



VALUTAZIONE DI STAGE A CURA DELL'AZIENDA

Nome e Cognome del tirocinante: GIORGIA BALDI

Nato/a il:

Area/funzione aziendale: CC FERRIES

Nome e Cognome, posizione aziendale del tutor: SALVATORE STAIANO

Periodo di svolgimento dello stage/laboratorio Set-Dic 19

Durata in mesi:

COW
MECANICA

VALUTAZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO STAGE / LABORATORIO

Indicatori di valutazione

voto in decimi

Puntualità	10/10
Operosità/senso di responsabilità	10/10
Senso pratico	10/10
Socievolezza/relazioni con colleghi e superiori	10/10
Capacità di lavorare in gruppo	10/10
Disponibilità all'ascolto e all'apprendimento	10/10
Motivazione	10/10
Comprensione delle attività dell'area	10/10
Capacità di analisi e spirito critico	9/10
Capacità di sintesi	9/10
Capacità di decisione e spirito di iniziativa	9/10
Interesse/curiosità per le attività svolte	10/10
Disponibilità a modificare le proprie idee	8/10
Autonomia nello svolgimento dei compiti assegnati	10/10
Utilizzo di metodo di lavoro/di gestione del tempo	10/10
Livello di conoscenze tecniche di base	10/10
Livello di conoscenze tecniche acquisite	10/10
Livello di efficienza raggiunto	10/10
VOTO FINALE (MEDIA)	10/10

NOTE

Eventuali aspetti positivi/negativi emersi in modo particolare e degni di nota: La ragazza per tutto il periodo ha mostrato estrema responsabilità, serietà e senso dell'oblio. Immmensabile l'impegno dimostrato e ottimo il risultato ottenuto in ogni occasione.

Data

06/02/2020

Firma tutor aziendale

Salvatore Staiano



MSC
CROCIERE



CONTACT CENTER FERRIES

Cognome: BALDI Nome: GIORGIA

RISPONDERE ALLE SEGUENTI DOMANDE:

- 1) Indica le principali caratteristiche tra un *cruise ferry*, *fast ferry* e un *TMV*. ①

Il *cruise ferry* è il Traghetto e fa la tratta Spalato - Ancone.
Il *fast ferry* è l'aliscafo e opera nelle Pontine, Edie e Golfo.
TMV è Traghetto veloce e opera con Caremar per destinazione Capri.

- 2) Qual è la differenza tra un'attività di *Cross Selling* e *Upselling*? ①

L'attività di *cross selling* consiste nel promuovere pacchetti aggiuntivi al prodotto ferry (buoni pasti), mentre l'attività di *upselling* consiste nel promuovere un upgrade del prodotto stesso (cabina superiore).

- 3) Cosa si intende per "SMS Campaigns", in quale occasione è per quale tipologia di clienti è stata

effettuata recentemente? ①

"SMS Campaigns" consiste nell'invviare Tramite SMS ai clienti le promozioni attive. Generalmente si inviano ai clienti abituali o di cui si hanno comunque i contatti. Recentemente è stata effettuata questa campagna per sponsorizzare gli scatti BLACK FRIDAY e per il periodo di Natale.

- 4) Indica le tipologie di card SNAV disponibili per i passeggeri interessati a viaggiare nel golfo di Napoli. ①

Napoli.

Oltre agli abbonamenti classici per Ischia Cosamice e Procida, sono state inserite due tipologie di CARD per i residenti dell'isola: BUSINESS CARD e

RESIDENT CARD. Le prime consentono di acquistare un biglietto di andata o di ritorno ad una tariffa agevolata. Le seconde consentono di acquistare un biglietto A/R a tariffa agevolata.

- 5) Quali sono gli obiettivi principali del Contact Center Caremar?

- Convertire il maggior numero di chiamate in biglietti.
- Promuovere il call center per l'acquisto dei biglietti.
- Fidelizzare il cliente
- Sfruttare tutti i mezzi a disposizione per aumentare le vendite.
- ~~Da Caremar si riceve una percentuale sulle vendite.~~

6) Cosa suggerisci a passeggeri Caremar in possesso di un biglietto per una partenza annullata a causa di condizioni meteo avverse?

Suggerisco di compilare il ~~form~~ format online sul nostro sito ufficiale www.caremar.it, che trova nella sezione Rimborsi, perché il ~~biglietto~~ ^{cliente ha} diritto al rimborso Totale.

7) Indica quali sono gli strumenti necessari per poter gestire una giornata con molte variazioni operative e quali sono le procedure da seguire in mancanza di comunicazioni ufficiali.

In una giornata con molte variazioni operative bisogna sempre verificare se ci siano comunicazioni ufficiali e in caso contrario invitiamo i clienti a ricontattarci poco prima delle partenze o a controllare autonomamente dal sito ufficiale. In ogni caso non possiamo mai dare una ^{certezza assoluta al cliente}

8) Indica quali sono i servizi offerti dal Contact Center Laziomar. Laziomar offre assistenza su preventivi/prenotazioni per le isole Pontine. (Non è possibile apportare modifiche, una volta effettuate le prenotazioni.) Supporto all'utilizzo del portale d'acquisto ^{online}

9) Cosa rappresenta e in cosa consiste una buona accoglienza telefonica?

Una buona accoglienza telefonica "rappresenta il biglietto da visita" dell'azienda. Bisogna essere ^{sempre} professionali e concentrati. "Benvenuti in SNAV/CAREMAR/LAZIOMAR sono Giorgio, come le posso essere utile?". Dare il nome dell'azienda dà sicurezza al cliente di aver chiamato la giusta azienda. Dando il benvenuto il cliente si sente accolto. E dare il proprio nome dà un punto di riferimento.

10) Quali sono i requisiti essenziali di un Contact Center Agent per poter gestire con successo

un'attività di Recall?

- Conoscere molto bene il prodotto/servizio.
- Super Memorie mentali problemi che relativi al prodotto.
- Risolvere e comunicare con chiarezza e completezza.

È sempre possibile effettuare un'attività di recall tramite appuntamenti per acquisizione un biglietto, aggiungere un pacchetto pasto, effettuare un upgrade, ricordare la scadenza di un'opzione e convertirla in prenotazione. Bisogna sempre fissare un appuntamento personale con il cliente quando si è in servizio, o passare tutte le informazioni al collega di turno per poter contattare il cliente al proprio posto. Per quanto riguarda il canello abbandonato è buona norma effettuare il Recall in tempi brevissimi, perché il 90% dei contatti sono potenzial