



Dal Custom er Service alla Custom er Experience

Il caso Xerox:

Metodologie e strumenti Six Sigma per il miglioramento dei processi di stampa e documentali

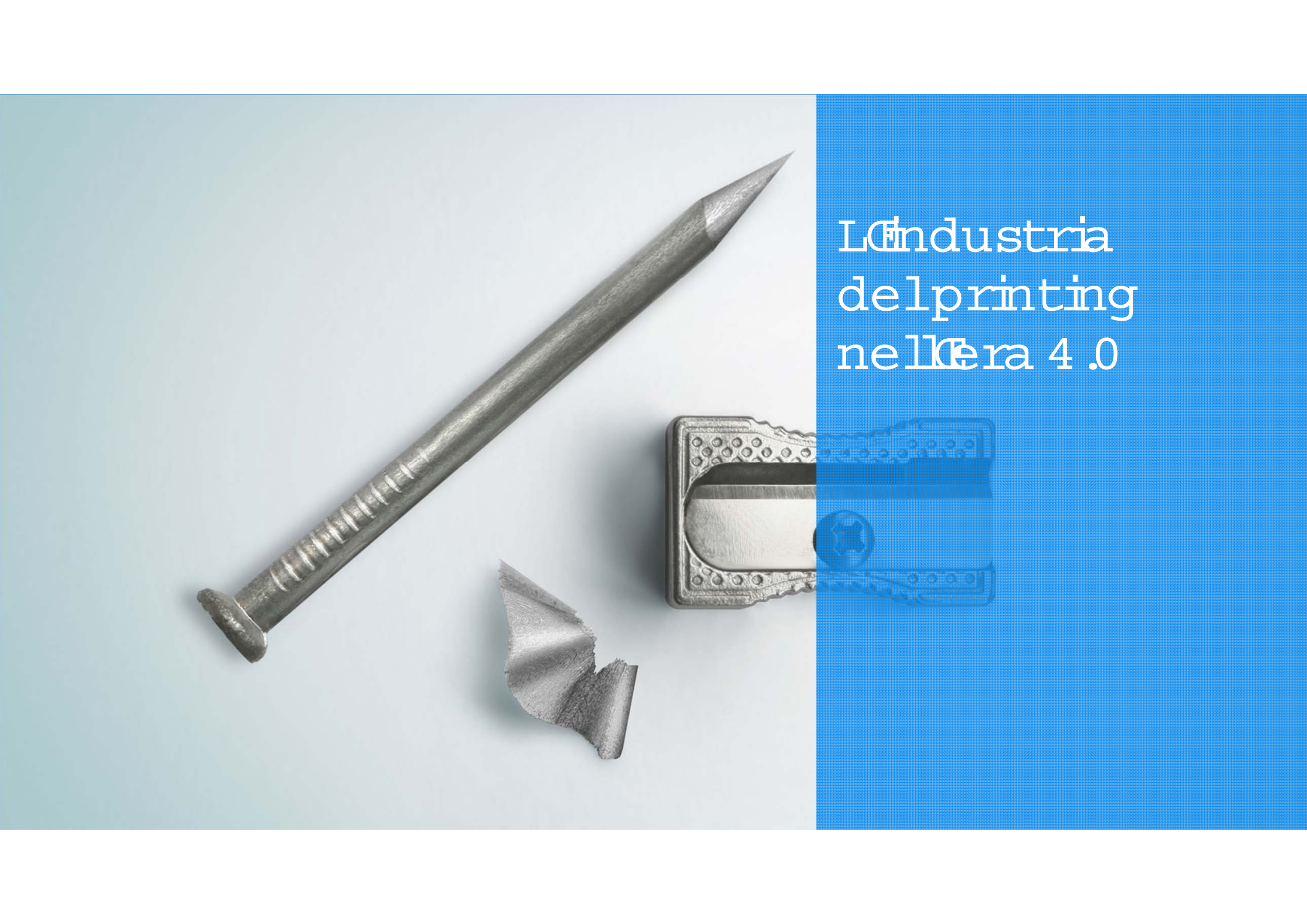


Il metodo Six Sigma per la
customer experience 4.0

L'industria del printing
nella Era 4.0

Xerox ed il metodo Six
Sigma

Best Practices

A photograph of a metal pencil and a metal sharpener on a light blue background. The pencil is positioned diagonally from the bottom left towards the top right. It has a flat, circular base and a series of horizontal ridges along its length. The sharpener is a small, square metal device with a circular opening for the pencil. A small, sharp metal shaving lies on the surface next to the sharpener. The right side of the image is a solid blue vertical band containing white text.

L'industria
del printing
nell'era 4.0

Stakeholder Engagement

dal service alla customer experience attraverso il coinvolgimento del cliente

- **4.0** significa **integrare l'intelligenza** software e le tecnologie hardware **sui processi complessi** al fine di **far emergere il dato come reale valore** per la competitività
- Attraverso la migliore comprensione del dato si comunica con il cliente!
- Services Vs Experience: **elevare l'esperienza** del cliente vuol dire **fidelizzarlo**
- La fidelizzazione passa attraverso il **coinvolgimento del cliente sui suoi processi critici**
- Nel Printing: lo sviluppo di **Applicazioni Intelligenti** che **automatizzano processi** amministrativi, gestionali e documentali direttamente a partire dalle **MF** è la **risposta 4.0 per una nuova customer experience**

Stakeholder Engagement

dal service all'experience attraverso il coinvolgimento del cliente



Stakeholder Engagement Six Sigma a l'esperienza attraverso il coinvolgimento del cliente



La M F grazie a 6 Sigma diventa elemento di
connessione tra l'esigenza del cliente e la capacità
di portare la soluzione tecnologica
attraverso l'ascolto del cliente



Xerox ed il
m etodo
Six Sigm a

Xerox: valore a lungo termine

L'applicazione del metodo Lean Six Sigma

Xerox applica l'approccio Lean Six Sigma all'interno e all'esterno verso i suoi clienti al fine di creare **valori tangibili** che possano essere **misurati efficacemente nel tempo**.

L'**assessment** sui clienti evidenzia gli aspetti inerenti:

- workflow documentale,**

- la **tipologia di documenti,**

- il formato e i volumi,

- costi per dispositivo**

- l'analisi dei costi per dipendente e per documento,**

- la **valutazione della sostenibilità ambientale ed economica** fino al **TCO** Costo Totale di Gestione!

Utilizzando gli strumenti Lean Six Sigma viene **mappata l'infrastruttura globale producendo risparmi grazie alla configurazione degli asset e al miglioramento dei processi**.

Xerox: valore a lungo termine

L'applicazione del metodo Lean Six Sigma

- L'esperienza specifica in settori verticali ottenuta grazie al metodo Sei Sigma permette a Xerox di aiutare i clienti ad ottenere risultati Best in Class.
- 6 Sigma 4 Sustainability: sapere dove scoprire costi nascosti, misurarli e quantificarli significa generare risparmi sostenibili e portare il cliente a generare valore a lungo termine.
- Customer Experience vs Services: valore ai clienti attraverso tecnologia che permette di valutare margini di miglioramento nell'ambito della stampa all'interno della propria organizzazione.
- Lean Six Sigma 4 client assessment: coinvolgimento del cliente utilizzando la metodologia di miglioramento continuo sviluppata nei processi interni.
La nuova frontiera del Service: Experience



Best Practices

Riduzione dei costi, aumento dell'efficienza e della sostenibilità

Obiettivi

- Miglioramento del rapporto utenti/dispositivi di stampa
- Ottimizzazione dei processi di business time-consuming
- Esigenza di miglioramento della sostenibilità

Soluzione

- Ottimizzazione dei sistemi di stampa per ufficio riducendo il rapporto stampanti/utenti
- Sviluppo ed implementazione di nuovi processi volti a ottenere migliori livelli di servizio
- Programma di comunicazione interne per la diffusione di informazioni relative a problematiche comuni

Risultati

- Riduzione dell'80% delle periferiche di stampa
- Riduzione del 48% dei costi per dipendente a livello aziendale
- 50% di riduzione delle emissioni di anidride carbonica
- Valutazioni sulla soddisfazione degli utenti superiori agli obiettivi

Taglio dei costi e miglioramento dei livelli di servizio

Obiettivi

- Miglioramento dei livelli di servizio agli utenti attraverso l'iniziativa "right first time"
- Riduzione dei costi
- Tutela ambientale grazie alla riduzione delle emissioni di CO2

Soluzione

- Ottimizzazione dei sistemi di stampa per ufficio riducendo il rapporto stampanti/utenti
- Sviluppo ed implementazione di nuovi processi volti ad ottenere migliori livelli di servizio
- Programma di comunicazione interne per la diffusione di informazioni relative a problematiche comuni

Risultati

- In quattro anni un risparmio di \$16,3 milioni sui costi di stampa per ufficio
- 40% di risparmio sulla reprografia
- 50% di riduzione delle emissioni di anidride carbonica
- Valutazioni sulla soddisfazione degli utenti superiori agli obiettivi

Società di Gestione patrimoniale (U.S. country)

La trasformazione del nuovo processo di apertura del conto

Obiettivi

- Riduzione dei tempi per l'attivazione di nuove pratiche basata su processi cartacei
- Aumento della velocità dei processi con impatto negativo sulla qualità della customer experience
- Diminuzione del tasso di errori e dei problemi derivanti da mancata conformità
- Aumento della produttività e riduzione dei costi operativi

Soluzione

- Assessment Lean Six Sigma
- Introduzione di sistemi multifunzione Xerox
- Semplificazione dei flussi di lavoro, massimizzazione dell'automazione
- Xerox Capture Manager per integrare multifunzioni non Xerox
- Miglioramento continuo attraverso l'uso di tecnologie innovative e best practices

Risultati

- Riduzione del tempo di apertura conto da 3 giorni a 2 ore (90% less)
- Riduzione del 90% del tasso di errore
- Risparmio annuale di \$500.000 in costi operativi
- Significativo aumento annuale del float revenue
- Dal servizio alla customer experience: percezione del valore del cliente



Grazie per l'attenzione

Riccardo Masia
Dir. Generale Dynago