



Mediacom

Il partner per le tue attività di supporto

O₂C

Order-to-Cash

Guardiamo avanti







Mediacom supporta le aziende in tutte le fasi del Ciclo Attivo con il servizio di **Order-to-Cash**, che razionalizza ed ottimizza le risorse ed i processi delle aziende, con una **gestione integrata** del flusso commerciale che va dall'acquisizione dell'**ordine** all'**incasso**, mettendo al centro l'**assistenza ai clienti** e la loro **soddisfazione**.

Il forte orientamento "**Customer Care**" è la migliore garanzia che i processi gestionali ed amministrativi siano gestiti in sintonia con le specifiche esigenze del Committente.

Il **Cliente finale** è alla base dell'organizzazione dell'intero ciclo.



-
-  Orientamento al cliente
 -  Miglioramento del processo e dell'organizzazione
 -  Controllo costi e pagamenti. Riduzione DSO e miglioramento del Cash Flow
 -  Soddisfazione del Cliente

Order-to-Cash

DIRECT
MARKETING



CUSTOMER
SATISFACTION

CUSTOMER CARE

Il Processo **O2C** inizia con l'ordine e può prevedere esecuzione, risposte alle domande del cliente, organizzazione ritiro/consegna, fatturazione e pagamento. Ma possono essere organizzate attività proattive di **Marketing Operativo** per l'acquisizione di nuovi clienti e/o la vendita di specifici prodotti e servizi.

Il processo termina quando l'ordine è pagato e tutte le eventuali contestazioni, resi, respinti sono risolti. Le informazioni raccolte durante il ciclo possono essere utilizzate per sostenere le scelte di **Marketing Strategico**, migliorare la **qualità** dei prodotti/servizi erogati e rafforzare il **rapporto** tra cliente ed azienda.

L'**Order-to-Cash** è un esempio di come con uno stesso servizio di **Numero Verde, Mediacom** possa apportare benefici ad aree aziendali diverse migliorando la **performance totale** dell'azienda.

La divisione **Crediti Commerciali** ottimizza le leve economico-finanziarie liberando risorse proprie, rese non disponibili da ritardi e/o mancati pagamenti della clientela, con la **gestione dei debiti e dei crediti** e con l'**educazione al rispetto delle scadenze**. Ad esempio, in fase di acquisizione dell'ordine, Mediacom può valutare il rischio connesso al cliente, perché una migliore qualità del credito significa anche incassi più regolari e sicuri.

L'Area **Contact Center Outbound** rappresenta un'estensione della forza vendita con iniziative proattive di **Direct Marketing** e con attività di valutazione

del servizio fruito attraverso il **Quality Check** (il cliente finale ha ricevuto la merce? in quali condizioni? la consegna è stata rapida e precisa?). **L'Area Inbound** gestisce le informazioni in entrata per offrire **assistenza ai clienti** anche nelle fasi di post-vendita ed il **Customer Service** comunica informazioni di vario tipo (aggiornamenti sulle informazioni richieste, gestione reclami, ringraziamenti per il contributo) sfruttando vari media: **telefono, SMS, e-mail**.

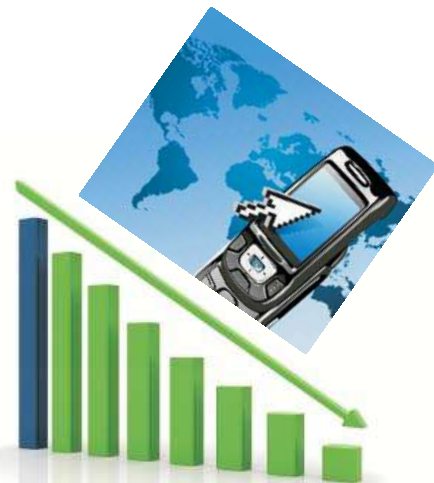
I servizi dell'**Area Marketing & Ricerche** vengono erogati singolarmente e/o in interazione ed integrazione con altri come sorgente di dati socio-demografici per "restituire" **informazioni commerciali strategiche mirate**: analisi e segmentazione della domanda, analisi marketing, **Customer Satisfaction**.





Mediacom sfrutta le proprie divisioni aziendali e skills in maniera sinergica per offrire il massimo vantaggio al proprio Committente, con un servizio disponibile **H24 365 giorni l'anno**. Per essere vicini ai propri **clienti** e al proprio **staff**, ***sempre e ovunque***.

Per il **Committente**, Mediacom rappresenta il partner ideale per una **gestione organizzativa ottimizzata**, ad esempio con interventi sui **processi di scambio delle informazioni** (palmari, smartphone, SMS, e-mail) tra vettori e centrali di ascolto attraverso sistemi di geolocalizzazione e controllo flotte, o con **azioni proattive**, come le **calls di conferma** dell'appuntamento di ritiro/consegna per **ridurre le uscite** ed i **ritorni a vuoto**.



Il Cliente finale ha così un **interlocutore unico** nel doppio senso di ordine unico e di **unico punto di contatto**, tramite un **Numero Verde**, per l'order processing, la fatturazione e gli incassi, la gestione dei crediti, la Customer Care, il Controllo Qualità, la Customer Satisfaction.



- La proattività delle iniziative di **Direct Marketing** (Teleselling, Retention, Followup, ecc.) consente di potenziare le opportunità commerciali e sostenere la rete di vendita
- L'esecuzione completa e puntuale degli **ordini** e la **fatturazione** precisa riducono sensibilmente i costi di gestione ed aumentano la **produttività** di processo
- La **tracciabilità** di ogni contatto e **report** tempestivi assicurano la massima **trasparenza**
- La riduzione dei costi interni e l'ottimizzazione del capitale circolante migliorano l'efficienza
- La **riduzione** del gap tra **DSO** e Best Possible genera **cash flow**
- L'integrazione di procedure e persone attraverso l'intero processo **O2C** contribuisce a raggiungere **livelli di servizio più elevati** con margini di errore più bassi possibili e con costi ottimizzati



- Il miglioramento dei **livelli di servizio** si traduce in una più elevata **soddisfazione** generale del Cliente finale
- La gestione delle eccezioni evita di deludere il Cliente, mantenendo flessibili le operazioni di **Customer Care** e migliorando la sua **soddisfazione**
- L'**aggiornamento** costante dei **dati** relativi ai **clienti** consente di avere sempre informazioni precise e puntuali
- La **gestione reclami** consente di migliorare la **qualità** dei prodotti/servizi e mette al centro il Cliente finale
- L'**ascolto attivo** del Cliente, con la **Customer Satisfaction**, contribuisce a fidelizzarlo e migliorare la **qualità** dei prodotti/servizi. **Un cliente soddisfatto è un cliente fedele**
- L'**analisi marketing** e le **ricerche di mercato** consentono di analizzare le tendenze e i bisogni della società, in modo da incrociarne le esigenze o addirittura anticiparle con nuovi prodotti/servizi

M E D I A C O M S . r . l .

Sede Legale: Via Calamandrei, 5
Centro Direzionale, Isola F4 - 80143 **Napoli**

Altre Sedi: Viale Jenner, 51 – 20159 **Milano**

Via Gramsci, 54 - 81031 Aversa, **Caserta**

Customer Service 800.023.123

www.soluzionimediacom.com

marketing@soluzionimediacom.com



Quality Management System

UNI EN ISO 9001:2008 N° 9175.MDCM

UNI EN 15838:2010 (UNI 11200:2010) N° 018BZ/0

Rendimento Tecnologico Aziendale N° 000004 del 08/11/2013

PARTITA IVA: 03467031211

