



DIREZIONE GENERALE OPERATIVA PASSEGGERI

Incontro con le Organizzazioni Sindacali

3 Maggio 2005

1. Indicatori economici e investimenti

2. La nostra immagine

3. L'innovazione dei processi e dell'organizzazione e le principali leve a supporto per il servizio alla clientela

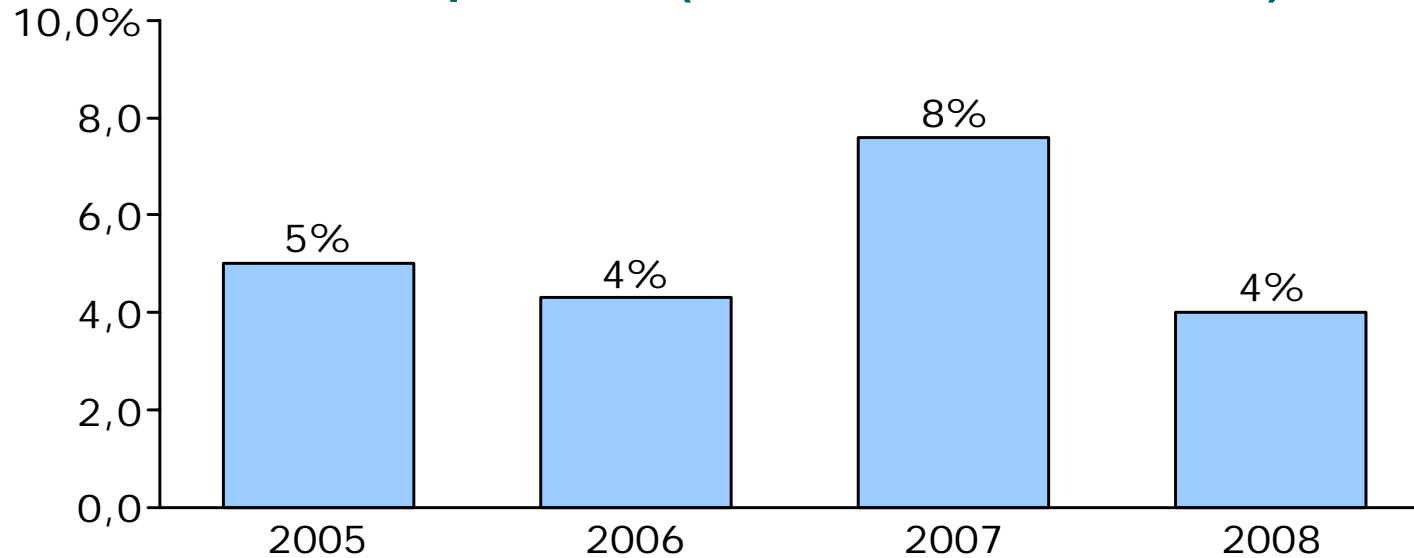
1. Indicatori economici e investimenti

2. La nostra immagine

3. L'innovazione dei processi e dell'organizzazione e le principali leve a supporto per il servizio alla clientela

Evoluzione dei risultati economici della D.G.O. Passeggeri

Ricavi Operativi (Variazione % annua)



Variazione
Ammortamenti (%) 15%

15%

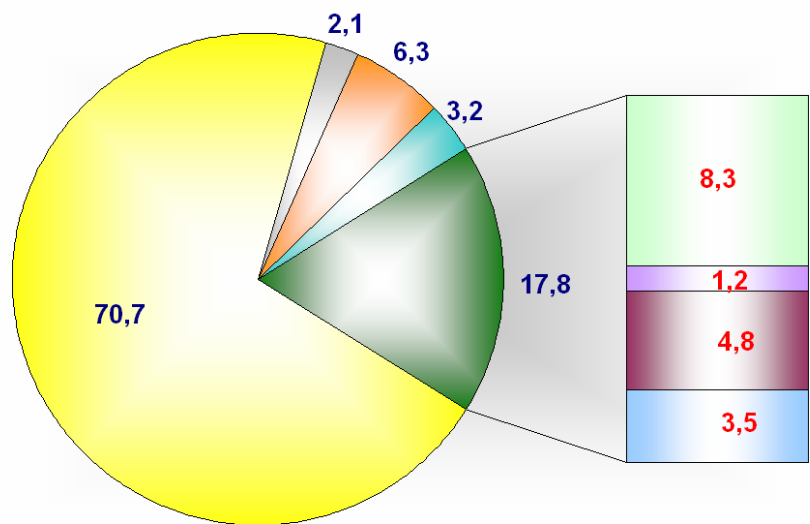
14%

6%

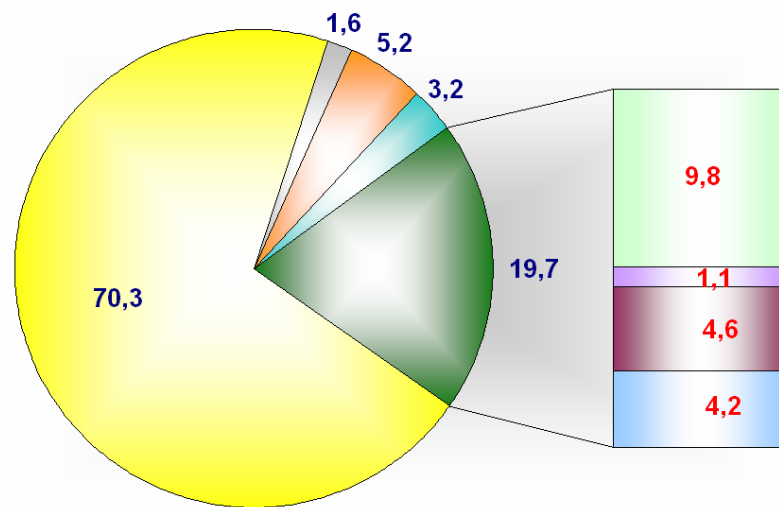
Quote di mercato (valori percentuali)

Delta Mkt Share Trenitalia: + 1,9 pp
Delta Mkt Share MLP: + 0,4 pp
Delta Mkt Share Trasporto Locale: + 1,5 pp

Gennaio – Febbraio 2004

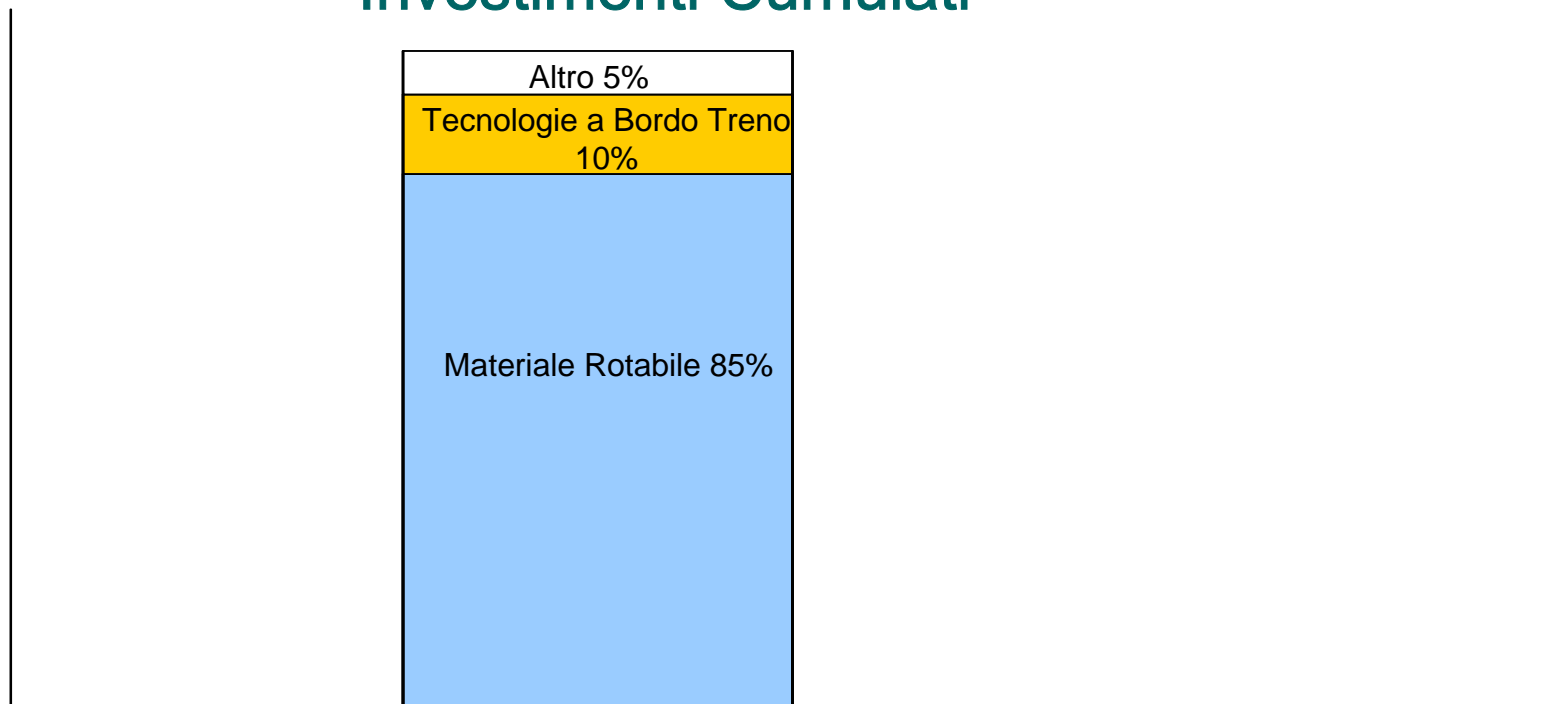


Gennaio – Febbraio 2005



Investimenti 2005-2008

Investimenti Cumulati



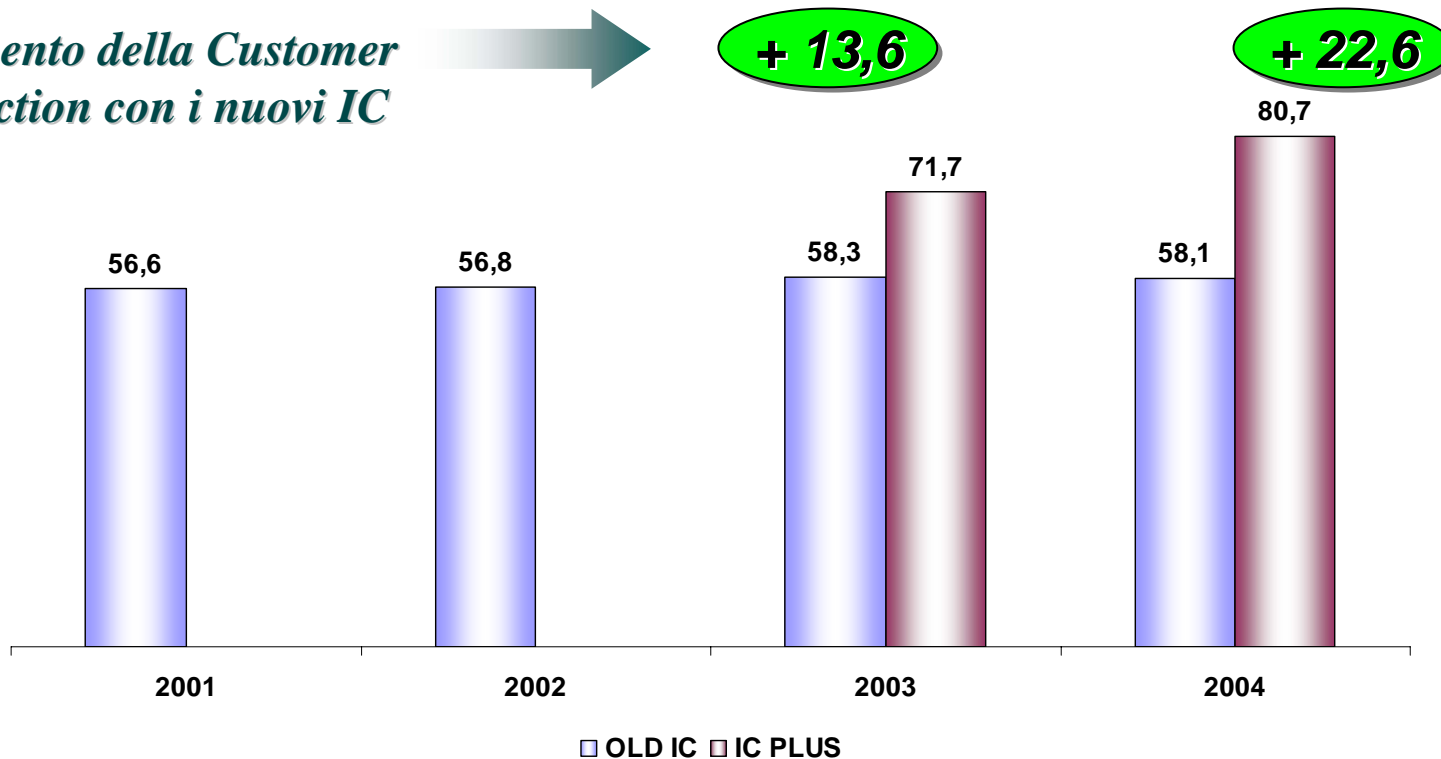
Investimenti cumulati (2005-2008)

Il piano di investimenti è focalizzato sull'innovazione del parco rotabili attraverso interventi di revamping e l'inserimento di nuovo materiale, nonché sul miglioramento degli attuali livelli di sicurezza

Impatto sulla customer satisfaction degli investimenti in materiale rotabile

Modernità Intercity: intervento sugli interni delle carrozze – Soddisfatti (voto 6 – 9)

Incremento della Customer satisfaction con i nuovi IC



Gli investimenti del 2004 hanno contribuito a migliorare il livello di soddisfazione dei nostri clienti

1. Indicatori economici e investimenti

2. La nostra immagine

3. L'innovazione dei processi e dell'organizzazione e le principali leve a supporto per il servizio alla clientela

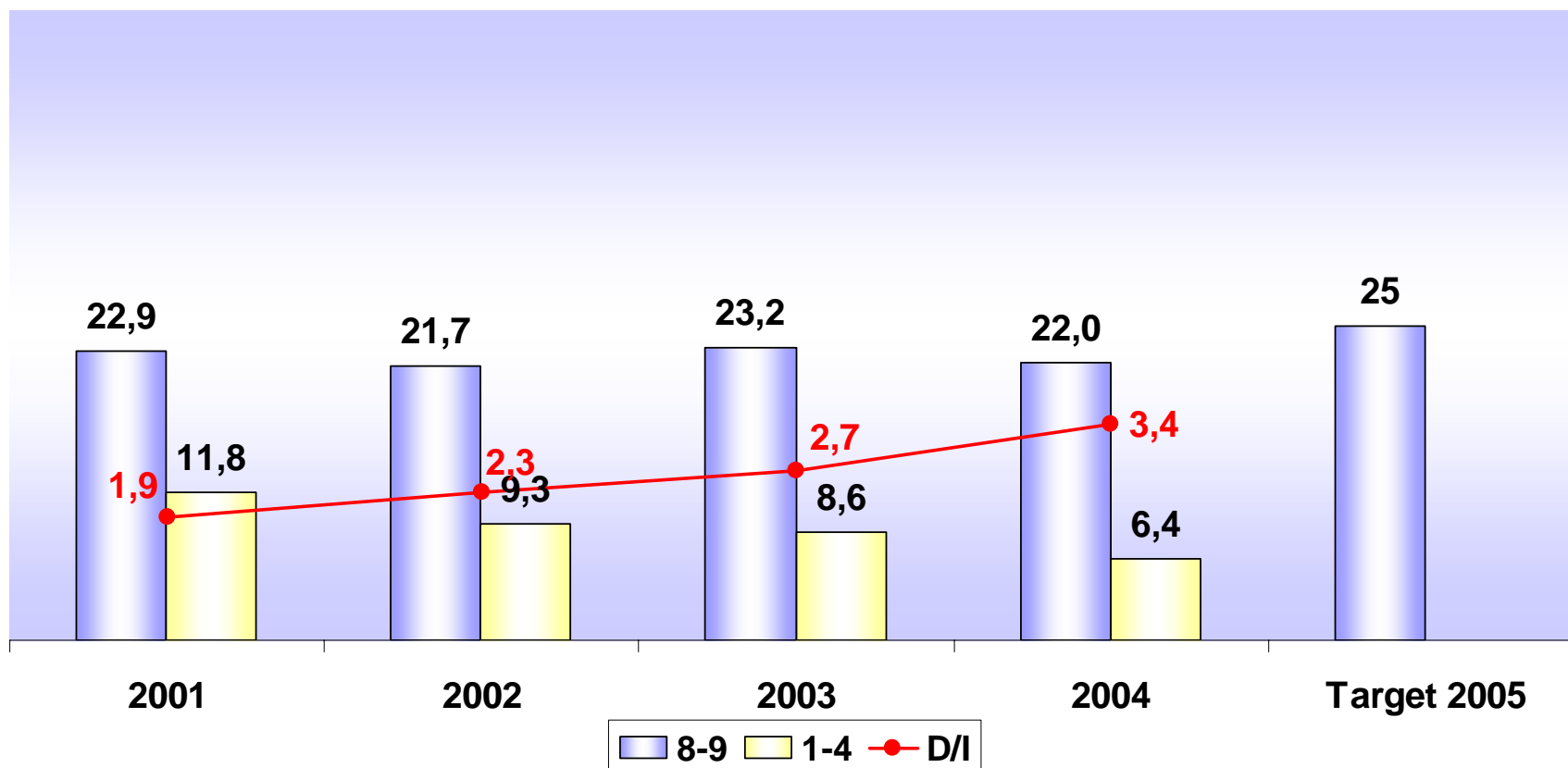
Business Unit

Passeggeri Nazionale ed Internazionale

Analisi di mercato

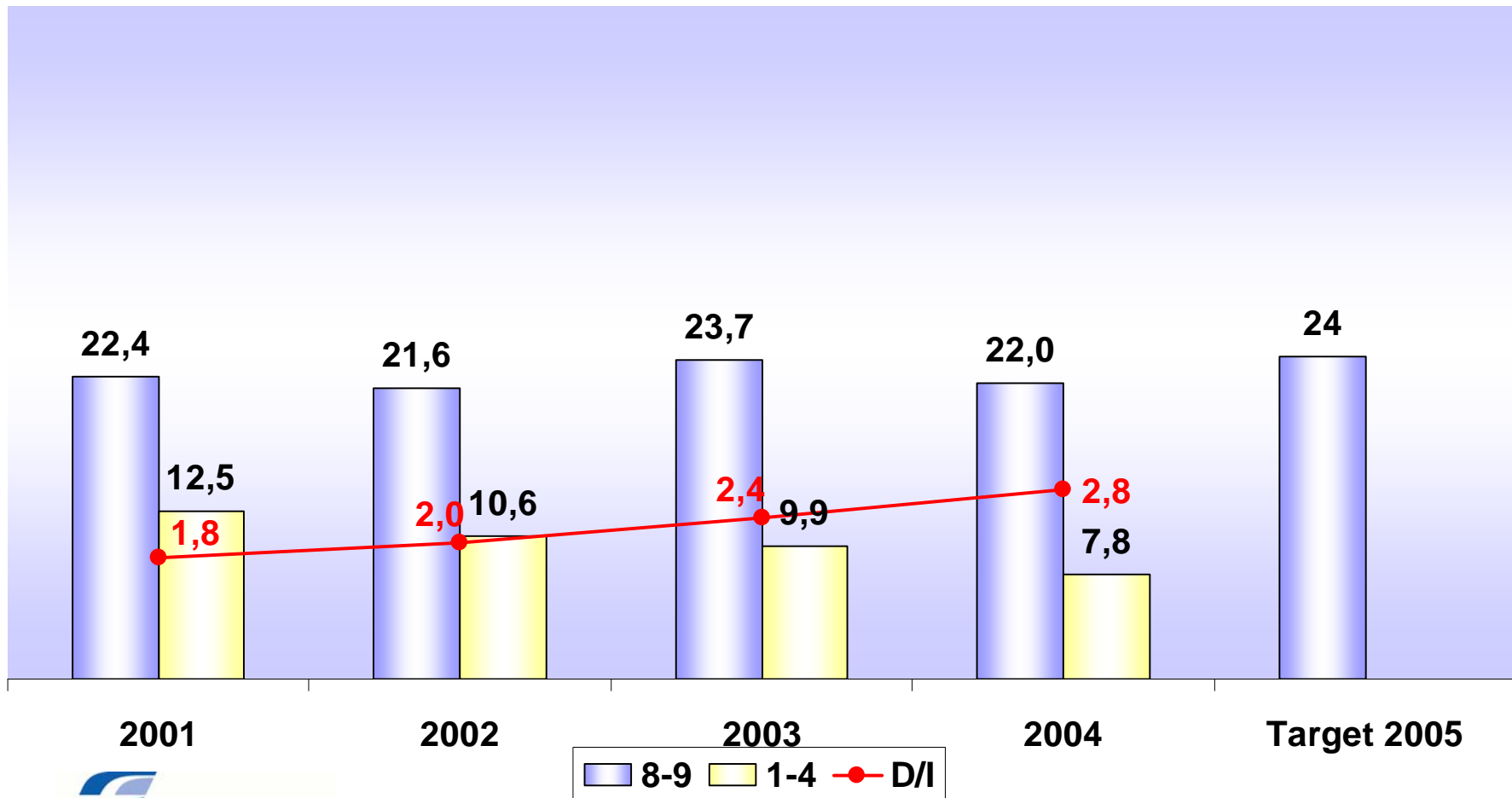
Analisi andamento customer satisfaction

Viaggio nel Complesso – (Deliziati e Insoddisfatti)



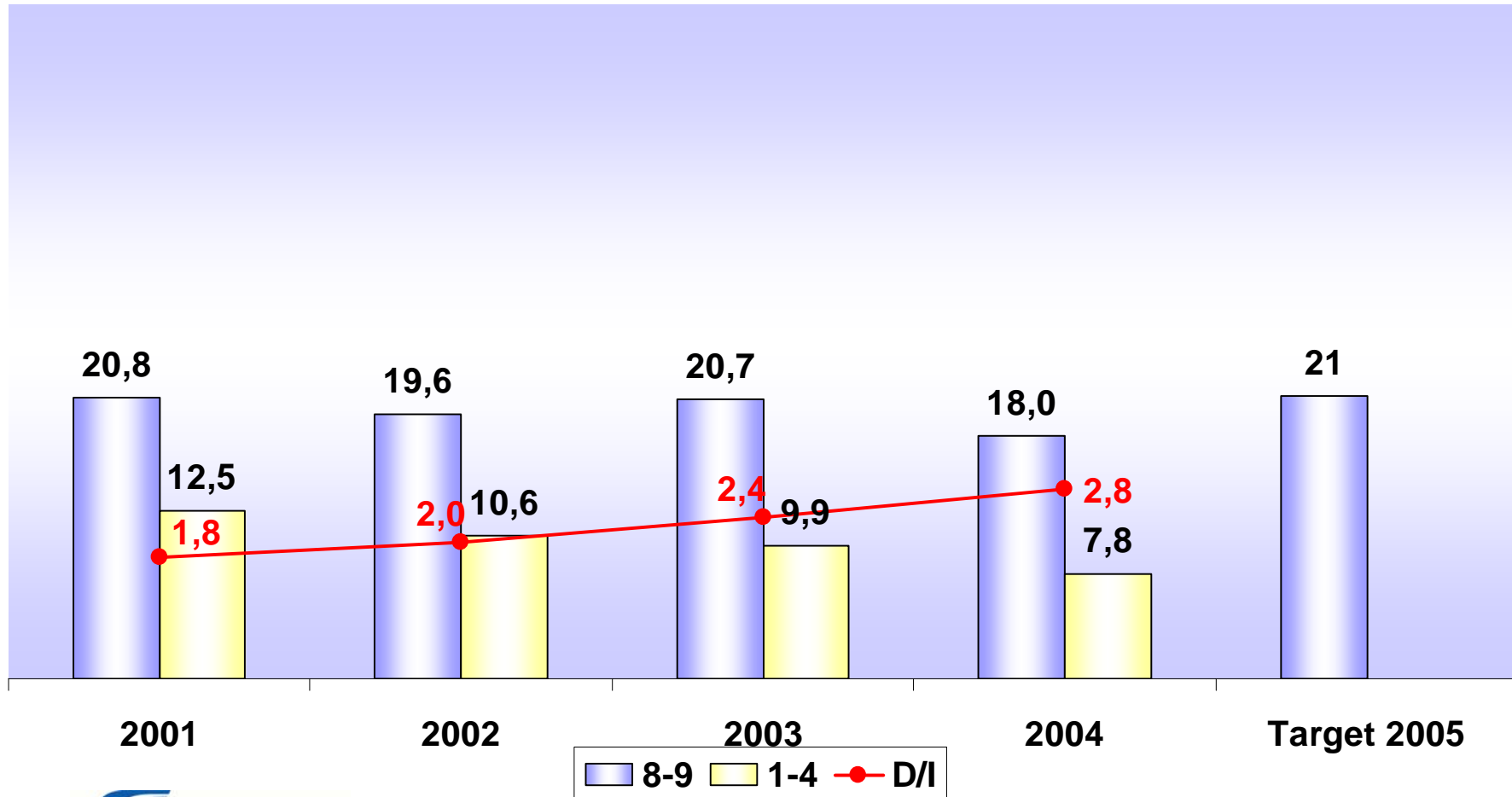
Analisi andamento customer satisfaction

Permanenza a Bordo – (Deliziati e Insoddisfatti)



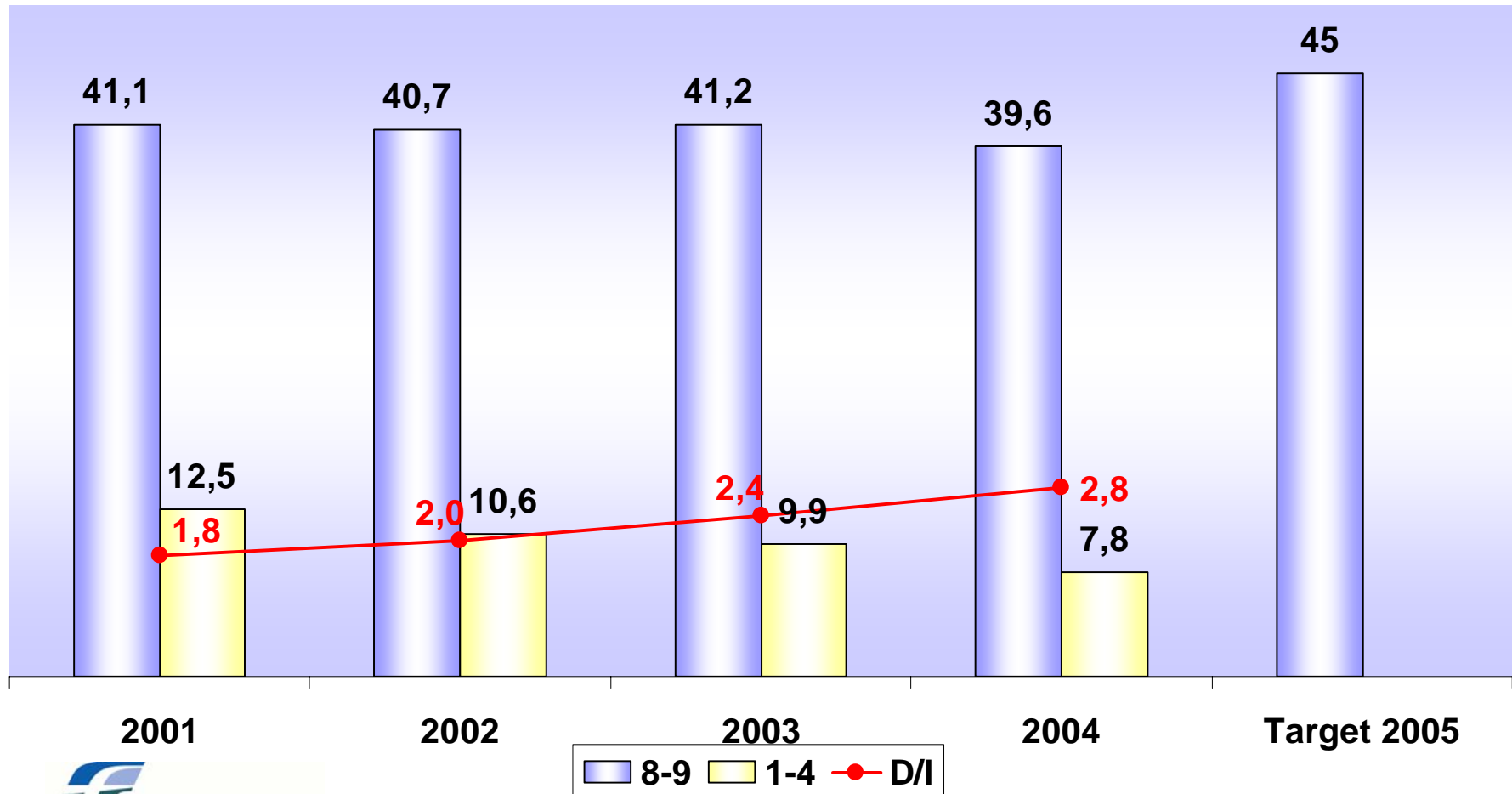
Analisi andamento customer satisfaction

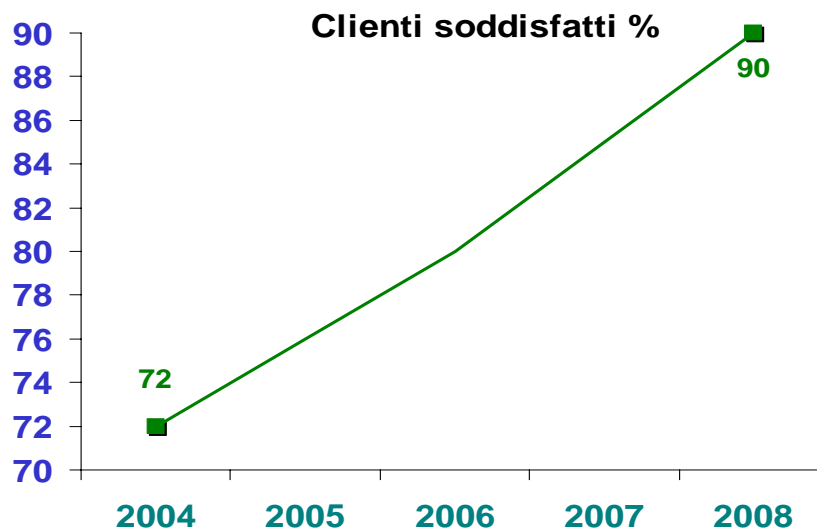
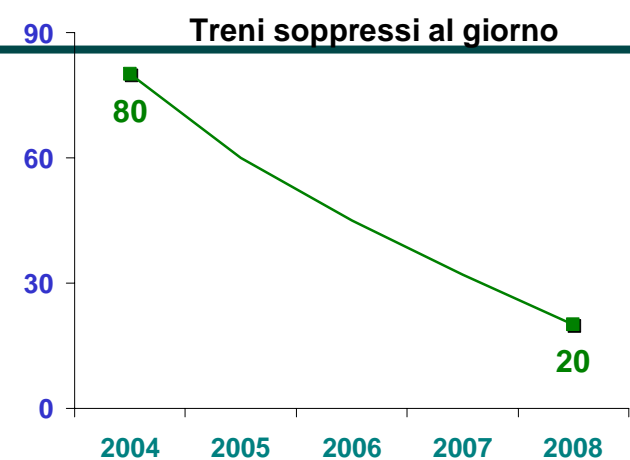
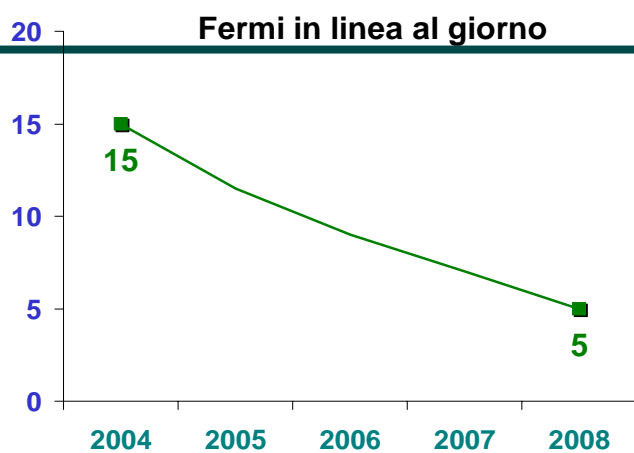
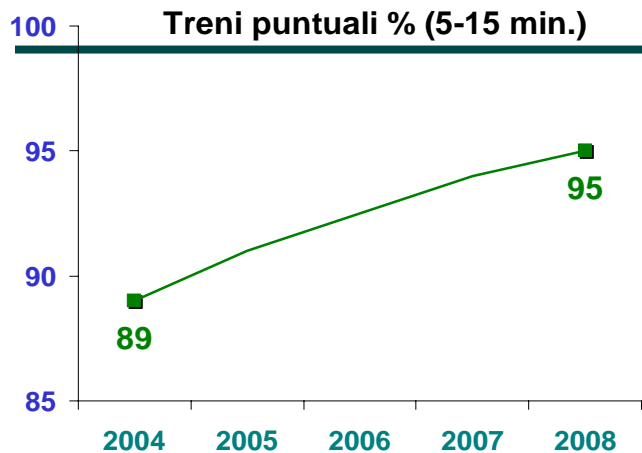
Comfort – (Deliziati e Insoddisfatti)



Analisi andamento customer satisfaction

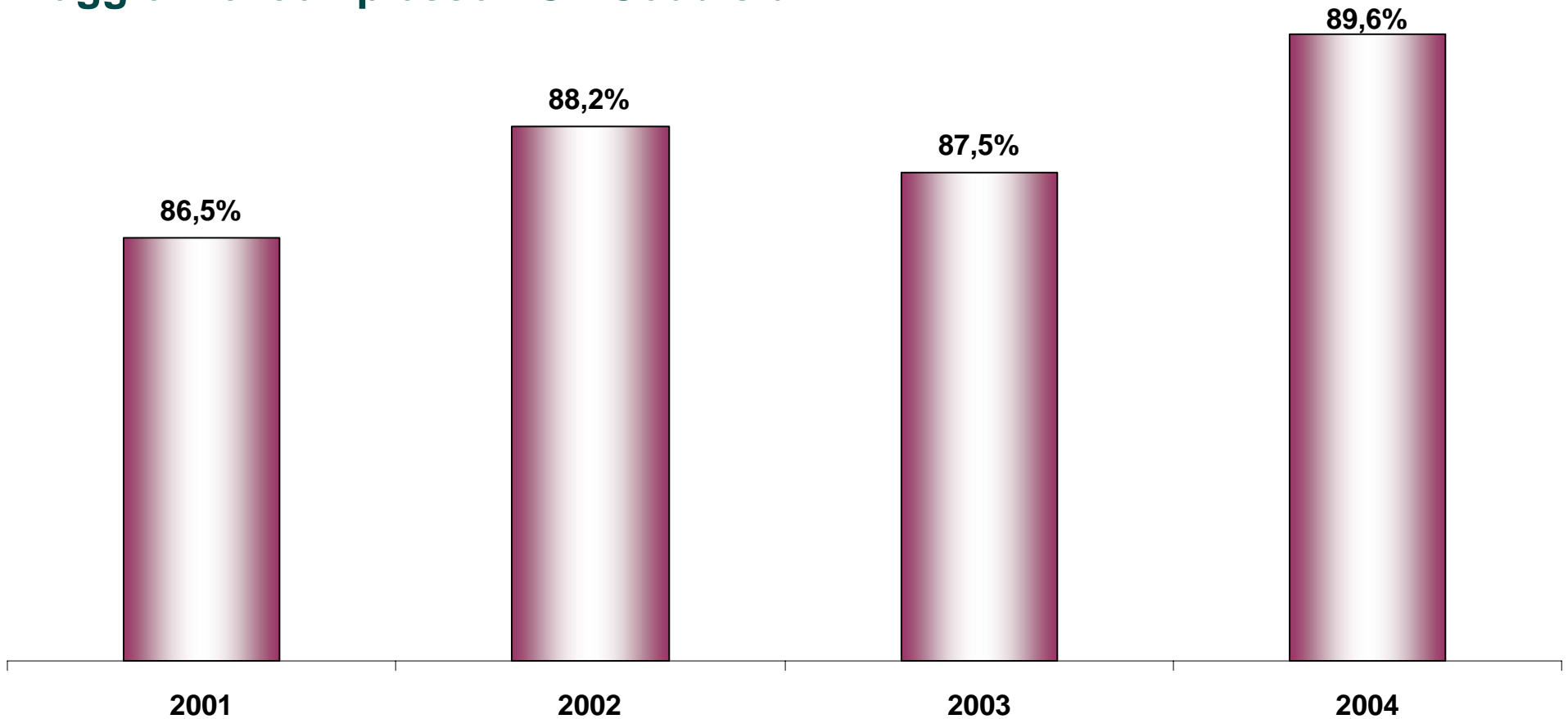
Puntualità – (Deliziati e Insoddisfatti)





Analisi andamento customer satisfaction

Viaggio nel complesso ES*: Soddisfatti

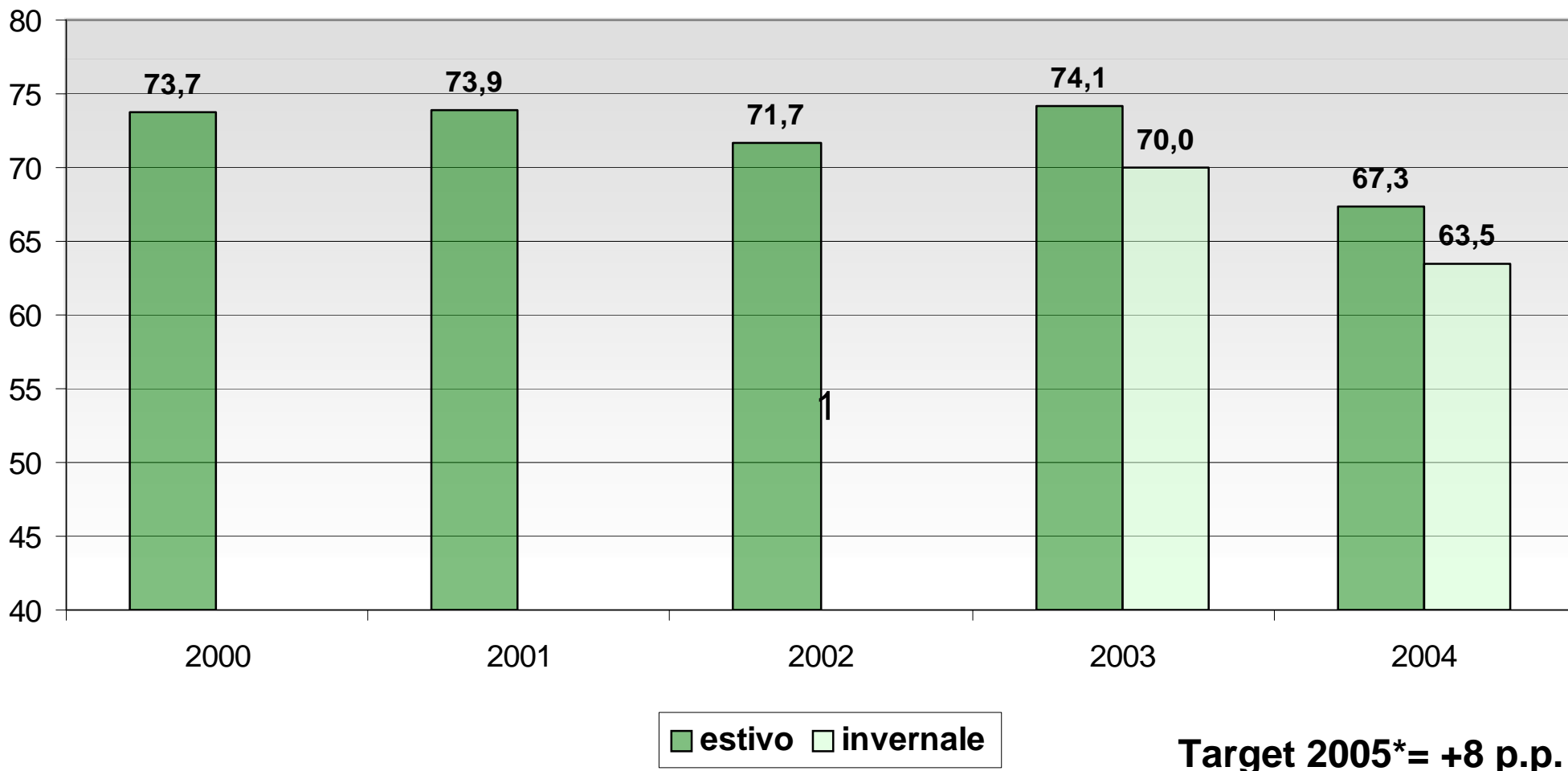


Business Unit

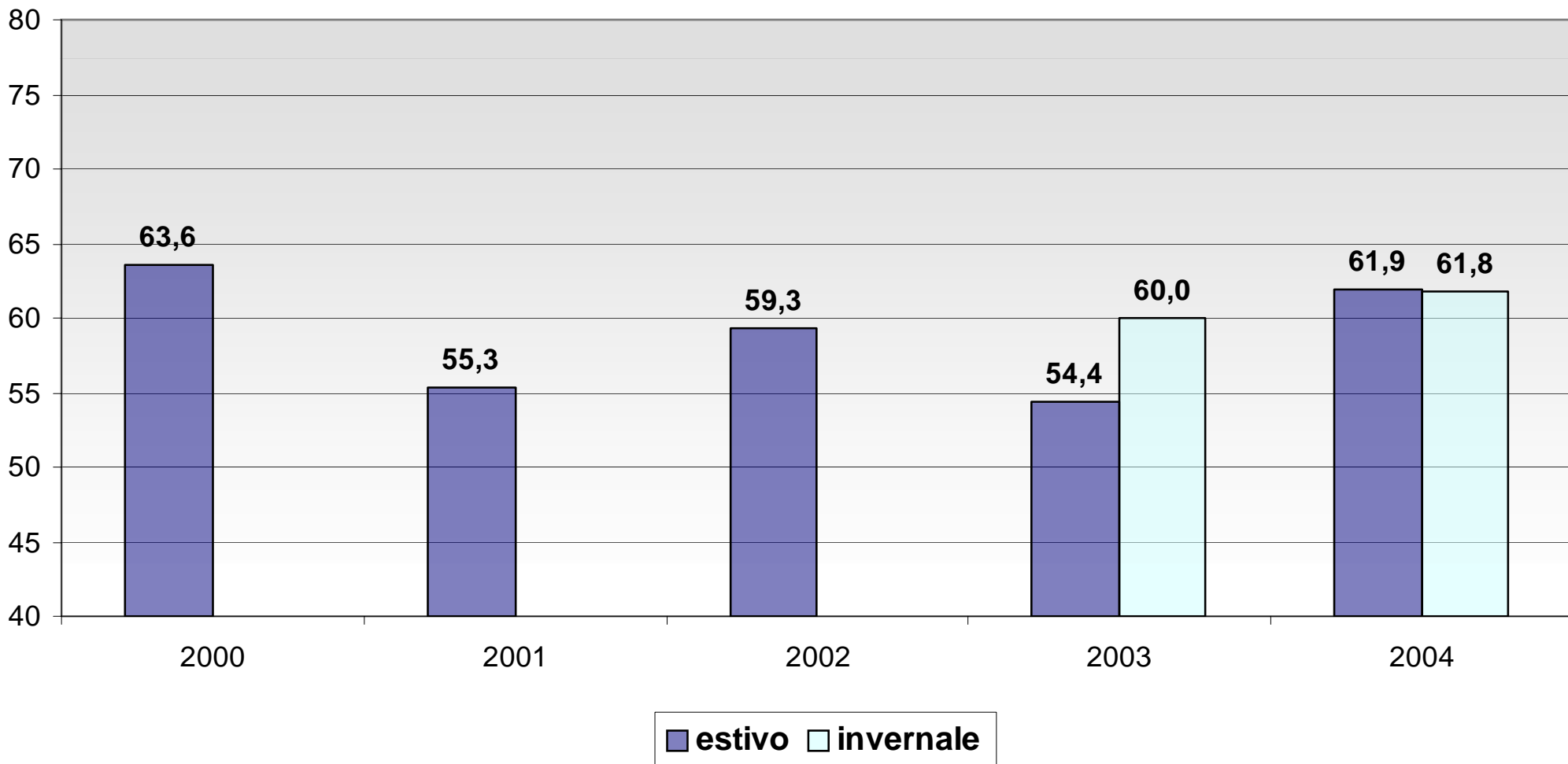
Passeggeri Locale

Analisi di mercato

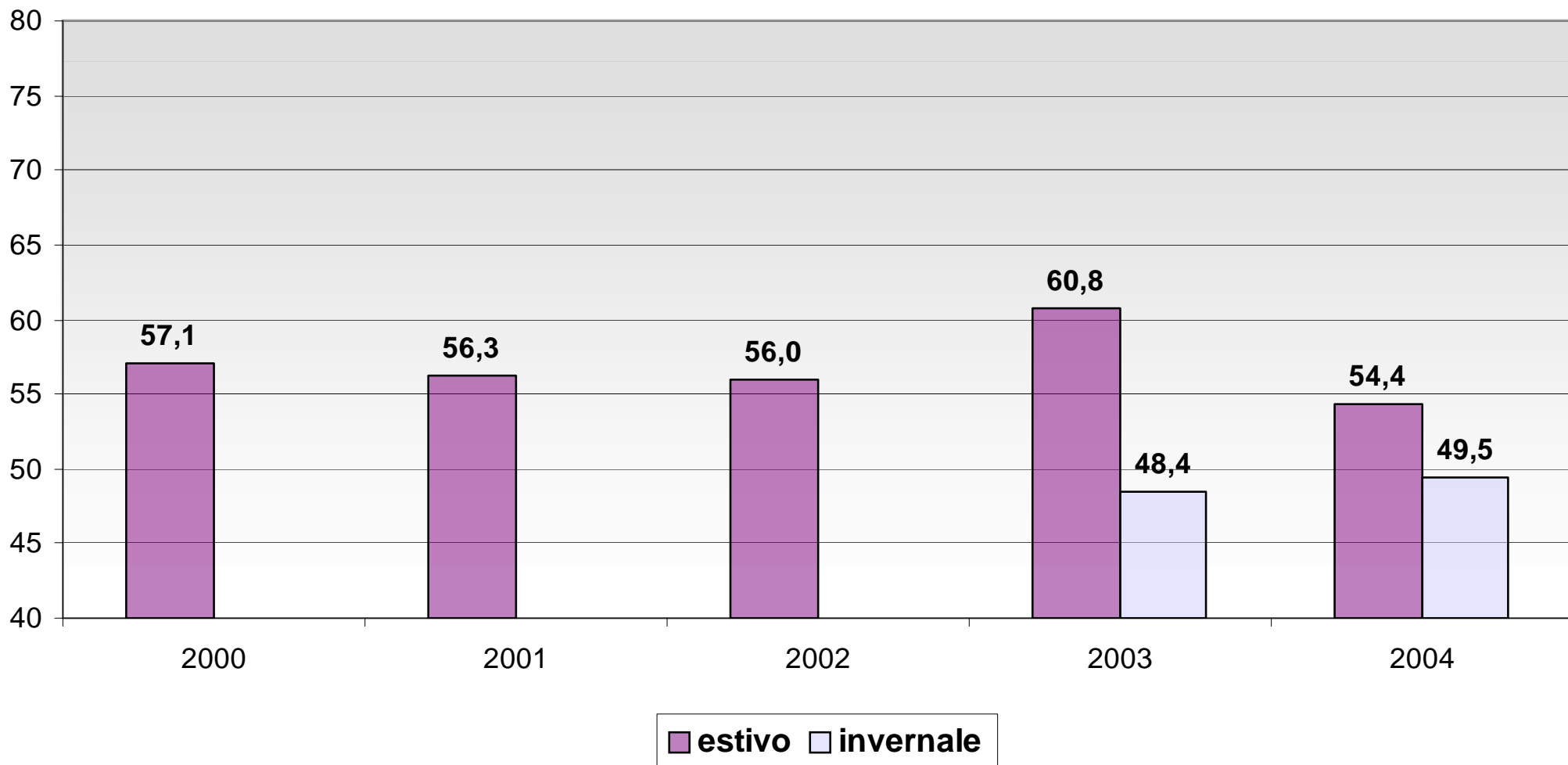
Passeggeri Locale – Viaggio nel complesso (voto 6-9)



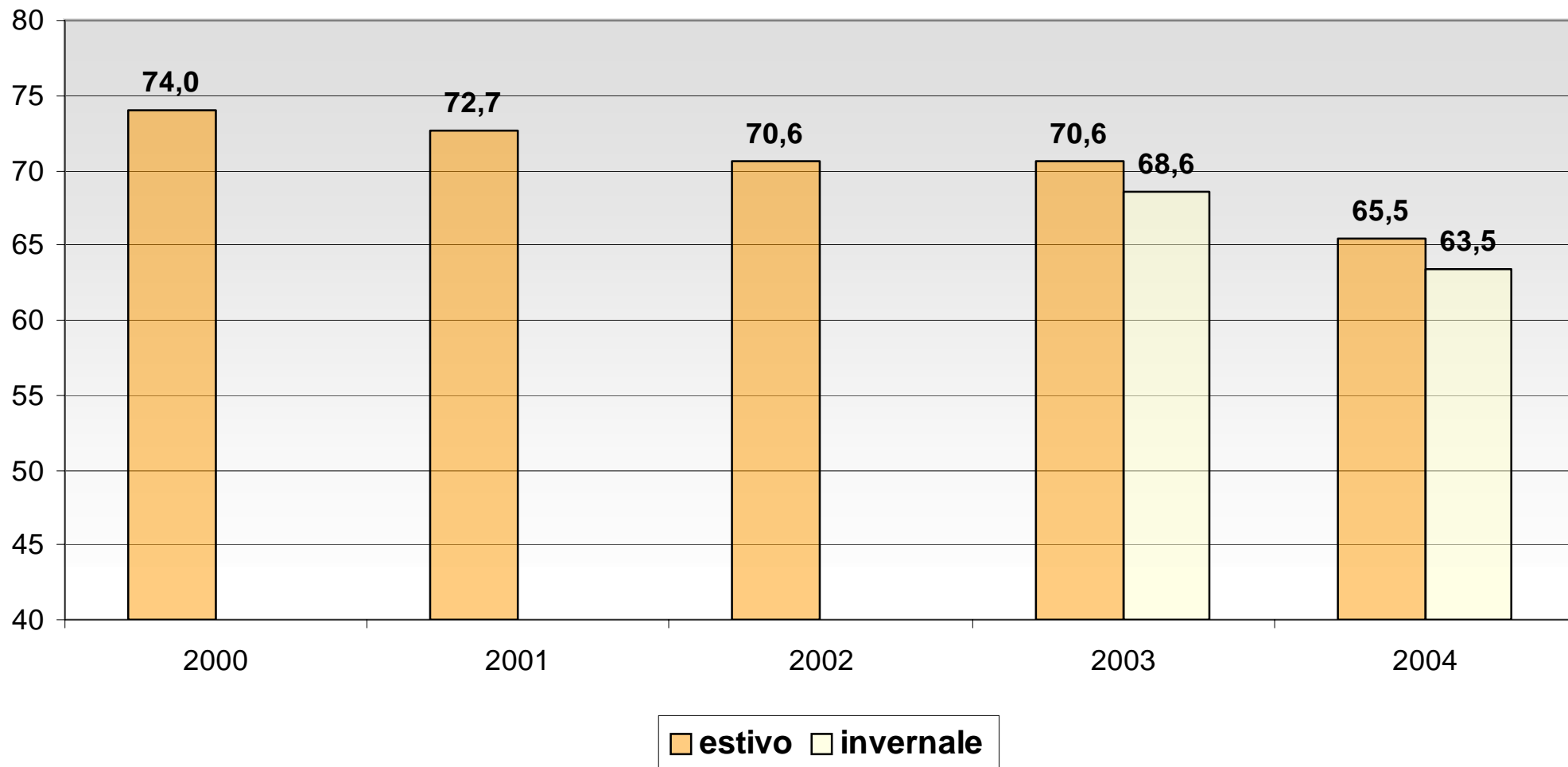
Passeggeri Locale – Comfort (voto 6-9)

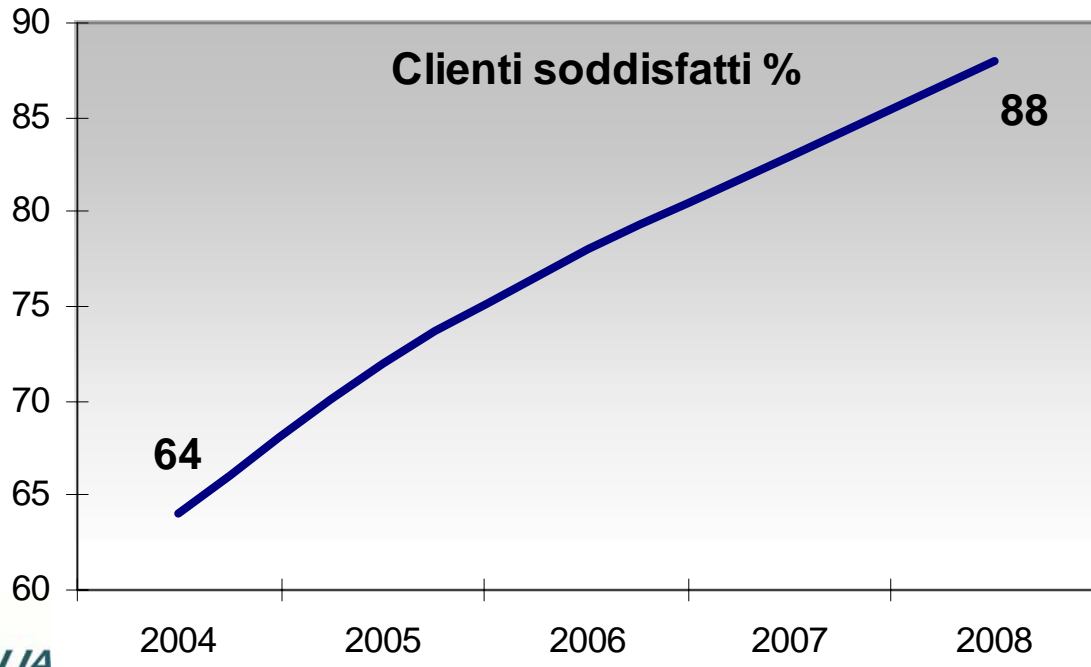
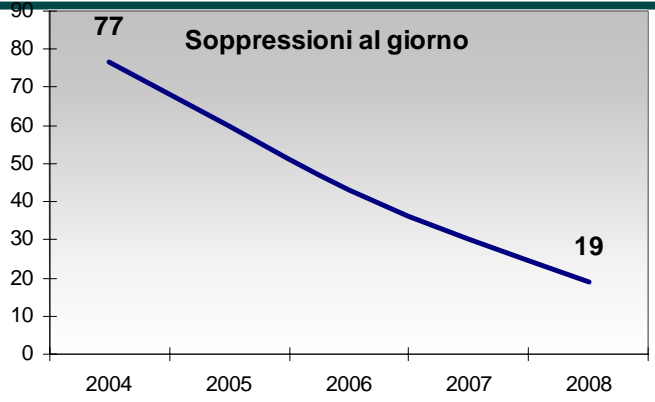
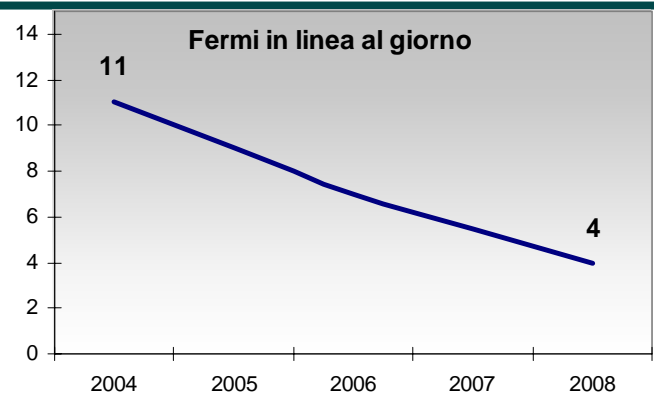
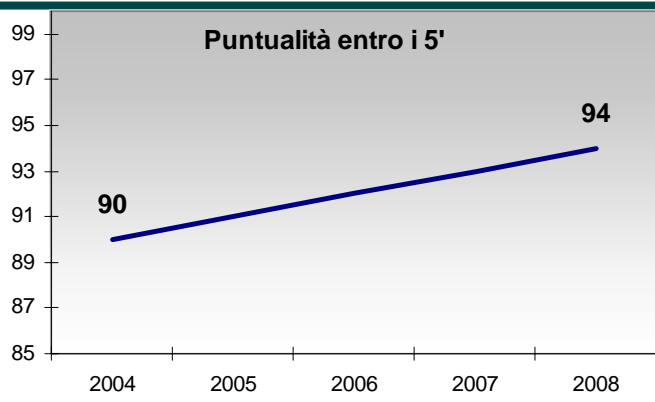


Passeggeri Locale – Puntualità (voto 6-9)



Passeggeri Locale – Permanenza a bordo (voto 6-9)





1. Indicatori economici e investimenti

2. La nostra immagine

3. L'innovazione dei processi e dell'organizzazione e le principali leve a supporto per il servizio alla clientela

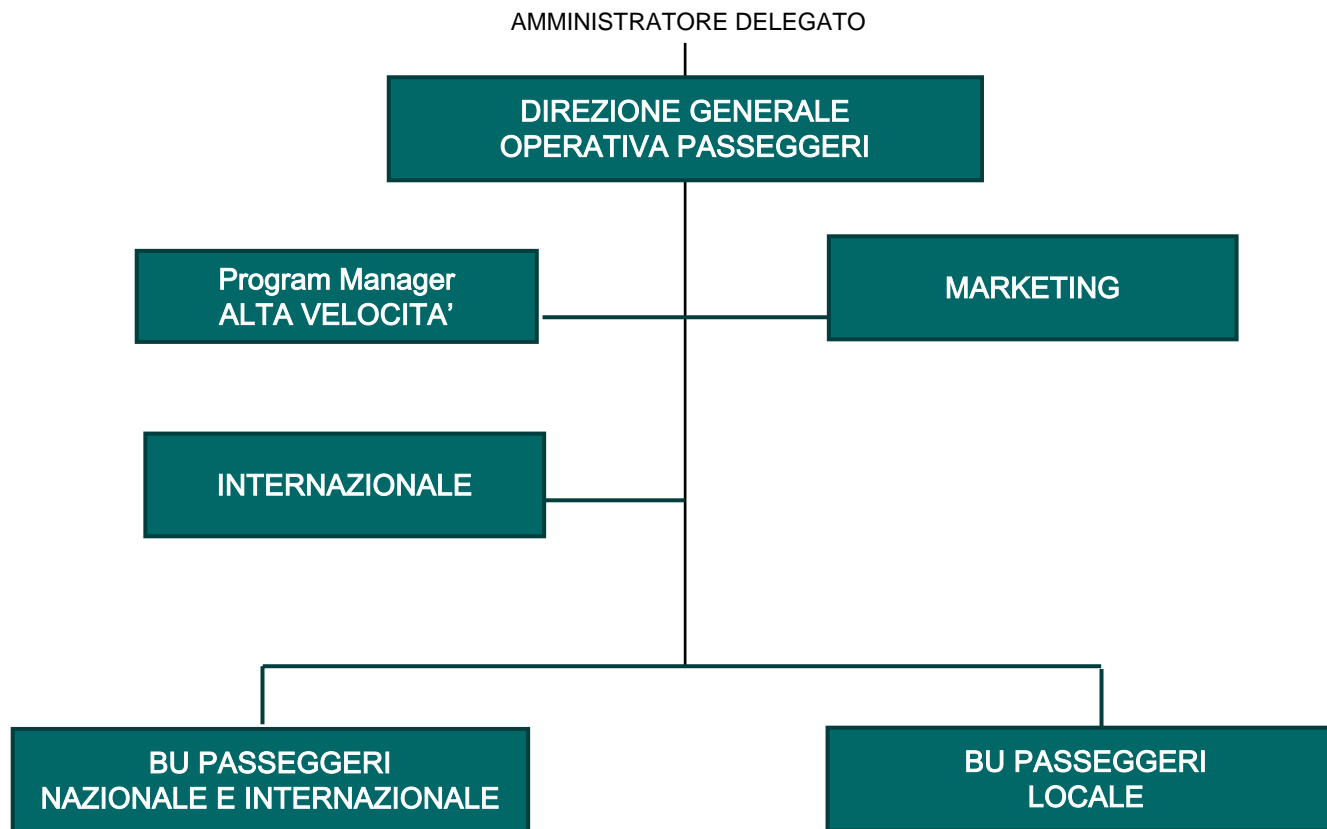
3.1 La nuova struttura organizzativa

3.2 Miglioramento del servizio alla Clientela

- Assistenza
- Accoglienza

3.3 Prime iniziative di miglioramento performance

La nuova struttura organizzativa



3.1 La nuova struttura organizzativa

3.2 Miglioramento del servizio alla Clientela

- Assistenza
- Accoglienza

3.3 Prime iniziative di miglioramento performance

L'innovazione dell'organizzazione e dei processi è finalizzata al miglioramento del servizio alla Clientela attraverso:



Assistenza



Accoglienza



Maggiore semplificazione organizzativa

Per il raggiungimento degli obiettivi di piano occorre intervenire sui processi con azioni che incidano sul miglioramento di:

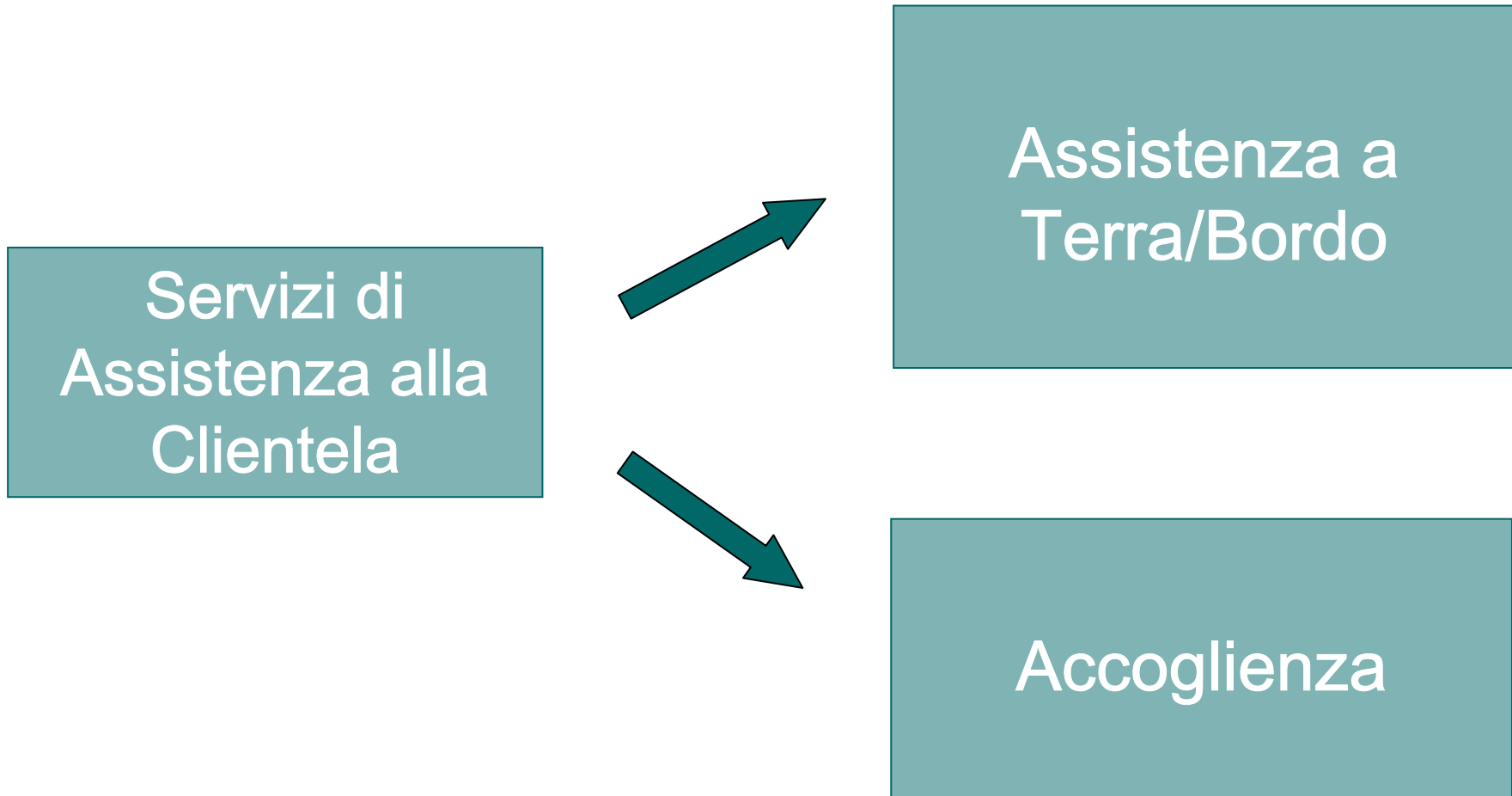
➔ Modernità del servizio offerto

➔ Comfort

➔ Puntualità

➔ Rapporto con la clientela

Servizi di Assistenza alla Clientela



Servizi di Assistenza a Terra/Bordo

INCREMENTO DEL LIVELLO DEL SERVIZIO OFFERTO AL CLIENTE DAL PERSONALE DI BORDO ATTRAVERSO:

➔ INFORMAZIONE

➔ CONTROLLERIA

➔ PROMOZIONE

INTEGRAZIONE ASSISTENZA TERRA/BORDO

➔ PRESIDIO DI ASSISTENZA PRESSO LA SOP CENTRALE CON FUNZIONI DI COLLEGAMENTO PER LE INFORMAZIONI SULLA CIRCOLAZIONE SIA AL PdB CHE AL PERSONALE DI TERRA

Servizi di Assistenza a Terra/Bordo

GESTIONE DEI FLUSSI ATTRAVERSO:

- ➔ Governance della Stazione-Floor Manager
- ➔ La vendita e l'informazione sotto bordo treno
- ➔ L'assistenza/informazione dinamica con palmare e walkie talkie
- ➔ L'assistenza vendita self service

Controlleria a Bordo Treno

In relazione allo sviluppo del traffico occorre incrementare la presenza a bordo treno di personale, anche con compiti anti-evasione, attraverso l'utilizzo di risorse indirette (ca. 140) adeguatamente formate nelle attività di controlleria prioritariamente nelle regioni Lombardia, Piemonte, Emilia, Toscana, Veneto, Lazio, Liguria

Call Center

In un'ottica di miglioramento del livello di customer satisfaction anche a seguito dell' apertura del servizio alla telefonia mobile che ha comportato un incremento del traffico di ca. il 300%, si rende necessario riorganizzare il servizio di informazione telefonica attraverso:

- Il mantenimento delle risorse attualmente utilizzate nel call center
- La professionalizzazione del personale per formare operatori multi-tasking su tutti i servizi
- L'affidamento gestione traffico overflow rispetto alle postazioni di Trenitalia

Prodotto Notte

Le richieste d'intervento della clientela del treno notte sono soprattutto rivolte al comfort del viaggio e alla sicurezza personale, ma in un'ottica migliorativa anche i servizi forniti e la ricchezza e funzionalità delle dotazioni di bordo assumono grande rilevanza.

In particolare è necessario offrire alla clientela:

- Un miglior servizio generale di bordo e un miglior rapporto qualità/prezzo
- Personale vigile durante la notte per garantire sicurezza
- Carozza pulita anche durante il viaggio
- Servizi d'intrattenimento
- Materiale rinnovato e moderno
- Garanzia d'omogeneità del servizio su tutto il network

Prodotto Notte

	viaggio nel complesso			pulizia complessiva			pulizia toilettes		
	VL	CF	T6	VL	CF	T6	VL	CF	T6
feb	80,9	82,2	74,6	73,5	64,2	45,8	75,6	44,4	25,9
mar	79,2	81,8	70,0	65,4	65,7	43,9	52,6	44,9	25,7
apr	80,5	84,3	68,4	66,8	68,9	45,9	51,8	44,0	27,5
mag	81,6	87,0	71,2	73,4	69,8	45,9	59,6	44,1	30,2
giu	83,6	83,0	63,5	72,7	68,9	42,7	58,2	43,2	28,2
lug	84,3	82,2	60,7	69,0	64,7	36,9	65,8	39,8	22,8
ago	82,8	82,6	64,0	69,6	60,0	39,9	58,1	37,8	24,4
set	83,4	82,4	68,8	68,7	56,6	44,7	55,8	36,9	29,2
ott	80,3	82,4	66,9	69,7	62,0	37,7	53,4	39,9	27,8
nov	80,2	81,2	63,5	68,3	62,2	36,9	57,8	41,3	23,7
dic	77,0	77,7	65,7	64,7	55,1	39,0	55,4	35,8	25,6

CUSTOMER
SATISFACTION

Servizi non gestiti da CWL

Servizio non erogato
Durante il viaggio

Prodotto Notte

	2003 (n. passeggeri)	2004 (n. passeggeri)	Variazione %
Cucette T6	1.059.000	894.000	- 15,5%
Vetture Letti (CF + VL)	1.322.000	1.436.000	+ 8,6%

Nei servizi in cui il rapporto qualità/prezzo è stato visto positivamente dal cliente il volume del traffico è aumentato, mentre negli altri servizi si è significativamente ridotto

3.1 La nuova struttura organizzativa

3.2 Miglioramento del servizio alla Clientela

- Assistenza
- Accoglienza

3.3 Prime iniziative di miglioramento performance

Prime iniziative di miglioramento performance

Il progetto consentirà di:

- Migliorare le performance programmate del personale di Condotta e di Bordo delle ex Divisioni Trasporto Regionale e Passeggeri
- Individuare le possibili integrazioni di carattere gestionale realizzabili a partire dal prossimo orario
- Individuare le necessità formative per la realizzazione dell'integrazione
- Cominciare a delineare i perimetri d'azione dell'intervento riorganizzativo

Logiche di valorizzazione della riorganizzazione

Ottimizzazioni

Esigenze

Valorizzazione
professionale