

Incontro territoriale sul Customer - 28 Febbraio 2020

Venerdì 28 Febbraio si è tenuto a Firenze l'incontro sul Customer che avevamo richiesto a TIM ad Ottobre 2019, in coerenza anche con quanto stabilito dagli accordi di Luglio 2019 in materia di monitoraggio sui territori degli interventi di formazione e riconversione professionale.

All'incontro hanno partecipato anche Renzo Falco, responsabile Customer Consumer area Centro-Sud e Andrea Lazzari, responsabile della struttura Business area Centro.

Riteniamo che la loro partecipazione abbia dato valore aggiunto all'incontro e sia ennesima riprova del rinnovato clima di relazioni in azienda, con un confronto aperto ed onesto sulle problematiche e le dinamiche di queste strutture che sono per noi importantissime.

In apertura di incontro Falco e Lazzari hanno rappresentato alla delegazione le specificità delle loro strutture, raccontandoci di cosa si occupano e le diverse mansioni che troviamo nel mondo del Customer.

Falco ci ha illustrato le quattro attività svolte in ambito Consumer: vendita, loyalty, caring e delivery, facendo un riferimento specifico anche a come si sia passati ad una modalità multiskill, piuttosto che su code specifiche, che amplia le competenze dei singoli operatori e porta quindi più persone a poter rispondere a tutte le esigenze del cliente, dalla vendita alla richiesta di gestione reclami in tempi rapidi, alla realizzazione immediata delle richieste di nuovi impianti/attivazioni.

Altro canale è il partner care, che si occupa della gestione delle chiamate provenienti dai punti vendita autorizzati e che permette quindi un'assistenza dedicata e in tempo reale per i negozi che abbiano necessità di modifiche non eseguibili sui loro sistemi e quindi necessariamente vincolate al contatto telefonico all'assistenza.

Per quanto riguarda il Business Lazzari ci ha spiegato come sulla clientela ad alto valore ci sia un bassissimo ricorso (1% circa) ai cosourcers (Telecontact), a favore della risposta inhouse.

Entrando nell'ambito del Credito, i dati parlano di un 90% di pendenze recuperate grazie all'intervento del reparto, a fronte di un 10% che non riusciamo a recuperare.

Ci hanno inoltre fornito in dettaglio i numeri di organici dei singoli reparti: Consumer 198 persone di cui 93 full time, 89 part time 75% e 16 part time 50%, suddivise in 130 a Firenze, 32 a Pisa, 16 ad Arezzo, 11 a Grosseto e 9 a Siena; Business: 153 persone di cui 109 full time, 38 part time 75% e 6 part time 50%, tutte su Firenze.

La parola è quindi passata alle OO.SS. per gli interventi e le domande.

Abbiamo premesso che avremmo toccato argomenti non di competenza del tavolo territoriale, ma che ritenevamo comunque importante rappresentare anche in questa occasione, in ottica di dialogo e trasparenza. Per entrambe le strutture abbiamo chiesto un miglioramento ed una intensificazione della formazione, con un'attenzione particolare laddove ci siano gruppi eterogenei per evitare che le nuove competenze vengano veicolate solo su alcuni, tenendo presenti anche le novità che probabilmente arriveranno in termini di sistemi informatici sull'instradamento delle chiamate verso gli operatori; è importante per noi che non si arrivi nel tempo al delinarsi di operatori "di serie A e di serie B".

La nostra richiesta è stata raccolta con interesse, sottolineandoci però anche l'importanza delle formazioni brevi al pc come le Info Snack.

Abbiamo inoltre posto l'attenzione su un tema già affrontato a livello nazionale ovvero l'eliminazione dei "Silos" professionali che sono in essere tra lavoratrici e lavoratori della consumer 119 anche verso le professioni dell'ambito business 191.

Abbiamo poi chiesto, laddove possibile, previsioni su ciò che si delinearà dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro, con l'implementazione delle nuove tecnologie (FWA e 5G).

Per quanto riguarda la **CONSUMER** abbiamo chiesto aggiornamenti sul progetto dell'operatore unico, con possibile evidenza dei prossimi step, delle tempistiche di realizzazione e delle ricadute sul territorio toscano e ci è stato risposto che il secondo semestre del 2020 dovrebbe vedere la realizzazione completa del progetto, con una progressiva estensione della formazione fisso per gli operatori 119.

Siamo quindi passati al chiedere una conferma sul progetto Santander, cioè l'affidamento di rateizzazioni di prodotti ad alto valore a questo istituto bancario, dato che a inizio incontro Falco ci ha spiegato che la formazione verrà progressivamente estesa anche ad altri centri, per sapere se i formatori saranno gli operatori del 119 oppure se torneranno i formatori di Santander e ci è stato confermato che saranno i nostri colleghi a tenere le aule nelle altre città.

Argomento centrale è stato il DBSS (o CCC) con la rappresentazione dei grossi problemi di funzionalità, che collidono con i parametri di risposta inbound e lavorazione back office richiesti agli operatori e che non permettono in generale di gestire i clienti in maniera ottimale, portando a tempi di attesa molto lunghi sia in linea che nella risposta ai reclami.

Su questo argomento Falco ci ha risposto dimostrando piena consapevolezza dei limiti e dei problemi del sistema, spiegandoci d'altra parte come la scelta abbia virato sull'affrontare i problemi via via che si presentano, piuttosto che mettere a terra una partenza rapida con un accumularsi tutto insieme dei disservizi e degli errori dovuti al raggruppamento massivo della clientela fissa e mobile sulla piattaforma.

Abbiamo inoltre chiesto più linearità e trasparenza nei diversi canali di vendita, dato che spesso offerte e modalità diverse portano a contraddizioni nelle risposte da fornire ai clienti e quindi, inevitabilmente, a reclami.

Riguardo la **BUSINESS** abbiamo chiesto aggiornamenti sulla nomina del responsabile alla Small Enterprise e Lazzari ci ha risposto che la nomina arriverà, sottolineando come non ci debbano essere preoccupazioni circa il futuro del reparto dato che non sono previsti cambiamenti di alcun tipo, pur comprendendo che l'assenza del responsabile possa portare le persone a farsi delle domande.

Ci è stato inoltre spiegato che potranno esserci movimenti all'interno della struttura, per ricoprire nuove figure o per integrare gli organici laddove sia necessario a fronte delle uscite per isopensione.

La complessità della struttura Business, ci ha detto, non permette di trovare un'unica formula efficace per tutti i reparti. La LARGE ha offerte dedicate, vede operatori con competenze a tutto tondo e personale dedicato quando si parla per esempio di fatturazione. In questo reparto quindi si ha in generale una maggiore personalizzazione e si ha anche un affiancamento in termini di lavorazioni, con le strutture di Back office, per cui ha caratteristiche che meno si prestano all'utilizzo per esempio di canali not human.

La SMALL è invece un reparto più simile alla Consumer, in cui la razionalizzazione permette di avere una maggiore flessibilità nell'organizzazione del lavoro.

In generale Lazzari ci ha rappresentato una struttura centrale in azienda e in crescita che parte dalle piccole imprese, che hanno servizi standard, per arrivare alle aziende più grandi e alle pubbliche amministrazioni che hanno servizi dedicati.

Abbiamo colto l'occasione dell'incontro per chiedere dettagli sui **passaggi di livello** e i **passaggi part time/full time** previsti dall'accordo del 18 Luglio per l'anno appena concluso.

Per quanto riguarda i passaggi di livello l'azienda ci ha fornito il seguente dettaglio numerico per il 2019: 4 passaggi da terzo a quarto; 17 passaggi da quarto a quinto. Non ci ha fornito i numeri dei passaggi da quinto a sesto perché i passaggi comprendono anche dei numeri in più che rientrano nella gestione aziendale.

Possiamo comunque arrivare alla conclusione che ci sia stato un 20% in più di passaggi rispetto ai numeri previsti dall'accordo per lo scorso anno. I numeri sono chiaramente bassi, ma lo sono perché la tranche prevista per il 2019 era ridotta rispetto ai due anni successivi.

Per quanto riguarda i passaggi part time/full time in Toscana ce ne è stato solo uno nel 2019.

Abbiamo quindi, in termini generali, ribadito l'urgenza di individuare strumenti per la gestione vita/lavoro partendo dal fatto ormai noto che quello dell'operatore di call center non è più un lavoro temporaneo da studenti, ma un lavoro stabile, con tutte le complessità che questo si porta dietro.

Viene quindi spontaneo chiedere all'azienda di avvicinarsi a quanto viene riconosciuto alle famiglie dalla legislazione nel paese. Pensiamo al congedo parentale fruibile fino ai 12 anni, mentre in azienda abbiamo un part-time mamme fruibile solo fino ai 6, ma pensiamo anche alla necessità, che è un'opportunità anche per TIM, di estendere la sperimentazione sul telelavoro al 119 e 187 (in ottica di renderlo stabile), anche in altri centri e in altri reparti. Stesso discorso per il lavoro agile.

Abbiamo invitato l'azienda, proprio sulla base del fatto che l'anzianità media di servizio nel Customer si è alzata e le persone di questi reparti hanno fatto nel tempo percorsi individuali e personali, a guardare chi magari si è scolarizzato e conseguito lauree e titoli di studio che sono di grande interesse per TIM.

Abbiamo infine sottolineato come sia significativo vedere adesioni con numeri altissimi agli ultimi job posting, che non deve essere necessariamente guardato con preoccupazione, ma può viceversa voler dire che quelle persone hanno delle cose da dire e che ascoltare che cosa hanno da dire, sarebbe molto importante e darebbe un ulteriore segnale di prossimità.

In conclusione ci preme sottolineare come incontri di questo tipo non possano che essere accolti in modo più che positivo dalla delegazione e dalle lavoratrici e dai lavoratori prima di tutto che vedono un'azienda più vicina e più propensa a raccogliere le loro segnalazioni.

Ci auguriamo quindi che sia il primo di una lunga serie di incontri con questa modalità, nell'ottica di dare continuità al lavoro di confronto che abbiamo iniziato.

Come detto in premessa, il mondo del customer e dei call center in generale nel settore Tlc è un mondo complesso che da anni ormai è tormentato da crisi e necessità di ricorso a strumenti quali gli ammortizzatori sociali; un mondo su cui lavoriamo e abbiamo lavorato costantemente al fine di tutelare la tenuta occupazionale, a partire dalle occasioni in cui siamo stati impegnati nel contrastare progetti di societizzazione del Customer in TIM, consapevoli dei rischi che la competitività del settore riflette su questa specifica attività; riteniamo che l'attenzione debba quindi rimanere alta anche e a partire dalle singole realtà territoriali e che un monitoraggio costante, che parta proprio dai territori, possa contribuire ad una migliore gestione delle difficoltà che di volta in volta si dovessero presentare.

Firenze, 4 Marzo 2020