

# II CUSTOMER SERVICE MANAGER

■ Joelle Gallesi\*

**Le sfide che si trovano ad affrontare attualmente i customer service manager sono una straordinaria opportunità. I customer service sono in una posizione unica per trasformarsi da centri di costo a basso valore ad attori della trasformazione del business**

**U**n customer service efficiente deve disporre di una serie di competenze integrate dove confluiscono tutte le informazioni provenienti dagli altri reparti. Nelle sue funzioni sarà, oltre che utilizzatore, anche principale parte attiva nella gestione dei dati.

All'interno di questa BU spicca la figura di customer service manager che funge, con la struttura che coordina, da collegamento con il singolo cliente cui offre assistenza e informazioni nella fase di post vendita del processo di acquisto. In collaborazione con la rete vendita e l'area produttiva, attiva le procedure d'intervento per la soluzione

dei problemi tecnici riguardanti il prodotto/servizio.

Quando possibile, la figura di customer service manager interviene per correggere le eventuali percezioni errate che il consumatore ha dell'azienda che gli offre il prodotto/servizio.

Il customer service manager gestisce una serie di risorse che raccolgono e segnalano alla rete vendita e all'area produttiva le richieste o lamentele dei clienti, nonché i loro suggerimenti e le loro critiche. Garantisce, infine, l'aggiornamento del database aziendale con le informazioni raccolte dalla clientela.

**Il profilo del customer service manager deve gestire in modo ottimale la relazione con il cliente; per questo motivo possiede capacità di ascolto attivo e attitudini al problem solving**



I settori meccanici e di ricambiistica complessa necessitano di una cultura di tipo tecnico dove la laurea in ingegneria e una cultura di tipo tecnico può contribuire in maniera efficiente nel processo di assistenza al cliente; mentre nel settore alimentare la conoscenza di processi tecnologici specifici sono

considerati un plus. Le figure più ricercate devono essere in grado di avere un'ottima padronanza delle tecniche di base di comunicazione interpersonale, di marketing e di analisi di mercato.

È inoltre richiesto l'utilizzo dei programmi operativi di office automation più comuni e la co-

noscenza di una lingua straniera, preferibilmente l'inglese.

Più che determinate competenze specialistiche, comunque, le aziende ricercano specifiche attitudini e caratteristiche personali.

Fondamentali sono la predisposizione naturale ai rapporti interpersonali e una buona capacità di comunicazione. Il profilo di manager deve gestire in modo ottimale la relazione con il cliente; per questo motivo possiede capacità di ascolto attivo e attitudine al problem solving. La calma e l'autocontrollo sono necessarie nei casi in cui ci si trovi a operare in situazioni di ansia e incertezza.

Flessibilità e duttilità, adattabilità, fiducia in sé, rapidità di apprendimento e propensione al lavoro in team sono ulteriori attitudini personali che caratterizzano questa figura professionale.

Da un'indagine condotta da Alessio Rodari e da chi scrive, responsabili della divisione Procurement & Supply Chain di Michal Page, multinazionale che si occupa di ricerca e selezione di personale qualificato, si è potuto differen-

ziare la retribuzione annua lorda per la dimensione dell'azienda in termini di fatturato (*vedi schema in pagina*).

Le sfide che si trovano ad affrontare attualmente i customer service manager sono anche una straordinaria opportunità. I customer service sono in una posizione unica per trasformarsi da centri di costo a basso valore ad attori della trasformazione del business. ■



**CUSTOMER SERVICE MANAGER: LE RETRIBUZIONI**

Dimensioni azienda in termini di fatturato		10/15 anni exp.	5 anni exp
Fatturato <150 M€	min	50.000	55.000
	max	55.000	60.000
150 M€ <fatturato <750 M€	min	60.000	65.000
	max	65.000	70.000
Fatturato >750 M€	min	70.000	75.000
	max	75.000	85.000



“Capacità di ascolto attivo e attitudine al problem solving”