

UNA STRATEGIA MULTI-MODALE DI CONTATTO DELLE IMPRESE: TEMPI, STRUMENTI E RISULTATI

Marilena Angela Ciarallo, Graziella Spera, Rossana Renzi (Istat- Direzione centrale delle statistiche economiche congiunturali)

Il contributo presenta la strategia di contatto delle imprese adottata nella Rilevazione sulla Struttura delle retribuzioni e del costo del lavoro 2012 descrivendo la tempistica e i principali aspetti organizzativi del processo di raccolta dei dati. Vengono illustrati i flussi informativi e i differenti canali di comunicazione tra i soggetti coinvolti con particolare riferimento al ruolo del contact center nella gestione del numero verde e all'importanza dell'utilizzo del nuovo strumento PEC sia per gli invii massivi che personalizzati.

Si evidenzia come l'efficacia dell'organizzazione, del timing delle diverse operazioni di contatto delle imprese e della strategia multimodale utilizzata siano stati elementi importanti per il sensibile incremento del tasso di risposta.