

Poste Italiane: una visione integrata e sinergica per migliorare la Customer Experience

Poste Italiane ha scelto Microsoft Dynamics 365 per far evolvere la Customer Experience attraverso una piattaforma che abilita una gestione più integrata e personalizzata della relazione con i Clienti e che trasforma le informazioni in insight strategici. Grazie alla collaborazione con Microsoft e con i Partner Accenture, Avanade ed NTT DATA, Poste punta sull'unificazione del CRM per le aree Enterprise, PMI e Retail, in linea con il piano Deliver 2022, con l'obiettivo di massimizzare il valore della più grande rete distributiva italiana ai fini di una crescita sostenibile.

L'AZIENDA

Il Gruppo Poste Italiane costituisce la più grande rete di distribuzione di servizi in Italia. Le sue attività comprendono il recapito di corrispondenza e pacchi, i servizi finanziari e assicurativi, i sistemi di pagamento e la telefonia mobile. Con una storia di oltre **150 anni** e grazie a una **rete di 12.800 Uffici Postali, 134 mila dipendenti, 514 miliardi di euro di masse gestite** e oltre **34 milioni di clienti**, Poste Italiane è parte integrante del tessuto sociale e produttivo del Paese.

LE ESIGENZE DI BASE

Per consolidare il proprio posizionamento in un **mercato sempre più competitivo e in costante evoluzione**, Poste Italiane pone da sempre il **servizio ai clienti** al centro della propria strategia. In questa logica, per crescere in modo sostenibile in linea con il piano **Deliver 2022** e massimizzare il valore della rete distributiva, il Gruppo deve rispondere in modo puntuale all'evoluzione dei bisogni e dei comportamenti dei clienti e perseguire l'eccellenza operativa. Considerata la pluralità di anime di una realtà come Poste, è quindi nata l'esigenza di **unificare la piattaforma di Customer Relationship Management per le aree Enterprise, PMI e Retail**, con l'obiettivo di far evolvere la **Customer Experience**, grazie a una gestione più integrata e personalizzata della relazione con i clienti, a prescindere dal ramo di attività – dal recapito di corrispondenza e pacchi ai servizi finanziari e assicurativi, dai sistemi di pagamento alla telefonia mobile. In precedenza Poste aveva, infatti, soluzioni di CRM frammentate, che non consentivano di avviare un vero e proprio percorso di Customer Engagement, senza una visione completa sul parco clienti e senza poter interagire in modo sinergico sui diversi canali.

IL PROGETTO DI TRASFORMAZIONE DIGITALE

Con il contributo strategico degli esperti **Microsoft** e dei Partner **Accenture, Avanade** ed **NTT DATA**, in fase di sviluppo e implementazione, Poste Italiane ha dato avvio a un ampio progetto di trasformazione digitale che fa leva in primis sulla **flessibilità della piattaforma cloud Microsoft Dynamics 365** per beneficiare di una visione completa e sempre aggiornata sui propri utenti e sulle attività in corso, in modo da ottimizzare l'esperienza e offrire servizi sempre più integrati.

Il progetto di unificazione della piattaforma CRM si pone al termine di un **lungo percorso che tre anni fa ha coinvolto l'area Enterprise, successivamente l'area PMI e per concludere in quest'ultima fase l'area retail**. L'obiettivo ultimo è quindi far leva su un **CRM unificato e scalabile** rispetto all'esigenze di crescita del gruppo, con il vantaggio di potersi avvalere anche di cruscotti di business intelligence e di infografiche intuitive prodotte con **Power BI** e di sviluppare applicazioni front-end personalizzate per una realtà complessa come quella di Poste attraverso **PowerApps**.

Il progetto attualmente in fase di finalizzazione rappresenta **il più grande caso applicativo di CRM su tecnologia Microsoft in Italia** e contribuirà all'efficienza del Gruppo. Grazie alle nuove tecnologie sarà

possibile migliorare l'organizzazione del lavoro, ottimizzare i processi e gestire la relazione con i clienti in modo efficace, per offrire, in ultima battuta, un servizio più a misura di cittadino.

I BENEFICI E LE PROSPETTIVE FUTURE

Con la soluzione CRM Dynamics 365, Poste Italiane può già far leva su **applicazioni di business avanzate** e su **report grafici intuitivi**, il tutto con massime **garanzie di sicurezza e privacy** in linea con i più elevati standard internazionali e con il GDPR. Grazie a una maggiore intelligenza dei processi e capacità di trasformare le informazioni in insight strategici, il Gruppo punta, non solo a incrementare le opportunità di **penetrazione e cross-selling**, ma anche a ottimizzare l'**organizzazione del lavoro**, con l'obiettivo ultimo di migliorare la **Customer Experience**.

Poste Italiane può già beneficiare della potenza e della sicurezza del Cloud Computing di Microsoft, **Azure**, per l'analisi dei dati, ma attenta a cavalcare le potenzialità del digitale, sta già guardando con interesse anche all'**Intelligenza Artificiale**, su cui sta già lavorando in collaborazione con Microsoft allo sviluppo di un **chatbot** come ulteriore canale di comunicazione con la clientela, per rispondere alle richieste in modo più efficiente e puntuale.

"Il progetto di trasformazione digitale, che stiamo portando avanti in collaborazione con Microsoft e con il supporto strategico di Partner consolidati quali Accenture, Avanade ed NTT DATA, è coerente con le linee di crescita e gli obiettivi del Piano industriale Deliver 2022 e siamo sicuri contribuirà alla competitività del Gruppo, rendendolo sempre più vicino alle esigenze di cittadini e aziende. Grazie alla piattaforma cloud Dynamics 365, i nostri dipendenti potranno accedere sempre e ovunque alle applicazioni e al patrimonio informativo aziendale e godere di una visione a 360° sui processi e sui contatti in totale sicurezza. Beneficiando di insight strategici, sarà possibile ottimizzare la relazione con i nostri 34 milioni di clienti, offrendo risposte più puntuali e proponendo servizi maggiormente personalizzati. In futuro anche l'Intelligenza Artificiale giocherà un ruolo chiave in questa prospettiva", ha dichiarato **Gianluca D'Errico, IT Manager for CRM, Poste Italiane**.