

IL SERVIZIO DI CUSTOMER CARE È UN ASSET STRATEGICO PER OGNI IMPRESA.

Lo conferma Francesco Bevilacqua, co-founder e COO di FBC Italia, azienda leader nella gestione delle utenze aziendali.

“Un reparto strategico per FBC che assiste le aziende nella gestione di problematiche, reclami e contenziosi con operatori di luce, gas, telefonia e connettività - ma strategico anche per gli stessi clienti aziendali che realizzano obiettivi di saving quantizzabili in 3 - 5 gg lavorativi in un mese, oltre all'efficientamento dei costi”

Nell'intervista riportata di seguito, emerge come la “centralità delle relazioni con il cliente”, la “formazione professionale” e la “creazione di un team solido” sono conditio sine qua non per attuare una “rivoluzione” nel settore dell'utility management che con + 450 aziende, un tasso di rinnovo del 98% e una sana crescita di fatturato, vede FBC Italia pioniera nella gestione smart delle utenze business.

- **Fbc Italia** gestisce le utilities di +450 aziende italiane tra cui BMW ITALIA SPA, DANONE SPA, SICURITALIA SPA, GRUPPO CREMONINI SPA, KFC, RANDSTAD ITALIA SPA, DOMPE' FARMACEUTICI SPA, DSQUARED2 SPA, ILLY CAFFE SPA, SYNLAB SPA.
- **Fbc Italia** attiva da 10 anni nella consulenza aziendale propone un servizio unico e smart di gestione completa delle utenze, divenuto un asset di successo per tutte le figure decisionali che all'interno delle aziende si occupano di Utility Management.

13 luglio 2023 – **Francesco Bevilacqua**, Responsabile Assistenza Clienti FBC Italia, ripercorre in un'intervista densa e ricca di significati la sua carriera professionale che nel 2012 lo porta a fondare **FBC Italia**, azienda pioniera dell'**utility management**, unica a garantire la gestione più proficua e smart dei costi energetici e di telecomunicazioni. Ad oggi conta +450 clienti - tra cui **Bmw Italia Spa, Danone Spa, Sicuritalia Spa, Gruppo Cremonini Spa, Kfc, Randstad Italia Spa, Dompe' Farmaceutici Spa, Dquared2 Spa, Illy Caffè Spa, Synlab Spa** - con uno straordinario tasso di rinnovo del 98% e una crescita di fatturato sana.

DA BANCA MEDIOLANUM ALLA FONDAZIONE DI FBC ITALIA: PER FRANCESCO BEVILACQUA IL FIL ROUGE PROFESSIONALE È SEMPRE E SOLO UNO, LA "CENTRALITÀ DELLE RELAZIONI CON IL CLIENTE".

D: Qual è la motivazione che ti ha spinto a lasciare Banca Mediolanum e a lanciarti nel mondo delle utilities fondando un'azienda che in pochi anni è diventata leader nella consulenza aziendale per la gestione delle utenze?

R: Forse l'incoscienza (*ndr. ride*)! Ho vissuto degli anni straordinari in Mediolanum grazie a maestri come **Oscar di Montigny** (*ndr. Chief Innovation, Sustainability & Value Strategy Officer di Banca Mediolanum e Presidente di Flowe*), che era il mio capo diretto, e che ritengo tuttora una fonte di ispirazione. **Nei 4 anni con lui, ho fatto esperienza della "centralità delle relazioni con il cliente"**, ho affinato alcune soft skill, tra cui l'empatia, che si sono rivelate poi fondamentali nello sviluppo della mia carriera fino a fondare FBC Italia. Quella di lasciare il "posto fisso" in una delle banche italiane più grandi, non è stata una decisione a cuor leggero, come puoi immaginare (oltretutto ho dovuto affrontare anche i timori dei miei genitori!).

La figura centrale in questo "salto" è stato mio fratello (*ndr. Federico Bevilacqua, Founder e Head Of Development di FBC Italia*), che lavorava da tempo nel settore dell'utility management e, diciamo così, **mi ha mostrato una proiezione di sviluppo o meglio dire un sogno nel quale, grazie forse alla mia formazione, ci ho visto il mio posto.**

LA FORMAZIONE NELLO SVILUPPO PERSONALE E PROFESSIONALE È ALLA BASE DELLA CREAZIONE DI UN TEAM SOLIDO, COME IL LAVORO DI SQUADRA CI HA PERMESSO DI SEDERE AI TAVOLI ISTITUZIONALI E INNOVARE IL SETTORE

D: Ecco, la formazione. Puntate molto nella preparazione e certificazione delle competenze. Quanto è stata importante per te e quanto è necessaria per lavorare nel tuo team.

R: Anzitutto ti dico che la **formazione** è stata centrale nel mio percorso sia come **persona** che come **professionista**, a partire dalla laurea alla Statale di Milano in Comunicazione Digitale che mi ha permesso di arrivare in Mediolanum e seguire da vicino il lancio di MCU Mediolanum Corporate University. Il Direttore Generale del progetto all'epoca era proprio Oscar di Montigny, come dicevo, e mi reputo fortunato ad aver preso parte al lancio, condividendone la missione che era quella di diventare l'istituzione di riferimento per l'educazione finanziaria dei membri della Community Mediolanum. Stavamo rivoluzionando il settore finanziario attraverso un progetto formativo che avrebbe portato alla nascita di una nuova figura, quella dei Family Banker, un professionista formato ad hoc con competenze tecniche ma anche con soft skills.

Quella **missione "rivoluzionaria"** l'ho sentita molto mia, mi ha plasmato al punto che poi, nella nuova avventura imprenditoriale, con i soci, l'abbiamo messa proprio al centro dello sviluppo di tutti i reparti.

Grazie al lavoro straordinario che tutta la squadra ha fatto in questi anni, siamo arrivati a sederci ai tavoli istituzionali e a far approvare la prima norma in Italia che indica un percorso formativo per lavorare con dignità anche nel settore delle utilities.

L'UTILITY MANAGEMENT È TUTTO QUELLO CHE SERVE ALLA LAMPADINA PER ILLUMINARE LA STANZA, SENZA SPRECHI.

D: Il settore delle utilities... concretamente, quando tuo figlio ti chiede che lavoro fai, cosa rispondi?

R: I miei figli sono ancora piccoli e allora mi è capitato di semplificare all'estremo dicendo: **vedete la lampadina che illumina la stanza? Io faccio in modo che la luce**

arrivi sempre facilmente a tutti quelli che la utilizzano per lavorare. E mi assicuro che tutti abbiano anche internet e il telefono per poter comunicare con i colleghi, controllando che le spese siano corrette e che non ci siano sprechi.

In verità anche le 7 preziose risorse che compongono il team di assistenza che conduco in FBC Italia, si ritrovano a semplificare il linguaggio complesso fatto di termini burocratici e tecnici, tipici da contratto per non parlare di tutte le componenti che si trovano nel dettaglio delle fatture - con lo scopo di rendere le comunicazioni con i clienti sempre più efficaci.

UN TEAM DI PROFESSIONISTI AL PROPRIO FIANCO CHE MONITORA COSTANTEMENTE LE UTENZE AZIENDALI E NON NEI RITAGLI DI TEMPO: È QUESTO IL BENEFIT PER UN IMPRENDITORE, IL RISPARMIO È SOLO UNA CONSEGUENZA.

D: E se invece è un imprenditore, a chiederti in che modo porti valore aggiunto, risparmio. Cosa rispondi?

R: Dico che **FBC Italia**, da dieci anni, quindi con esperienza e professionalità, **supporta le aziende nella difficile e complessa gestione delle utenze di luce, gas, telefonia e connettività. Lo fa attraverso strumenti avanzati e competenze certificate che i responsabili acquisti - o coloro che in azienda ricevono il compito di occuparsi delle forniture di utilities - difficilmente posseggono approfonditamente perché sono concentrati in attività proprie del loro business.**

Non mi piace parlare di risparmio perché penso che **“il risparmio” non sia un obiettivo, ma una naturale conseguenza del nostro modo di lavorare:** gestiamo con attenzione contratti e fatture degli operatori e quindi **lavoriamo sui costi**, pertanto è facile che il nostro lavoro porti un **beneficio economico** ma preferisco sottolineare **l'importanza, il valore aggiunto, di avere un team di professionisti al proprio fianco che monitori costantemente le spese aziendali e non nei ritagli di tempo.**

LE SKILLS FONDAMENTALI DI UNA RISORSA DEL CUSTOMER CARE: CAPACITÀ DI ATTENZIONE E ASCOLTO ATTIVO VERSO IL CLIENTE, EMPATIA, RESPONSABILITÀ NEI MOMENTI DI CRITICITÀ, COMPETENZA TECNOLOGICA

D: Parliamo del tuo team, quali sono le skills che prediligi nelle tue risorse? Quanta competenza tecnologia è richiesta per gestire il flusso di lavoro?

R: La squadra del mio reparto è composta da 7 dipendenti che, ogni giorno, prende in cura le esigenze dei nostri clienti, espresse in ticket. Quando faccio i colloqui, la skill che prediligo è senza dubbio la **capacità di attenzione e di ascolto attivo verso il cliente perchè è importante capire fin da subito chi è l'interlocutore, entrare in empatia e creare una forte relazione**. Abbiamo un ruolo centrale nel nostro ecosistema, la parte operativa e di erogazione del servizio è il fiore all'occhiello della nostra azienda. E per questo un'altra qualità che ricerco è quella della **responsabilità**: soprattutto nei momenti di criticità dobbiamo avere le skills necessarie per trasformare le criticità appunto in opportunità e trovare soluzioni capaci di rinforzare la relazione, tranquillizzando il Cliente e dimostrando di avere sempre tutto sotto controllo. Per quanto riguarda la **competenza tecnologica**, ti confermo che è **strategica per gestire il flusso operativo**: elaboriamo molti dati dei nostri Clienti a partire da quelli di consumo, sia in ambito energetico che in quello delle telecomunicazioni; dati fondamentali che ci permettono di fare analisi e che indirizzano interventi di ottimizzazione, talvolta economica. **Il nostro modello di customer care è supportato da software proprietari e da formazione verticale per l'elaborazione di opportuna reportistica e controllo della fatturazione.**

IL TEAM CUSTOMER CARE È IL CUORE PULSANTE DI TUTTO L'APPARATO COMMERCIALE: CREDERE FORTEMENTE NEL PROGETTO E NELLA MISSION DELL'AZIENDA È FONDAMENTALE PER TROVARE LA MOTIVAZIONE, OTTENERE RISULTATI E RICEVERE LA GRATITUDINE DEL CLIENTE

D: Che consigli daresti ad un ragazzo giovane che vuole entrare nel tuo team?

Non ho particolari consigli se non quello di **credere fortemente**, come ho fatto io, **nel progetto e nella mission dell'azienda perché il team customer care è il cuore pulsante di tutto l'apparato commerciale**. Se piace il lavoro di squadra l'ambiente è quello giusto per trovare la motivazione e poter traguardare grandi obiettivi; la gestione dei "tickets" più o meno complicati che siano, conduce a grandi benefici per i clienti e riceverne poi la **gratitudine**, penso sia la cosa più significativa del lavoro quotidiano.

GESTIRE LE UTENZE RICHIEDE AGGIORNAMENTO E SPESSO NELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI NON SI HANNO GLI STRUMENTI, LE COMPETENZE E IL TEMPO NECESSARIO PER EFFICIENTARE TUTTO: L'UTILITY MANAGER SI RIVELA UNA FIGURA FONDAMENTALE ANCHE NELLE PA

D: Oltre alle aziende private, anche le pubbliche amministrazioni potrebbero beneficiare di un partner come FBC Italia? E in che modo il servizio assistenza sarebbe un vantaggio anche per loro?

R: Assolutamente sì. La nostra consulenza, ha origine proprio nel **supporto ad aziende complesse**, che hanno più consistenze (multi sedi) in termini di punti di prelievo se parliamo di Energia Elettrica e/o Gas o numero di linee telefoniche fisse e/o mobili. Gestire le utenze richiede aggiornamento e spesso, anche nelle PA non si posseggono gli strumenti, le competenze e il tempo necessario per avere tutto sotto controllo senza perdere troppo tempo.

IL NOSTRO SERVIZIO FA RISPARMIARE ALLE AZIENDE-CLIENTI IN MEDIA DAI 3 AI 5 GIORNI LAVORATIVI AL MESE. IN QUESTO MODO SI SALVAGUARDA IL TEMPO DEL DIPENDENTE, SOLLEVANDOLO DAI PROBLEMI TIPICI DELLA GESTIONE DELLE UTENZE DI LUCE, GAS, TELEFONIA E CONNETTIVITÀ. QUESTO SAVING DI ORE LAVORATIVE È DEDICATO AD ALTRE ATTIVITÀ PIÙ STRATEGICHE.

D: Se dovessi quantificare in ore, il risparmio di un cliente per il quale fate assistenza, che numero mi daresti e mi fai un esempio su base annuale?

R: Un servizio di customer care come quello di FBC Italia, ha un impatto positivo **multiforme sulle aziende che seguiamo**. Ad esempio, posso dirti che grazie al nostro pacchetto completo, in media, i nostri clienti, risparmiano dai 3 ai 5 giorni lavorativi al mese. In parole povere **salvaguardiamo il tempo di un dipendente, sollevandolo dalle noie tipiche della gestione delle utenze di luce, gas, telefonia e connettività**. Dunque **un saving di ore lavorative che vengono dedicate ad altre**

attività più produttive inerenti la propria mansione. Aggiungo che i responsabili acquisti, o le risorse umane, che all'interno di una azienda hanno il ruolo di occuparsi delle utilities, spesso non hanno gli strumenti, le competenze e il tempo necessario

per avere tutto sotto controllo ed efficientare. Inoltre ci sono almeno **due variabili** di cui tenere conto e che richiedono azioni di intervento immediato di un team di assistenza specializzata come il mio che fa questo di lavoro: da una parte **l'andamento in continuo cambiamento del mercato e l'avanzamento tecnologico** e dall'altra **le aziende stesse, che nel corso degli anni evolvono maturando esigenze diverse.** Pertanto l'attenzione a queste direttrici di costo non può essere saltuaria ma deve essere continuativa. In questo modo riusciamo a fornire un servizio decisamente strategico e di forte valore aggiunto.

I TICKETS DI ASSISTENZA NEL SETTORE DI ENERGIA/GAS, VENGONO CATALOGATI IN: RINEGOZIAZIONE, FATTURAZIONE E RECLAMI, GESTIONE DEL CONTATORE, ANAGRAFICA CLIENTE. IN AMBITO TLC INVECE SOTTENDONO A: RINEGOZIAZIONE, FATTURAZIONE E RECLAMI, OPERAZIONI LINEE, ANAGRAFICA CLIENTE

D: Assistenza e gestione delle criticità in ambito utenze tlc e utenze energetiche: che tipo di interventi sono all'ordine del giorno?

R: In definitiva ci occupiamo di gestire le noie per conto dei clienti (*ndr. ride!*). Ciò che attiene **le richieste di assistenza dei settori di Energia/Gas**, vengono catalogate in queste aree: Rinegoziation (delle condizioni contrattuali), Fatturazione e Reclami (verifica dei costi, monitoraggio dei consumi, gestione pratiche di reclamo verso l'operatore che poi seguiamo fino al riaccredito), Gestione del Contatore (richiesta di posa di un nuovo contatore, cessazioni, recesso di un' offerta, passaggio ad un nuovo fornitore, volture, aumento di potenza), Anagrafica Cliente (aggiornamento dei dati aziendali come il cambio dell'Iban). In **ambito tlc** cataloghiamo i tickets in queste aree: Rinegoziation (delle condizioni contrattuali), Fatturazione e Reclami (verifica dei costi, monitoraggio dei consumi, gestione pratiche di reclamo verso l'operatore che poi seguiamo fino al riaccredito, gestione disservizi o guasti sulle linee), Operazioni linee (richiesta di una nuova linea o di una cessazione, sostituzione di apparati, subentro, trasloco, cambio SIM o del profilo tariffario o

l'attivazione/disattivazione di un'opzione, spesso per l'estero a causa di viaggi non ricorrenti ma occasionali), Anagrafica Cliente (aggiornamento dei dati aziendali come il cambio dell'Iban). Ovviamente, alla **base di questo flusso operativo, vanno aggiunte tutte le attività ricorrenti come le reportistiche ad hoc** sull'andamento di costi e consumi, il controllo della fatturazione, l'invio di report previsionali e il controllo della fatturazione.

ASPETTI CHE MIGLIORANO I SERVIZI DI ASSISTENZA: "TEMPI DI RISPOSTA", LA "COMPETENZA", GLI "STRUMENTI" A SUPPORTO DI CHI SI OCCUPA DI MANTENERE ALTA LA QUALITÀ DEI SERVIZI OFFERTI DAGLI OPERATORI.

D: Ci indichi 3 aspetti che un operatore dovrebbe mettere in pratica per facilitare la fruizione dei servizi di assistenza ai clienti?

R: Per semplificare ti dico: i "tempi di risposta" dalla presa in carico fino alla risoluzione del ticket; la "competenza" nella comprensione della problematica; gli "strumenti" a supporto di chi come noi, si occupa di mantenere alta la qualità dei servizi offerti proprio dagli operatori.

L'IMPATTO PIÙ POSITIVO È DI AVERE LA CONSAPEVOLEZZA CHE TUTTO SIA DAVVERO MONITORATO CONTINUAMENTE

D: Qual è l'impatto positivo che un servizio assistenza cliente di qualità produce sul reparto amministrativo / acquisti di una azienda che sottoscrive il vostro servizio?

Penso che l'impatto più positivo sia il controllo continuativo dei costi e di avere la consapevolezza che sia tutto davvero sotto controllo. A questo aggiungiamo anche un sistema semplice per il recupero di dati (anche di una semplice fattura) relativi ai costi e ai consumi dell'azienda. Infine, la possibilità di avere dei forecast di spesa sulle proprie utenze.

DOPO PANDEMIA E CONFLITTO IN EUROPA È CAMBIATO L'APPROCCIO E LA PRESA DI CONSAPEVOLEZZA DEGLI IMPRENDITORI SULL'IMPORTANZA DEL CONTROLLO DEI COSTI DELLE UTENZE

D: Come è cambiato l'approccio delle aziende alla "gestione delle utenze" dopo pandemia e conflitto? Hai notato una nuova sensibilità e su quali priorità dovrebbero focalizzarsi per raggiungere davvero la testa e il cuore delle persone, dei loro clienti?

R: Senza dubbio è **cambiato l'approccio o meglio dire la presa di consapevolezza degli imprenditori dell'importanza del controllo dei costi relativi alle utenze**: un centro di costo che, hanno compreso, va seguito in maniera professionale da consulenti certificati che fanno questo "dalla mattina alla sera" seguendo il mercato e i cambiamenti delle aziende stesse. Oggi è più facile parlare del nostro servizio. Molte aziende sono rimaste scottate da quanto accaduto - prima con la pandemia, poi con le direttive sulla transizione energetica che avevano fatto innalzare il costo delle materie prime e infine con il conflitto - perché non avevano né il tempo e né le competenze per gestire in modo consapevole i cambiamenti.

ETICA E METODOLOGIA AVANZATA RAPPRESENTANO L'EFFICACIA DEI SERVIZI OFFERTI DA FBC: TUTTI I CLIENTI SI SONO SENTITI AL SICURO

D: E i vostri clienti invece? Qual è stata la loro reazione di fronte all'instabilità geopolitica dell'ultimo anno?

R: **Gli anni che abbiamo attraversato sono stati davvero complessi**, qualsiasi sia il punto di vista, ma la fatica dei momenti più bui è stata sempre ripagata dai feedback positivi dei nostri clienti che hanno riconosciuto l'importanza della scelta, fatta in precedenza, di affidarsi a noi. Alcuni hanno chiesto qualche forecast in più ma **tutti si sono sentiti al sicuro perché abbiamo lavorato incessantemente per gestire e ottimizzare il più possibile le loro spese, rispondendo sempre presenti alle loro preoccupazioni del momento**. Grazie a questi risultati e al lavoro di divulgazione che facciamo, sono arrivati nuovi Clienti e da un mese ci siamo anche trasferiti in uffici più grandi allargando il nostro organico.

CONTATTI PER I MEDIA

Ufficio Stampa FBC ITALIA

stampa@fbcitalia.it

+39 3476516192

Viale Thomas Alva Edison, 110

20099 Sesto San Giovanni Milano

<https://www.fbcitalia.it/>

[Youtube](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#)

About FBC ITALIA

FBC Italia, azienda Pioniera dell'Utility Management, fornisce il primo e unico servizio in Italia che garantisce la gestione più proficua e smart dei costi energetici e di telecomunicazioni per le aziende.

FBC Italia è un'azienda che opera nel mercato delle utilities e più precisamente si occupa di: Energia elettrica, Gas Naturale e Telecomunicazioni.

FBC Italia, attraverso il proprio team di consulenti Utility Manager certificati, fornisce servizi che valorizzano gli asset più preziosi dei propri clienti: il tempo e il denaro.

FBC Italia nasce nel 2012 con l'obiettivo di cambiare il paradigma del settore delle utility ricco di criticità, poca trasparenza negli addebiti e nessuna regola.

FBC Italia fornisce servizi di gestione ed ottimizzazione dei costi energetici e delle telecomunicazioni, attraverso un pacchetto completo che prevede: Consulenza specialistica con Utility Manager certificati e dedicati, Piattaforma tecnologica proprietaria, Metodologia di gestione innovativa delle utenze, Servizi legati al credito di imposta.

FBC Italia, si occupa di rendere comprensibile e chiaro il mondo delle Utility fornendo ai clienti un supporto professionale attraverso Utility Manager certificati e specializzati nell'ambito delle telecomunicazioni e dell'energia.

FBC Italia attraverso i suoi fondatori ha proposto e contribuito alla stesura della norma UNI 11782 del 2020 che ha fissato i requisiti e le competenze professionali della figura dell'Utility Manager.

FBC Italia è proprietaria di una piattaforma tecnologica innovativa che centralizza la raccolta dei dati energetici e di TLC della tua impresa semplificando l'analisi e fornendo un utile strumento per fare budget.

FBC Italia promuove la formazione e la crescita professionale dei propri consulenti attraverso un piano di sviluppo completo che prevede aggiornamenti e premi di produzione.

FBC Italia ha messo a punto una metodologia innovativa nella gestione e fidelizzazione del cliente, il metodo delle 4A: Analisi, Adeguamento, Accertamento e Assistenza.

FBC Italia rivolge i suoi servizi consulenziali di controllo/riduzione dei costi delle utenze a PMI e aziende Enterprise.

Per maggiori informazioni, visitate il sito www.fbcitalia.it e seguite i profili social [Youtube](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#)