilobyte che definiscono la dimensione del file, i prezzi oscilleranno in modo imprevedibile a seconda dei tipi di comunicazione e potrebbero esaurire rapidamente il budget.

SUPPLEMENTI

1. **Le nuove funzionalità sono addebitabili?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Se sì, potete spiegarmi meglio?*

2. **Qual è la dimensione massima di una comunicazione prima che vengano fatturate le commissioni per eccedenza?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Potreste spiegare in quali contesti vengono applicati dei supplementi?*

! **Perché è importante?** Se non siete completamente informati sulle politiche di fatturazione, potreste esaurire il budget in pochi mesi e incorrere in costi aggiuntivi imprevisti per la durata rimanente del contratto. Ad esempio, la dimensione del file può aumentare perché il team di marketing aggiunge più immagini, o perché il numero di comunicazioni raddoppia, o perché viene inserito del testo aggiuntivo per motivi di conformità legale. Le dimensioni dei file possono cambiare per una varietà di motivi, e non è detto che i vostri team ne siano a conoscenza. È quindi importante scoprire se e quanto situazioni di questo tipo potranno influire sul budget iniziale.

3. **Siamo un'azienda globale: in quali lingue è configurabile la vostra interfaccia?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Quante lingue sono incluse nelle risorse a me assegnate?*

4. **I diritti di utilizzo sono regolati dai canali di output (cartaceo, web, SMS, ecc.)?**
   Sono previsti supplementi o costi aggiuntivi per comunicazioni di dimensioni superiori alla media? Se sì, chi definisce la media?

! **Perché è importante?** Basta aggiungere un semplice file o un'immagine ad alta risoluzione a una comunicazione per aumentare il volume delle immagini renderizzate in modo inefficiente e, di conseguenza, far lievitare i costi.

REPORTISTICA E PROIEZIONI DI BUDGET

Dedichiamo un'enorme quantità di tempo a giustificare i nostri budget. Queste domande sulla reportistica e sulle proiezioni del budget vi aiuteranno a scoprire le risposte spesso celate a piè di pagina in caratteri minuscoli e le condizioni contrattuali meno trasparenti, consentendovi di mantenere il vostro investimento nel software CCM in linea con i vostri obiettivi e il vostro budget.



SEGNALAZIONI

1. **Quali report in tempo reale sullo stato e sulla fatturazione mensile fornisce la vostra soluzione?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Quali dashboard o report sono disponibili per tenere traccia in modo chiaro dei miei crediti rimanenti in termini di volume, utenti, ecc.?*

! **Perché è importante?** Un budget è una vera e propria conquista: deve essere scrupoloso e preciso, e giustificato per ogni singola voce di costo. I supplementi possono prendere alla sprovvista, ma non necessariamente. Creando report coerenti sull'utilizzo delle risorse assegnate, si possono adattare i processi e implementare corsi di formazione per evitare la necessità di fissare un budget supplementare. I fornitori hanno strutture di reportistica diverse, quindi è fondamentale trovarne una che consenta di controllare al meglio il proprio investimento.

PROIEZIONI DI BUDGET

1. **Qual è la dimensione del file assegnata per una comunicazione “normale”?**

2. **Quali moltiplicatori influiscono sulla fatturazione? Le funzionalità di comunicazione batch, su richiesta e bidirezionali vengono addebitate separatamente?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Esattamente, quanto addebitate per i seguenti elementi:*
   - *Progettazione di contenuti interattivi?*
   - *Apertura di comunicazioni interattive?*
   - *Visualizzazione delle comunicazioni in anteprima?*
   - *Editing di comunicazioni interattive?*
   - *Recapito di comunicazioni?*
   - *Recapito via e-mail con allegato?*

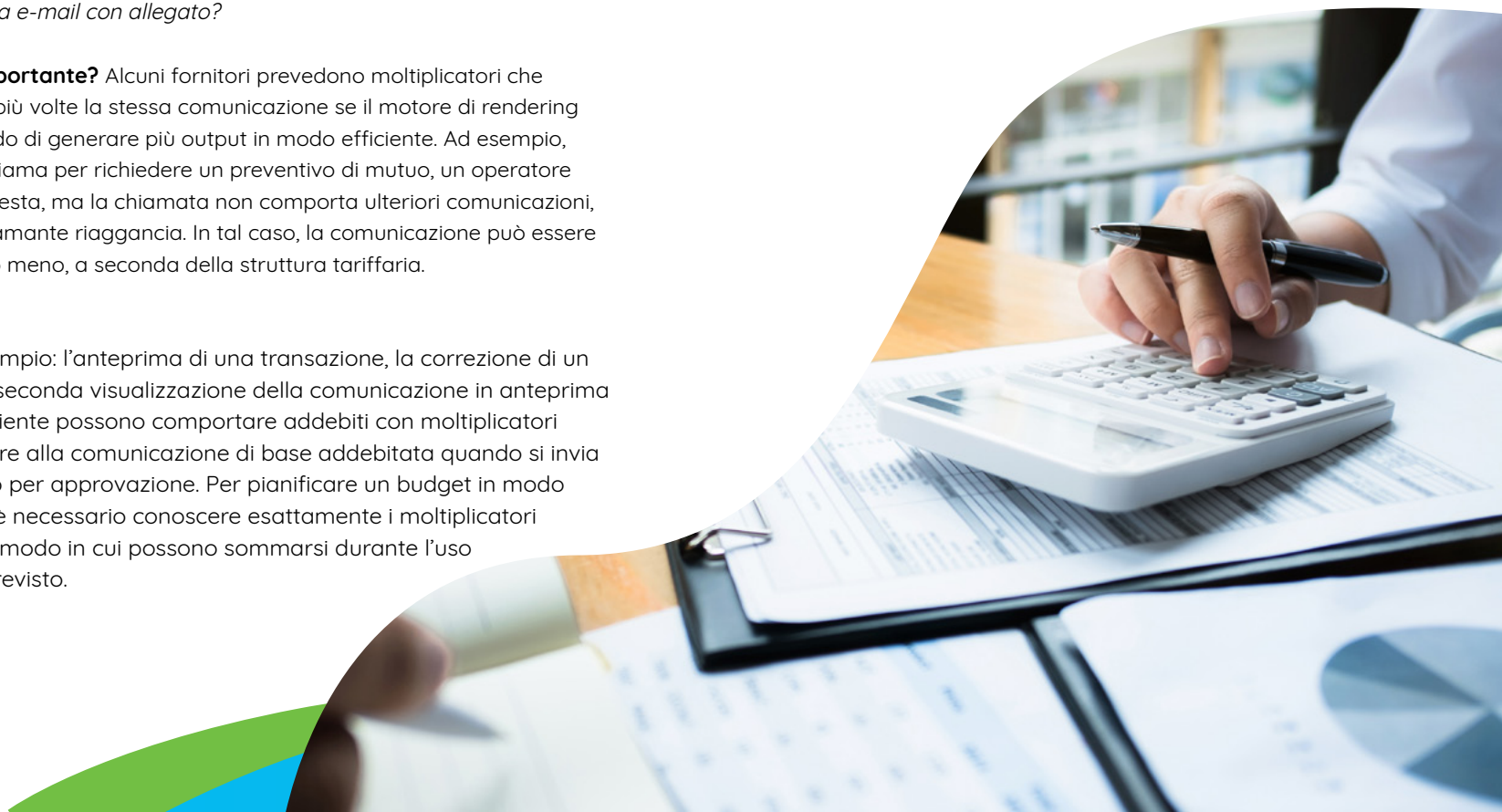
! **Perché è importante?** Alcuni fornitori prevedono moltiplicatori che addebitano più volte la stessa comunicazione se il motore di rendering non è in grado di generare più output in modo efficiente. Ad esempio, un cliente chiama per richiedere un preventivo di mutuo, un operatore avvia la richiesta, ma la chiamata non comporta ulteriori comunicazioni, perché il chiamante riaggancia. In tal caso, la comunicazione può essere addebitata o meno, a seconda della struttura tariffaria.

Un altro esempio: l’anteprima di una transazione, la correzione di un errore, una seconda visualizzazione della comunicazione in anteprima e l’invio al cliente possono comportare addebiti con moltiplicatori duplicati, oltre alla comunicazione di base addebitata quando si invia un contratto per approvazione. Per pianificare un budget in modo ponderato, è necessario conoscere esattamente i moltiplicatori esistenti e il modo in cui possono sommarsi durante l’uso aziendale previsto.

3. **In un anno, qual è la percentuale di clienti che eccede il budget previsto per il recapito di SMS, PDF, e-mail e di documenti cartacei?**

! **Perché è importante?** La storia tende a ripetersi. Se un cliente effettivo è solito sforare il budget previsto con il fornitore anno dopo anno, potete aspettarvi che lo stesso accadrà con voi.

4. **In caso di eccedenze, vorrei un preavviso adeguato per allineare il mio budget. In che modo la vostra organizzazione informa i clienti se si avvicinano al limite o superano i budget, e con quanto preavviso?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Come comunicate la riduzione dei crediti all’interno della vostra piattaforma? Come fanno gli utenti o i manager a monitorare le proprie prestazioni rispetto al budget?*





GESTIONE DEI DIRITTI DI UTILIZZO E AUDIT

I fornitori possono ricavare un flusso di entrate alternativo dalla gestione dei crediti, attuata mediante audit di conformità contrattuale: aumentandone la frequenza e il controllo, è probabile che gli audit possano individuare delle eccedenze, con conseguenti maggiorazioni e fatturazioni a sorpresa.

Vediamo qui di seguito i trucchi del mestiere su come proteggere i diritti contrattuali in caso di audit a sorpresa e mantenere il vostro investimento nel CCM SaaS entro i limiti del budget.

1. **Sono obbligato a consentire al software di monitoraggio delle licenze l'ingresso nei miei ambienti?**

   DA SAPERE: *in genere, il team di sicurezza del cliente può decidere se implementare o meno un sistema di monitoraggio delle licenze, e, se sì, quale sistema implementare.*

   DA FARE: *assicuratevi che tutti gli script o i software di monitoraggio del fornitore siano sottoposti alla stessa valutazione in termini di controlli di sicurezza e privacy a cui sono sottoposti gli altri software eseguiti nel vostro sistema. Solo perché è in corso un audit, ciò non significa che il fornitore sia autorizzato a inserire un software nel vostro sistema, ignorando le politiche di sicurezza e di privacy della vostra organizzazione.*

2. **Quanto retroattivamente possono essere calcolati gli addebiti stabiliti durante un audit?**

   DA FARE: *stabilite una data limite prima della quale l'audit non possa avere effetto ai sensi del vostro contratto, in modo che il fornitore applichi addebiti relativi solo a tale intervallo di tempo. Assicuratevi che i vostri report non includano intervalli di tempo non richiesti ai fini dell'audit.*

3. **È prevista una clausola di non divulgazione per entrambe le parti, nonché per potenziali revisori terzi?**

   DA SAPERE: *i contratti di non divulgazione per audit possono darvi un notevole potere contrattuale in futuro e consentirvi di mantenere il controllo, assicurandovi che i vostri dati rimangano tali. Questi contratti contribuiscono a garantire che i dati non corretti, spesso sbilanciati a favore del fornitore, non possano essere condivisi con quest'ultimo da un revisore terzo senza il vostro consenso. Puntate a eliminare la clausola di non denigrazione dal primo contratto di non divulgazione per audit, in modo da sfruttarla come "merce di scambio" nel caso in cui vi troviate a negoziare un accordo.*

RICHIEDERE LE SPECIFICHE DELL'ACCOUNT

Chiedete al fornitore di produrre una verifica obiettiva (registri dei server, delle transazioni, delle approvazioni o altre informazioni, che potrebbero contribuire ad identificare le applicazioni problematiche) per ogni sovrapprezzo per dimensioni dei file o delle comunicazioni, compresi:

1. applicazioni;
2. utenti;
3. ambienti;
4. data/ora in cui si è verificato l'episodio.

DA SAPERE: *il diavolo si nasconde nei dettagli, e un fornitore dovrebbe essere in grado di produrre informazioni dettagliate a supporto degli addebiti per eccedenza. Se richiedete tali dati, il fornitore dovrà fare uno sforzo in più e sarà vincolato all'onere della prova. Ma non solo: se non è in grado di dimostrare che, supponiamo, avete violato il contratto effettuando due milioni di transazioni in più, potreste non essere tenuti a risponderne.*

DA FARE: *confrontate le eccedenze indicate dal fornitore con i report interni della vostra organizzazione e contestate quelle che non sono in linea con i vostri dati. Se si sono verificate eccedenze in termini di dimensione dei file, confrontate le dimensioni dei file con altre tecnologie simili per assicurarvi che i file rientrino negli standard di settore accettabili. In caso contrario, chiedete informazioni sul codice: non dovreste essere responsabili per file che risultano di grandi dimensioni perché il codice non è efficient*



CONSIGLI PER EVITARE UN AUDIT

Durante la richiesta di offerta, ponete le seguenti domande:

- **In che modo applicate i contratti?**
- **Qual è la probabilità di un audit?**
- **Quanti dei vostri clienti, in percentuale, sono stati sottoposti ad audit?**
- **Negli ultimi 36 mesi, avete registrato entrate derivanti dalla mancata conformità delle licenze?**
  DOMANDA SUCCESSIVA: *Quale percentuale del vostro fatturato totale è costituita da tali entrate?*
- **Che tipo di report (compresi i report sull'utilizzo in tempo reale) fornite ai clienti?**
  DA SAPERE *chiedendo di sapere come vi vengono forniti i report sull'utilizzo in tempo reale rispetto ai termini del contratto, potrete ridurre il tempo e l'energia spesi per garantire la conformità.*
- **Quali meccanismi di avviso posso aspettarmi quando sto per superare l'utilizzo delle risorse che mi sono assegnate per contratto?**
  DA SAPERE: *il concetto è lo stesso di un operatore di telefonia mobile che invia un avviso al cliente quando ha utilizzato il 75% del traffico dati mensile di cui può usufruire. I meccanismi di avviso riguardanti i diritti di utilizzo rendono l'autogestione meno faticosa, consentono di modificare i processi o assegnare priorità, riducendo così la possibilità che si verifichino eccedenze, e avvisano i clienti che potrebbero incorrere in addebiti aggiuntivi. Molti fornitori traggono profitto dalle eccedenze e scelgono intenzionalmente di non inviare avvisi di questo tipo*
- **Quali meccanismi sono presenti nelle vostre interfacce per identificare quando la registrazione degli utenti, il numero di transazioni, le dimensioni delle comunicazioni o altri modelli di utilizzo possono creare un'eccedenza imprevista?**
  DA SAPERE: *se il contratto prevede dei vincoli di utilizzo, occorre sapere che cosa fa il fornitore per aiutarvi a capire la vostra posizione in termini di diritti di utilizzo. Magari non avrete problemi a utilizzare più di quanto avete acquistato, ma avete il diritto di sapere quando siete in procinto di superare un normale limite e rischiate un'eccedenza.*
- ***Per proteggere l'IP del vostro software, vi affidate a metodi tecnici, a metodi contrattuali o a una combinazione di entrambi? Potreste spiegare il vostro approccio alle licenze?***
- ***Se dovessi decidere di utilizzare un altro servizio, come farò a recuperare dalle vostre applicazioni l'IP relativa a progettazione, logica, dati e recapito?***
- ***In quale formato posso ottenere l'IP?***
- ***In quanto tempo posso ottenere l'IP?***
- ***Quali sono le procedure e le tempistiche per la richiesta?***

4. **Se i costi sostenuti dai fornitori aumentano sensibilmente, cosa ne è della tariffa che pagate o delle risorse di cui potete usufruire?**

DA SAPERE: *in uno scenario di recessione o di inflazione, i costi delle piattaforme SaaS (AWS, Microsoft, Oracle, Google o altre) possono aumentare notevolmente. In caso di aumento imprevisto dei prezzi, il venditore potrebbe cercare di integrare le mancate entrate tramite eccedenze e verifiche, se non dispone di altre possibilità di ricorso in un contratto pluriennale.*

DA FARE: *se avete stipulato un contratto pluriennale a tariffe prestabilite, cercate di capire a quali mezzi può ricorrere il fornitore per trasferire l'aumento dei costi sui prezzi applicati ai clienti. Se nel contratto non è specificato nulla, è possibile che il fornitore cerchi di integrare le entrate in altri modi, ad esempio sfruttando le eccedenze e gli audit; preparatevi per tempo.*



DA SAPERE: fate in modo di poter passare a un fornitore più trasparente nel caso di un audit insoddisfacente o di addebiti per eccedenze a sorpresa. Per farlo, assicuratevi che la soluzione in cui investite vi consenta di recuperare l'IP relativo a progettazione, logica, dati e recapito in un formato leggibile e in qualsiasi momento. Anche se il fornitore garantisce accesso e backup per contratto, le circostanze possono cambiare e i servizi potrebbero essere interrotti in caso di bancarotta, acquisizione o altro evento imprevisto.

DA FARE: prendete in considerazione l'idea di lasciare una valutazione anonima su un sito pubblico di recensioni in merito a politiche di audit, esperienze o transazioni che ritenete negative o ingiuste. Ricordate però di omettere le cifre esatte e i dati che identificano la vostra azienda.

DA SAPERE: i professionisti e i team dei reparti finanziario, legale e procurement non vengono quasi mai considerati, ma in realtà possono offrirvi informazioni preziose sulla collaborazione con il fornitore dal loro punto di vista. Ad esempio, possono indicarvi con una certa precisione se nel rapporto contrattuale con il fornitore potete aspettarvi "acquisti extra non pianificati", aumenti delle tariffe di manutenzione, audit e spese potenzialmente considerevoli per le eccedenze.

DA FARE: durante il processo di selezione del fornitore, informatevi anche presso i professionisti dei reparti finanziario, legale e procurement che utilizzano i servizi del fornitore da più di cinque anni.

MIGRAZIONE DI MODELLI BASATA SULL'AI

La migrazione dei modelli AI, ovvero il processo di trasferimento dei dati e dei documenti esistenti nell'ambiente CCM, ha un impatto diretto sulla capacità di sfruttare la risorsa più potente: i dati.

La migrazione dei modelli può essere uno degli aspetti più costosi del cambio di fornitore, nonché uno dei maggiori punti dolenti se il fornitore manca di solide capacità di intelligenza artificiale: senza di queste, infatti, non è possibile ottenere una vera trasformazione digitale omnicanale e incentrata sul cliente. Ciò è particolarmente vero per le imprese legacy. La migrazione dei modelli basata sull'intelligenza artificiale ottimizza i vecchi contenuti ed effettua rapidamente il trasferimento nei nuovi ambienti, riducendo così drasticamente il tempo dedicato all'analisi dei modelli legacy. E, come si sa, il tempo è denaro.

Se il vostro obiettivo è aggiornare i modelli, migliorare la progettazione e aggiungere nuovi canali digitali con tempistiche competitive, dovrete analizzare questi punti con il vostro attuale fornitore e cercare di capire insieme come incideranno sulle vostre proiezioni. Dovreste anche valutare in che modo un nuovo fornitore può aiutarvi a proteggere i vostri investimenti passati nel CCM e chiedergli di elaborare una nuova soluzione per voi.

IL SUGGERIMENTO DEGLI ESPERTI:

Se combinati, la migrazione dei modelli, la gestione dei dati e l'integrazione basati sull'intelligenza artificiale rappresentano un potente acceleratore per i progetti di trasformazione digitale, che può aiutarvi a completare l'implementazione con mesi, o addirittura anni, di anticipo.

1. Il mio team ha rimandato la migrazione per diversi anni, perché ci voleva troppo tempo per definire il nostro progetto prima di scrivere la nostra RFP. Come pensate di aiutare il nostro team a convalidare e migliorare questo lavoro?

2. Come vi assicurerete che tutti i miei contenuti esistenti vengano migrati correttamente nel nuovo sistema CCM?

3. Comprendiamo che le tecnologie AI, ML e NLP facilitano le migrazioni, ma come possiamo assicurarci di avere la soluzione migliore per noi in futuro? Quali sono i vostri punti di forza nell'ambito di queste tecnologie? Quali sono i vostri punti deboli o i vostri limiti?

4. Se una comunicazione richiede dati provenienti da più sistemi, come bisogna pre-trattare i dati prima di poterli inviare alla soluzione CCM?

5. Posso inviare più file? I file possono essere in formati diversi? Posso combinare query nel database, file flat e chiamate API di terze parti in un'unica attività?



Protezione degli investimenti nel CCM

La tecnologia InspireExpress di Quadient ha ottenuto il massimo posizionamento in termini di funzionalità nel caso d'uso di migrazione dei modelli con intelligenza artificiale. InspireExpress applica le tecnologie di intelligenza artificiale, apprendimento automatico ed elaborazione del linguaggio naturale per scomporre documenti legacy su larga scala. In questo modo, le vecchie comunicazioni sono trasformate in nuovi contenuti e modelli, che rappresentano gli elementi costitutivi di un portafoglio CCM davvero omnicanale. Difatti, i clienti hanno risparmiato il 90% del tempo dedicato all'analisi pre-progetto, riducendo al contempo del 60% gli sforzi di gestione dei contenuti dopo l'implementazione.

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

La gestione delle comunicazioni con i clienti a livello aziendale richiede un'enorme quantità di risorse, dall'investimento finanziario alle ore lavorative. Sarebbe deludente scoprire che, dopo tutto il lavoro svolto, i flussi di lavoro, i modelli, i contenuti e la progettazione devono rimanere al fornitore. Il lavoro svolto e la proprietà intellettuale dovrebbero restare nelle vostre mani.

1. **Voglio eseguire il backup del mio portafoglio di comunicazioni: come posso farlo con la vostra tecnologia?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Dove risiederà la proprietà intellettuale delle mie comunicazioni?*

ESPERIENZA ED EFFICIENZA DEI PROCESSI END-TO-END

Quando si parla di tecnologia CCM, velocità e scalabilità non sono necessariamente sinonimo di potenza. La maggior parte delle organizzazioni ritiene che le soluzioni CCM intelligenti offrano modellazione predittiva, automazione dei documenti o esperienze digitali che eseguono il rendering dei dati e consentono decisioni più rapide. Questo significa grandi capacità, certo. E, tecnicamente, significa anche velocità,almeno in teoria. Ma la vera domanda da porsi è: **"Questo motore è progettato per combinare queste grandi capacità in maniera efficiente, in modo da mantenere velocità e scalabilità?". Perché questo è l'aspetto da cui dipenderà la vostra spesa finale.**

Indipendentemente da quanto sia scalabile secondo il fornitore, una soluzione costruita tramite un'accozzaglia di integrazioni esternalizzate (lavoro sui dati, motori di rendering e così via) manca di efficienza. Il risultato sono basse velocità, scarse prestazioni e costi imprevedibili. Spesso, un progetto complesso implementato su un motore in outsourcing può far saltare il budget annuale.

A volte, capita che un fornitore di CCM vi offra una demo con una comunicazione molto semplice, badando bene a nascondere l'incapacità della soluzione nel gestire la complessità: in questi casi, ci si rende conto troppo tardi che il motore non è in grado di completare il progetto, e ci si ritrova a cercare un ripiego per evitare violazioni delle normative, per di più con i costi imprevisti derivanti dal passaggio all'on-premise.

È difficile sapere cosa si nasconde esattamente dietro un fornitore di soluzioni. In tutta onestà, la maggior parte dei venditori non vuole neanche farcelo sapere. Perché spesso c'è un coacervo di tecnologie, abilmente nascoste dietro la promessa di "velocità" o "scalabilità".



COSA CHIEDERE PER VALUTARE LA VERA POTENZA DI UN MOTORE CCM

MOTORE DI RENDERING + PROBLEMI DI EFFICIENZA

1. **Come vengono addebitati ai clienti i rendering di anteprima, i rendering di prova e altre comunicazioni non legate alla produzione?**
2. **Potreste spiegare in che modo è progettata la tecnologia del vostro motore CCM per creare comunicazioni efficienti?**

! **Perché è importante:** le comunicazioni possono avere vari livelli di complessità, dalle notifiche SMS di qualche centinaio di caratteri a polizze assicurative altamente complesse, fino alle proposte grafiche di gestione patrimoniale. Se il provider CCM è progettato per gestire solo le comunicazioni semplici, avrà difficoltà quando servirà una maggiore potenza per creare quelle complesse. La chiave è evitare la regola "80-20". Tradizionalmente, le organizzazioni stabiliscono se una soluzione è abbastanza efficiente ponendosi la domanda: "Può gestire l'80% delle comunicazioni?". Riflettiamo un attimo: se una soluzione può gestire solo l'80% delle comunicazioni, allora 1 modello su 5 richiederà una soluzione completamente diversa. Ciò comporta un costo aggiuntivo, e magari scopriamo che la seconda soluzione utilizzata sarebbe stata in grado di eseguire il 100% delle comunicazioni facili fin da subito.

3. **In che modo garantite che le comunicazioni siano progettate in modo efficiente, per utilizzare la quantità minima di spazio sui dispositivi del destinatario?**
4. **Il motore di rendering è di vostra proprietà o è di terze parti/esternalizzato? Se è esternalizzato, come posso aspettarmi una fatturazione prevedibile se vi viene addebitata una potenza di calcolo aggiuntiva durante un lavoro complesso?**

CAPACITÀ DI PROGETTAZIONE

1. **Esiste un limite al numero di utenti?**
2. **Alla soluzione avrà accesso il mio intero reparto, oppure l'accesso è limitato?**
3. **Quali vantaggi, in termini di produttività, potete offrire ai vostri clienti?**

CURIOSITÀ:

Il motore di rendering di Quadient Inspire ha ottenuto un punteggio di 99 su 100 nella classifica Aspire 2021 per i sistemi CCM.

In oltre tre decenni, abbiamo incaricato il più grande team di ricerca e sviluppo al mondo specializzato nelle comunicazioni con i clienti di creare il motore di rendering più apprezzato e innovativo sul mercato.

Ciò significa comunicazioni più rapide ed economiche, anche per i lavori più complessi. Ecco perché migliaia di organizzazioni in tutto il mondo si affidano a Quadient Inspire per gestire le loro più complesse sfide di comunicazione con i clienti. Con comunicazioni continue, personalizzate e coerenti su tutti i canali, nessun progetto è troppo complesso per la suite Quadient Inspire, progettata in modo intelligente per un'efficienza ottimale.

CAPACITÀ DI APPROVAZIONE

1. **Come devono funzionare le approvazioni? Quanti team devono firmare le comunicazioni? Ogni team deve firmare in sequenza o è possibile firmare in parallelo per maggiore efficienza?**
2. **La firma varia da prodotto a prodotto?**
3. **Quanto dura il processo di approvazione?**

FUNZIONALITÀ DI FRONT OFFICE

1. **Avete problemi con le comunicazioni completate in modo errato dai vostri team?**
2. **Come definite, misurate e controllate la qualità?**
3. **Qual è la vostra percentuale di errore complessiva e/o quali sono le metriche di qualità?**
4. **Come garantite che i vostri utenti stiano lavorando secondo la procedura ufficiale?**
5. **Come controllate le comunicazioni di alto valore e ad alto rischio per garantire la qualità?**
6. **Offrite script integrati per i comandi nel front office?**

Perché è importante: quando gli script non sono integrati in una soluzione, l'organizzazione dovrà spendere altro denaro per un volume di servizi pofessionali (PSO) più elevato.

CONSEGNA DELLE COMUNICAZIONI

1. **Quali team e/o fornitori sono responsabili della gestione dell'output della posta elettronica?**
2. **Quali criticità hanno riscontrato gli altri clienti con i loro fornitori/team?**

> QUADIENT HA OTTENUTO UN PUNTEGGIO DI 99, IL PIÙ ALTO MAI REGISTRATO, PER L'EFFICIENZA DEL NOSTRO MOTORE DI RENDERING NELLA CLASSIFICA 2021 ASPIRE PER I CCM.
>
> - Kaspar Roos, Fondatore e CEO di Aspire

MONITORAGGIO DELLE COMUNICAZIONI

1. **Vorrei una visione completa delle prestazioni delle comunicazioni e dell'interazione. Quanto sono accurate e facili da ottenere le metriche su annullamenti di iscrizioni, tassi di apertura, ecc.?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Come farò a visualizzare le mie metriche SMS?*

POTENZA DEI DATA CENTER

1. **Dove si trovano i vostri data center?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Come e quando pensate di espandere i data center per soddisfare le esigenze delle aziende globali o dei clienti internazionali?*

LA POTENZA DEL CCM ANY-PREMISE

Quando si tratta di implementazioni CCM aziendali, sappiamo che un approccio unico per tutti non è pragmatico. Ogni organizzazione ha esigenze specifiche in fatto di trasformazione digitale.

Alcune organizzazioni hanno appena iniziato il loro percorso di trasformazione della comunicazione con i clienti, mentre altre sono più avanti. Alcune organizzazioni hanno esigenze di comunicazione più semplici, mentre altre devono affrontare casi d'uso più sofisticati (volumi elevati, pagine multiple, tabelle, grafici, ecc.). Alcune sono pronte a evolversi e ad adottare comunicazioni con i clienti esclusivamente in forma di SaaS, ma i sistemi legacy pongono ancora complessità tali da obbligarle a mantenere alcune implementazioni on-premise. Insomma, a volte non si sa di aver bisogno di qualcosa finché non ci si accorge di non averlo.

Il vantaggio delle soluzioni any-premise è che sono concepite in modo unico per gestire QUALSIASI progetto venga loro sottoposto, consentendo di crescere in ogni fase e di scalare a seconda delle proprie necessità.

Quadient ha creato l'unica vera suite di soluzioni CCM any-premise al mondo. Distribuibile on-premise, su cloud pubblico o privato, come servizio ibrido o gestito in hosting, è progettata per risolvere le esigenze di comunicazione con i clienti con flessibilità, portabilità ed efficienza senza pari.





Ecco le domande da fare per saperne di più sulla fattibilità a lungo termine del vostro investimento nel CCM:

1. **Quanti dei vostri clienti utilizzano un'implementazione esclusivamente su cloud? DOMANDA SUCCESSIVA (se state valutando una soluzione SaaS):** *Quanti clienti hanno implementato la soluzione interamente nel vostro cloud, e quanti utilizzano il proprio?*

2. **Potete citare esempi specifici di progetti complessi e ad alto volume eseguiti con successo con la vostra offerta SaaS?**

3. **Qual è la complessità media di un caso d'uso che il vostro SaaS può gestire?**

4. **Se mi accorgo che i miei progetti di comunicazione sono troppo complessi per il cloud, posso passare a una distribuzione on-premise?**
   DOMANDA SUCCESSIVA: *Sono previsti dei costi per questo?*

5. **Il motore on-premise è di vostra proprietà o è esternalizzato?**

6. **Offrite servizi di supporto per la navigazione in un motore on-premise?**



Se avete bisogno di...

- SAAS
- SU RICHIESTA
- BATCH
- PRESTAZIONI ELEVATE

allora la soluzione giusta per voi è...

Inspire Evolve

CLOUD-NATIVA,
COME INSPIRE EVOLVE

Se avete bisogno di...

- COMUNICAZIONI DINAMICHE
- ELEVATA SICUREZZA DEI DATI
- DISTRIBUZIONE FLESSIBILE

allora la soluzione giusta per voi è...

Inspire Flex

FLESSIBILE,
COME INSPIRE FLEX



Ecco le domande cruciali da porre al vostro fornitore CCM per ottenere il massimo dal vostro investimento SaaS (o any-premise), quando l'economia frena e non solo.

Un fornitore dovrebbe essere in grado di rispondere facilmente a queste domande in modo soddisfacente. Se non ci riesce, potrebbe essere il momento di cominciare a guardarsi intorno.

Il fatto è che i progetti di CCM non sono semplici, ma molte soluzioni di CCM non sono pensate per la complessità. Piattaforme di contenuti frammentate, sistemi legacy, silos fra reparti e forza lavoro sempre più distribuita creano una complessità che può essere difficile da gestire per le soluzioni CCM prive di una progettazione intenzionale e intelligente. E questo crea complessità a livello di budget. Ci auguriamo che questa guida vi aiuti a evitare costi imprevisti.

Contattateci oggi stesso per scoprire in che modo Inspire Evolve basato su cloud vi aiuta a rendere il vostro budget CCM a prova di recessione.

quadient.com/it/comunicazione-clienti/inspire-evolve

quadient

Informazioni su Quadient®

Quadient è la forza propulsiva delle esperienze più significative per i clienti di tutto il mondo. Concentrandosi su tre soluzioni chiave, quali Intelligent Communication Automation, Mail-related Solutions, e Parcel Locker Solutions, Quadient aiuta a semplificare la connessione tra le persone e ciò che conta veramente. Quadient aiuta centinaia di migliaia di clienti in tutto il mondo a costruire connessioni personalizzate e di qualità e a raggiungere l'eccellenza nella relazione con la clientela. Quadient è una società quotata nel listino B di Euronext Paris (QDT) e fa parte degli indici SBF 120®, CAC® Mid & Small e EnterNext® Tech 40.

Per maggiori informazioni su Quadient, visita **quadient.com/it**