

| | |
|---|----------------------------------|
| Azienda: Il Messaggero di sant'Antonio | Partner: Oracle |
| Tematica: CRM | |
| Titolo: Un sistema di CRM e di Business Intelligence per migliorare la comunicazione con gli associati | |

L'Ente ecclesiastico

Il Messaggero di sant'Antonio è il mensile cattolico più diffuso nel mondo: 1 milione di copie circa per 10 edizioni in 8 lingue, con lettori in 160 paesi dei cinque continenti. È pubblicato in italiano, inglese, francese, tedesco, portoghese, spagnolo, rumeno e polacco. La rivista italiana esce anche in versione per "non vedenti". Oltre alle riviste si è sviluppata l'attività editoriale delle Edizioni Messaggero Padova, che presentano un catalogo di oltre 1500 titoli con più di 200 novità all'anno. Inoltre, produce un programma radiofonico diffuso da oltre 250 radio in lingua italiana di ispirazione cristiana ed è presente in internet con più di 30 siti nelle diverse lingue. Agisce in collaborazione con la Caritas Antoniana che finanzia circa 150 progetti l'anno in paesi poveri. Grazie a circa 100 dipendenti nella sede di Padova e agli stretti collegamenti con associazioni antoniane in Europa, nelle Americhe e in Australia, il Messaggero intrattiene relazioni con oltre 1 milione di associati, rispondendo annualmente a più di 1 milione e mezzo di comunicazioni che giungono via lettera, CCP, e-mail, portale web, telefono e fax alle sedi dell'Ente.

L'applicazione

Il milione e più di associati al Messaggero genera un consistente flusso di informazioni sia cartacee che elettroniche. Ciascun abbonato riceve mensilmente la rivista e le comunicazioni pubblicate dal Messaggero. Ogni associato, da parte sua, può inviare diversi documenti, di carattere informativo (lettere, e-mail, fax, telefonate) e/o amministrativo in modo multiforme e difficilmente catalogabile (versamenti per abbonamenti, spedizioni di libri, offerte, ecc. in diverse lingue e valute). Il precedente processo di gestione documentale in forma cartacea aveva raggiunto un'elevata complessità e gli strumenti informatici a disposizione non consentivano di tracciare in modo integrato la relazione con gli associati. Per migliorare il livello di servizio reso, il Messaggero ha adottato il sistema **Oracle Siebel CRM**. A ciascun associato corrisponde una scheda all'interno del sistema, nella quale, oltre all'anagrafica, vengono registrate informazioni provenienti da fonti sia elettroniche che cartacee. In fase di realizzazione del progetto, si è prestata particolare attenzione all'integrazione del sistema CRM con i sistemi per l'acquisizione in formato elettronico (direttamente nel database e con funzioni OCR) dei documenti cartacei, con i sistemi di telecomunicazione e con i flussi informatici provenienti dai conti postali e bancari del Messaggero. Dal punto di vista operativo, nella scheda associato vengono referenziati i documenti ricevuti con la relativa immagine. Analogamente, per ciascun associato è ora disponibile l'elenco degli invii effettuati sia per le riviste in abbonamento che per le comunicazioni di iniziative benefiche. Inoltre, grazie all'integrazione tra il CRM e il centralino VOIP, quando un associato contatta il call center del Messaggero, il sistema visualizza automaticamente sullo schermo dell'operatore la relativa scheda, registrando la data e l'ora del contatto. In questo modo, ciascun operatore ha a disposizione tutte le informazioni per assistere al meglio l'associato. Per valorizzare ulteriormente il patrimonio informativo a disposizione, il Messaggero di sant'Antonio ha intrapreso un progetto di adozione di **Oracle Business Intelligence**, sia per effettuare analisi statistiche sulle informazioni presenti nel CRM che per mettere a punto l'invio di comunicazioni personalizzate in base alle preferenze espresse attraverso le interazioni con l'Ente, allo scopo di ottimizzare l'efficacia dell'invio del materiale cartaceo informativo. Inoltre il progetto prevede l'adozione di strumenti predittivi (data mining) al fine di intercettare i segnali deboli di abbandono o insoddisfazione e, d'altra parte, identificare aree di potenziale sviluppo.

I benefici

Il progetto CRM – Business Intelligence, partito anni fa, è stato ed è tuttora costantemente aggiornato e integrato. Grazie a questo, il Messaggero di sant’Antonio ha notevolmente semplificato la gestione delle relazioni con il milione e più di associati. Grazie alla flessibilità nell’integrazione con altri applicativi, è ora possibile gestire molti canali per la registrazione automatica delle sottoscrizioni e delle comunicazioni in ingresso, a beneficio della trasparenza e del livello di servizio reso agli associati. Inoltre, è migliorata la collaborazione tra i dipendenti, che ora hanno a disposizione un unico strumento in cui viene tracciato lo storico delle relazioni in corso, a beneficio di una reale condivisione di informazioni anche tra uffici distanti geograficamente. A parità di risultato, grazie alla possibilità di segmentare la base di associati, sono diminuiti i costi di invio dei materiali promozionali per le iniziative benefiche, spediti ora a coloro che dimostrano reale interesse al riguardo.