

Quanto è importante saper comunicare bene nel mondo della logistica e del trasporto? Nel 2024 non è più solo il know how a fare la differenza, quanto piuttosto il saper comunicare in modo efficace, un'abilità che deve essere affinata anche nel contesto lavorativo per costruire relazioni interpersonali più positive.

GI.MA.TRANS operatore logistico della bergamasca, con un'esperienza trentennale al servizio della GDO e dell'Industria alimentare, ha scelto di fare un passo ulteriore e investire non solo sull'aspetto operativo della formazione del suo personale, ma anche sulle loro soft skills organizzando corsi di formazione partendo dall'area Customer Service.

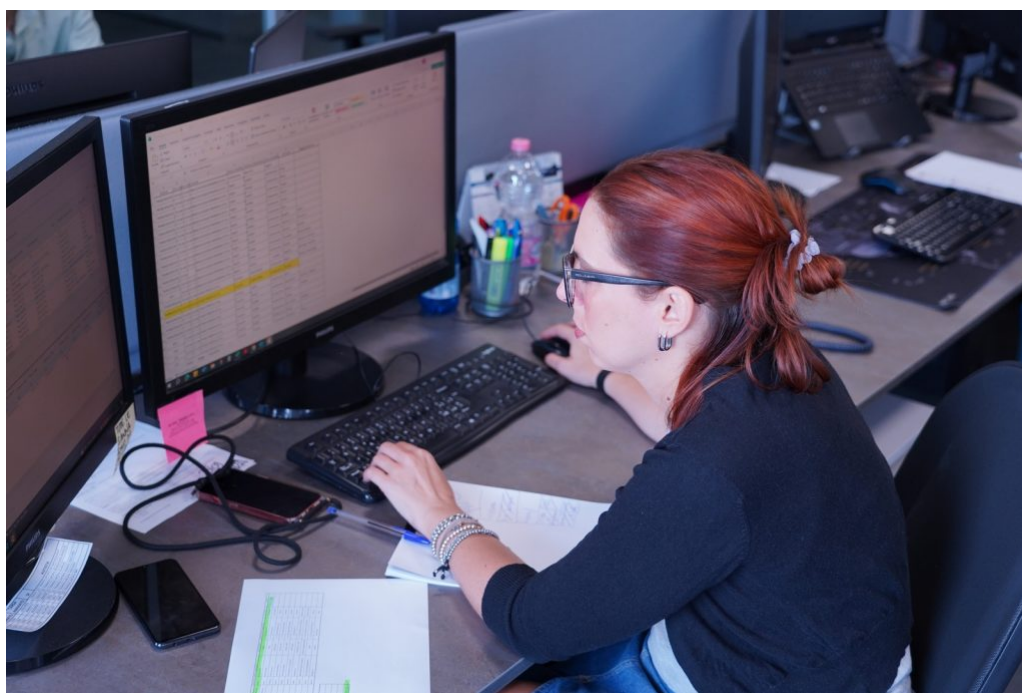
"Promuovere un corso di comunicazione per il Customer Service significa dare un valore nuovo alla comunicazione che coinvolge clienti, fornitori e anche autisti. Abbiamo intrapreso questo percorso con Elena Carati dell'agenzia KT25, con cui collaboriamo da tempo, e che ha saputo cogliere le esigenze dell'azienda arricchendo gli incontri con la sua esperienza in prima persona all'interno di un'azienda di autotrasporto come la nostra", queste le parole di **Fabio Orbello**, Direttore Operativo di GI.MA.TRANS.



Una scelta ponderata, quella di partire da questa area e rivolta al futuro, con lo scopo di estendere il progetto di formazione ad altre risorse e aree aziendali. Il ruolo del Customer Service nella logistica è fondamentale: il servizio può essere impeccabile, ma se non viene accompagnato da disponibilità, tempestività e capacità di problem solving, un cliente non

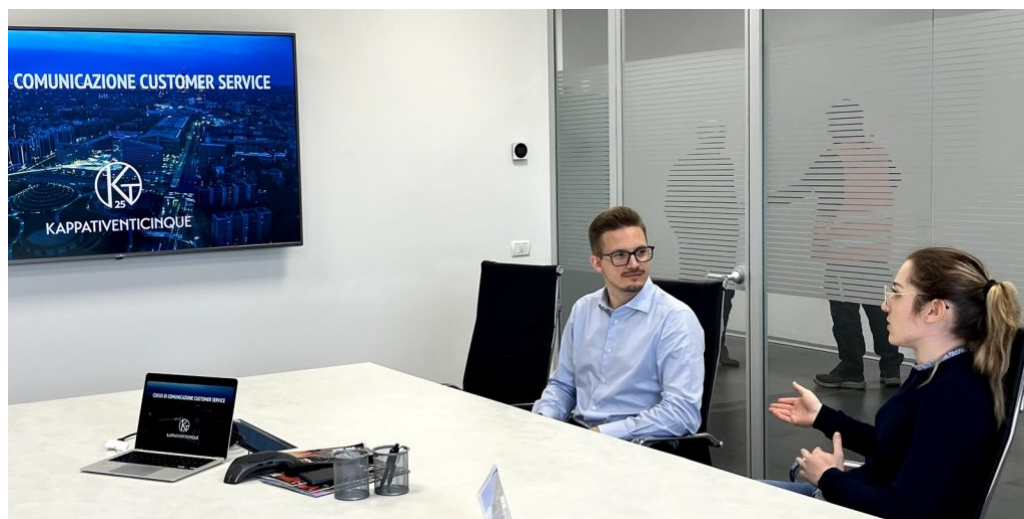
soddisfatto potrebbe rivolgersi altrove. La funzione multicanale che caratterizza l'area Customer Service supporta una corretta gestione del flusso informativo a diversi livelli aziendali e che spazia dalla comunicazione con gli autisti a quella con il cliente. Si tratta del primo punto di riferimento dell'azienda, il primo interlocutore e il primo supporto all'operatività delle movimentazioni merce, e soprattutto la prima figura che instaura un rapporto di fiducia con il cliente.

Con l'obiettivo di accrescere sempre più le competenze degli addetti del proprio Customer Service, GI.MA.TRANS ha scelto di affidare questo compito all'agenzia di marketing e comunicazione KT25, specializzata nel settore logistica e trasporto. Il solido rapporto di collaborazione tra le due realtà, che prosegue ormai da quasi 5 anni e comprende anche attività continuative come l'ufficio stampa e il rebranding del 2021, è un percorso che ha consentito a questa partnership di estendersi fino all'ideazione dei corsi di comunicazione interni.



Corsi one to one della durata di 10 ore in presenza - nell'arco di un mese - focalizzati sulla gestione del cliente tramite diversi metodi e stili di comunicazione, che ad oggi hanno coinvolto risorse dedicate sia dell'area industria sia alla grande distribuzione. "Durante il corso ho imparato ad utilizzare la comunicazione per gestire aspetti che vanno al di là della risoluzione del problema, mettendo al centro l'interlocutore durante le esercitazioni pratiche, per ascoltare in modo più attivo le sue esigenze.

E' fondamentale assicurarsi di aver compreso correttamente il messaggio del cliente prima di trovare la soluzione operativa più adatta. Applicare nell'immediato giorno per giorno questi consigli fa la differenza e sarebbe interessante poter approfondire altri aspetti in un altro corso" - dichiara Mirco Sadler, Customer Service Area Industria.



"Un corso concreto e soprattutto cucito su misura, che partendo da un'autoanalisi iniziale mi ha permesso di avere feedback efficaci per migliorare l'approccio alla comunicazione telefonica in particolare, imparando anche a 'saper dire di no' quando necessario. Inoltre, concludere il percorso individuale con un momento di debrief collettivo ha senza dubbio incentivato un dialogo proattivo tra colleghi che continua nella quotidianità" - afferma **Giulia Mandelli**, Customer Service per la GDO in GI.MA.TRANS.

"Partire dall'osservazione naturalistica non reattiva di ogni partecipante - senza cioè che i diretti interessati ne fossero al corrente - è stato il punto di partenza per strutturare un corso tailor-made e per creare simulazioni in presenza e a distanza basate su criticità reali. Affrontare questo percorso è stata un'occasione per Mirco e Giulia di lavorare sulla comunicazione scritta e telefonica, seguendo un approccio estremamente pratico e costellato da esercitazioni ad hoc" afferma **Elena Carati**, Titolare di KT25.

© riproduzione riservata pubblicato il 15 / 10 / 2024