

CALL CENTER "UNICO" PER POSTE ITALIANE

Poste Italiane garantisce il servizio universale postale e offre servizi finanziari su tutto il territorio nazionale attraverso una rete di 14mila uffici postali; fornisce inoltre servizi integrati e soluzioni innovative ai cittadini e alla Pubblica Amministrazione centrale e periferica.



Poste Italiane fornisce una risposta concreta per tutte le esigenze di spedizione con una gamma completa di prodotti postali nazionali e internazionali ad elevato standard qualitativo e cura, in collaborazione con il Ministero delle Comunicazioni, l'emissione e la commercializzazione dei francobolli.

Poste Italiane offre inoltre una vasta gamma di prodotti e servizi finanziari, tra questi il conto BancoPosta, il libretto di risparmio postale, i buoni fruttiferi postali, le obbligazioni a capitale garantito, il vaglia nazionale e internazionale. Fanno parte del gruppo Poste Italiane: il corriere espresso SDA; Postel che fornisce servizi di posta elettronica "ibrida"; Poste Vita, che opera nel settore delle polizze vita; Bancoposta Fondi SGR, che opera nel settore dei fondi di investimento; Postecom, costituita per sviluppare e gestire i servizi online disponibili sul sito Internet www.poste.it; Eboost, che offre un pacchetto integrato di servizi per le aziende che operano nell'e-commerce e nella vendita a distanza (dalla raccolta degli ordini alla fatturazione, dal magazzino alla consegna); Mototaxi, che opera in diverse città italiane nel settore del recapito veloce urbano.

Ma il Gruppo ha anche un Call Center che occupa 1500 persone e raccoglie circa 18 milioni di contatti l'anno; Marco Marcone, Responsabile Marketing e Commerciale Captive di Poste Italiane, ne illustra pregi, vantaggi e difficoltà.

Call Center: cosa rappresenta per Poste Italiane?

Per Poste italiane il Call Center ha rappresentato un momento di svolta epocale: prima della sua realizzazione nel Gruppo coesistevano circa 35 diversi progetti di Call Center. E' quasi superfluo precisare che questa organizzazione generava una notevole dispersione di energie economiche e umane; inoltre vi era una indubbia complessità e difficoltà nella gestione del rapporto con il cliente che, semplice cittadino o cliente dei servizi postali, si trovava con una scelta di contatto troppo ampia e dispersiva.

Il primo vantaggio quindi è l'unicità del numero da contattare: il numero verde 803.160; questa "unicità" porta benefici tangibili sia ai clienti sia alle Poste

Italiane. Per i clienti si tratta di digitare un unico numero per ottenere tutte le risposte ai quesiti, per Poste Italiane si traduce nella possibilità di seguire al meglio il cliente fornendo le informazioni più aggiornate e accurate, il tutto in un quadro complessivo che tiene conto dell'offerta globale dell'azienda. Per Poste Italiane significa anche l'opportunità di mettere a punto operazioni di cross selling o gestione incrociata di informazioni e proposte. Il passaggio epocale, deciso e realizzato da Corrado Passera, continua ed evolve con il nuovo amministratore delegato Massimo Sarmi che si è posto l'obiettivo della soddisfazione del cliente. La centralità del cliente pone in un ruolo molto attivo anche il Call Center. Dopo quattro anni, conclusa la fase di risanamento, oggi il Call Center, oltre a svolgere la funzione istituzionale di informazione e raccolta di eventuali reclami, rappresenta anche un'opportunità di business per Poste Italiane. In fondo tutta l'attività del Gruppo è paragonabile a quella di un grande contact center fruibile in diverse modalità: uffici postali, Internet e, appunto, Call Center.

Come è stato realizzato il Call Center: con il supporto di aziende esterne o internamente?

Il Call Center è stato realizzato quattro anni orsono da un Raggruppamento Temporaneo di Impresa formato dalla capoprogetto Ibm e in collaborazione con Ncr, Cos e Selfin.

Il Progetto è evoluto in quattro fasi passando da un Call center in grado di ricevere solo e-mail a quello attuale con tutte le tecnologie più avanzate. La scelta di procedere a fasi successive ci ha consentito di essere immediatamente operativi, sfruttando le opportunità a disposizione, senza dover aspettare la fine del progetto. Il Raggruppamento ha lavorato sotto la supervisione di Poste Italiane; col passare del tempo la nostra supervisione è diventata sempre più ampia fino alla gestione completa da parte del nostro team di customer solutions, avvenuta con il termine del progetto.

Quali vantaggi concreti ha portato a Poste Italiane?

In parte ho già risposto, credo, infatti, che il punto di forza sia nella "unicità" del Call Center; l'altro vantaggio concreto è nel "change management", un termine inglese che si può tradurre con cambio culturale e valorizzazione delle risorse.

Mi spiego meglio, il Call Center ha rappresentato un valore di "change management" perché tutte le persone entrate a lavorare come consulenti telefonici provenivano dalle Poste; si tratta di personale impegnato nel recapito o nella logistica che ha superato 7/8 fasi di selezione per entrare nella struttura. Oggi, quel personale svolge attività di telemarketing, conosce perfettamente il computer, i sistemi di contact management e gestisce clienti e vendite.

Solo nell'ultimo periodo il Call Center si è avvalso anche di figure interinali.

Il vantaggio concreto per Poste Italiane è un'esperienza riuscita di change management, che ha consentito di valorizzare molte risorse interne, in altri termini abbiamo liberato molte energie positive.

E quali difficoltà sono state affrontate per realizzare il call center?

Abbiamo svolto un ampio lavoro di progettazione e cablaggio, ma non abbiamo rilevato reali difficoltà tecnologiche. In qualche caso, ci siamo scontrati con uno scoglio culturale che però abbiamo superato, trasformando il problema in un'opportunità di crescita.

Infatti, il Call Center di Poste Italiane è l'unica realtà così grande ad aver ottenuto la Certificazione Iso 9001-Vision 2000 dall'ente certificatore TÜV. Inoltre abbiamo affidato ad Eurisko la verifica della customer satisfaction dei clienti del nostro Call Center; l'analisi viene svolta ogni due mesi e dalle risposte emerge che il Call Center ha un indice di gradimento medio superiore all' "otto", decisamente molto alto.

Quali sviluppi sono previsti per il futuro?

Il nostro Call Center ha due obiettivi: il mercato e il cliente poste italiane. Il committente esterno sono la PA centrale e locale e le aziende: Siamo molto attenti alla PA, in quanto il lavoro svolto in Poste Italiane, con il superamento di molti ostacoli e la soluzione di molti problemi, si è trasformato in un vantaggio competitivo. Oggi, quando entriamo in un mercato come la PA, siamo in grado di replicare alcune attività; o meglio il nostro approccio ai problemi risulta vincente. Un esempio molto concreto è la realizzazione dello 06.06.06, il Call Center del comune di Roma, frutto di una gara europea vinta anche grazie a un'offerta proprio calzata per una realtà con mole analogie con Poste Italiane.

Ma il Call Center vuole sempre più porsi come centro di business, vale a dire una struttura di vendita e relazione. Il Call Center, infatti, è un importantissimo canale di vendita, in quanto consente di illustrare e/o proporre il prodotto più adatto alle esigenze del cliente.

Il Call Center è un canale pregiato che costa molto ma dà tanto valore aggiunto all'azienda. La relazione telefonica diretta consente di fornire al cliente target di questo canale di contatto, quelle informazioni che non può ricevere dagli uffici postali o da Internet.

FIRMA DIGITALE: IL GOVERNO INGRANA LA QUINTA

Il Governo ha impresso un forte colpo di acceleratore alla diffusione in Italia della "firma digitale", parte integrante del processo di ammodernamento tecnologico del Paese. Su proposta del Presidente del Consiglio e del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie e di concerto con altri sei ministri, il Consiglio dei Ministri ha approvato il DPR che definisce il Regolamento di attuazione della Direttiva Comunitaria n. 93/1999, completando così il quadro normativo per l'utilizzo di questo innovativo strumento digitale, una sorta di bancomat con microchip, che viene inserito in un apposito lettore, collegato al computer, consentendo di firmare in modo digitale sicuro ed inalterabile qualsiasi documento elettronico.

Viene definitivamente attribuito valore giuridico ai documenti informatici su cui viene apposta la "firma digitale", garantendo non solo l'autenticità della firma e del soggetto da cui proviene, ma anche l'integrità del documento stesso, determinando così un'ampia serie di vantaggi pratici, diretti ed indiretti, per il Paese, a partire dalle imprese fino allo sviluppo dell'e-commerce.

«L'apposizione della "firma digitale" sulla corrispondenza, sui contratti, ordini e, in generale, sui documenti inviati per via telematica – ha spiegato Lucio Stanca, ministro per l'Innovazione e Tecnologie - determinerà una drastica riduzione della documentazione cartacea, ma anche una istantaneità dei processi di scambio di corrispondenza ed un abbattimento dei costi di inoltro. Come pure eliminerà i danni derivanti dalla mancata o ritardata ricezione; ridurrà le code agli sportelli. Insomma, non sarà più necessario spostarsi da casa o dall'ufficio per essere fisicamente presenti laddove è necessario apporre la propria firma».

Il provvedimento approvato dal Governo introduce due novità sostanziali rispetto alla normativa precedente vigente in Italia: la liberalizzazione del settore dei servizi di certificazione, che elimina così la necessità di una preventiva autorizzazione per l'esercizio di questa attività, e l'introduzione di due categorie di firma digitale. Sarà tra l'altro disponibile una "firma leggera" - che, per esempio, può essere utile per l'identificazione personale e l'accesso ai servizi della Pubblica amministrazione - e una "firma pesante", con la massima sicurezza per la sottoscrizione di documenti più rilevanti. -

Il Ministro ha poi ricordato che l'Italia è il primo Paese in Europa per diffusione della firma digitale: nel 2002 le 103 Camere di Commercio hanno distribuito oltre 555 mila card.

«Si tratta di uno strumento importantissimo per la definitiva affermazione del dell'e-Government nel nostro Paese. – ha sottolineato Lucio Stanca - I vantaggi saranno evidenti soprattutto per le imprese e per chi ogni giorno produce e scambia documenti informatici, come già accade ad esempio tra le Camere di commercio e le imprese, ma anche per il comune cittadino che avrà a disposizione un ulteriore strumento per dialogare on-line con la Pubblica Amministrazione» .

E-GOVERNMENT: ACCORDO CON POSTE ITALIANE

I 14 mila uffici postali diventano punti di accesso per i servizi dell'e-Government, ossia punti di contatto per i servizi on-line della Pubblica Amministrazione.

Lucio Stanca, Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, e Massimo Sarmi, amministratore delegato del gruppo Poste Italiane, hanno firmato un protocollo d'intesa, per realizzare, nell'ambito delle indicazioni del Governo sulla Società dell'Informazione, un piano d'azione per servizi di qualità grazie alle modalità innovative offerte dalle nuove tecnologie, nonché per studiare altri progetti speciali, con il coinvolgimento delle amministrazioni Statali, Regionali e locali interessate.

«Le Poste, con la capillare ramificazione degli sportelli, presenti anche nei più piccoli paesi, - ha spiegato Lucio Stanca - costituiscono una importante porta di accesso alla PA da parte dei cittadini che non dispongono di una connessione alla Rete. Ma, soprattutto, il gruppo Poste con i suoi servizi, la logistica e il sistema integrato costituisce un punto di partenza per fornire agli italiani uno spettro sempre più ampio di servizi on line. Abbiamo in animo di allargare anche alle Poste i sistemi di pagamento in rete per i rapporti tra cittadini e pubblica amministrazione. Penso, ad esempio, all'adozione dei sistemi di pagamento elettronico (monetica) per quei servizi, come le visure ed i certificati, per la cui erogazione è necessario applicare un bollo o versare un corrispettivo».

Poste Italiane, con la controllata Postecom, ha predisposto servizi on line destinati a cittadini ed imprese nei settori della messaggistica, della posta elettronica certificata e dei pagamenti on line.

«Grazie ad una profonda riorganizzazione e ad una robusta iniezione di tecnologia, - ha precisato Massimo Sarmi - Poste Italiane oggi può offrire servizi innovativi a valore aggiunto costruiti integrando le competenze e i servizi tradizionali con le nuove tecnologie. Proprio grazie a questa sinergia, Poste Italiane è in grado di svolgere un ruolo molto importante come "punto di accesso integrato" fra la pubblica amministrazione e la collettività, semplificando la vita dei cittadini».

CELLULARE...IL PIÙ AMATO DAGLI ITALIANI

Alla fine del 2002, oltre 36 milioni di italiani possedevano un cellulare, vale a dire il 72,3% della popolazione, contro i 30 milioni del 1999. Il dato, emerso da una ricerca condotta dall'Istituto per lo studio e l'innovazione, è stato diffuso dal Ministro delle Comunicazioni Maurizio Gasparri.

Lo studio ha evidenziato la pole position degli uomini (79%) rispetto alle donne (66%) nell'utilizzo del cellulare, ma anche l'importante ruolo giocato da anziani e donne nella diffusione del "telefonino". Inoltre la ricerca conferma che la fascia d'età tra i 14 e i 24 anni annovera la più ampia diffusione di cellulari (94,4%) seguita da quella tra i 25 e i 34 anni (90,7%).

Ma i cellulari sono apprezzati in tutto il mondo: secondo Gartner Group nel 2002 ne sono stati venduti 423,4 milioni nel mondo, in Italia 12,5 milioni. La maggiore crescita si è registrata in Germania e nell'area Asia -Pacifico; l'Italia è un paese "maturo" ma l'Umts e i dispositivi multimediali potrebbero vivacizzare il mercato.

Gartner ha anche stilato la classifica mondiale dei produttori: Nokia è in pole position con il 35,8%, Motorola al secondo posto con il 15,3%; seguono distanziate Samsung (9,8%), Siemens (8,2%) e Sony Ericsson (5,5%).

La società di consulenza Busacca & Associati precisa che in Italia sono attive 54 milioni di Sim card; i clienti professional sono quattro milioni, mentre i consumer raggiungono i 35 milioni.

Gli italiani amano molto anche gli Sms, infatti, circa 22,8 milioni inviano messaggi dal cellulare. Dallo scorso marzo i passeggeri della Società Cooperativa Autoradiotaxi Romana possono pagare la corsa con un Sms. Ibm e RadioTaxi 3570 hanno presentato, infatti, SmsTaxi Payment (S.T.P.), una soluzione che permette alle aziende di pagare le corse dei dipendenti utilizzando il telefono cellulare. L'impiego delle tecnologie wireless consente infatti di sostituire i contanti e le ricevute cartacee con un semplice e veloce Sms.

Il nuovo servizio, già disponibile per le aziende convenzionate, è uno tra i primi esempi di wireless payment per taxi al mondo. Grazie alla soluzione sviluppata da IBM, le imprese possono verificare più efficacemente le spese di viaggio dei dipendenti, con notevoli vantaggi dal punto di vista della gestione contabile e della riduzione dei costi. Il sistema offre la massima flessibilità nell'amministrazione delle autorizzazioni all'uso dei taxi. Attraverso un'interfaccia Web è possibile creare dei buoni "virtuali" e fornire permessi temporanei per specifici eventi.

3570 è la compagnia di taxi più grande d'Europa. Attiva soprattutto a Roma con una flotta di 2.600 vetture, ha stipulato convenzioni con oltre 800 medie e grandi aziende che utilizzano abitualmente questo circuito.

LA BANDA LARGA LENTAMENTE...CRESCERE

In Europa, la banda larga diventerà un mercato di massa nel 2006 con oltre 41 milioni di utenti contro i 10 milioni del 2002. Lo sostiene Datamonitor che stima, sempre per il 2006, un giro d'affari di 3,4 miliardi di dollari in Europa e di 900 milioni di dollari in Italia per l'acquisto di servizi a valore aggiunto online. In pole position vi sarà la Germania, seguita da Gran Bretagna e Francia, anche in Italia aumenteranno i collegamenti veloci, anche se più lentamente rispetto agli altri paesi.

Per quanto riguarda la tecnologia, Datamonitor non ha dubbi: risulteranno vincenti Xdsl e Adsl, mentre cavo e fibra ottica si imporranno in Olanda.

Ma Datamonitor precisa che per arrivare al mercato di massa i prezzi devono stabilizzarsi sui 25 dollari mensili.

Per Nielsen Netratings nel mese di gennaio vi è stata una vera esplosione: l'Adsl ha conquistato 1,4 milioni di surfer, pari al 12% degli utenti che navigano da casa.

Sulla banda larga, o meglio sui servizi online che gli utenti sarebbero disponibili ad acquistare, si è cimentata anche Jupiter. Dallo studio emerge che il 18% degli utenti con connessione a banda larga sarebbe disponibile ad acquistare contenuti video, contro l'11% di quelli con collegamento telefonico normale.

Per dare maggior impulso alla diffusione della banda larga nelle regioni meno sviluppate, il Commissario Ue alla Concorrenza Mario Monti ha dato il via libera agli aiuti di Stato per le telecomunicazioni.

Per il periodo 2000-2006 l'Europa ha stanziato circa 10 miliardi di euro per facilitare la nascita della "società digitale" e lo sviluppo delle infrastrutture tecnologiche.

Le connessioni a gennaio 2003

(in percentuale)

	Italia	Spagna	Gran Bretagna	Francia
Banda larga	12,45	32,19	18,30	34,38
Isdn	5,82	0,41	2,87	2,09
Modem 56K	62,58	49,14	64,25	51,66
Modem 28,8/33,3K	14,47	11,31	11,24	7,83
Modem 14,4K	4,68	4,70	2,24	2,36

Fonte: Nielsen/Netratings

BUON SUCCESSO PER OMAT-VOICECOM

La nuova formula "Provare per capire e scegliere" si è dimostrata vincente, infatti, una buona affluenza di pubblico ha vivacizzato OMAT VoiceCom, la mostra convegno organizzata da ITER dal 18 al 20 marzo al Centro Congressi Milanofiori di Assago.

Oltre tre mila manager (3.284), in rappresentanza di 1.165 aziende, sono intervenuti alla manifestazione dell'informatica professionale, un dato che - alla luce della situazione geopolitica e dell'andamento dell'Ict - si può considerare un successo.

In crescita, rispetto al 2002, la partecipazione del pubblico ai convegni dove sono state registrate oltre 1400 presenze. Particolare attenzione è stata rivolta alla firma digitale (più di 250 persone) e al protocollo informatico (oltre 180). Notevole l'interesse destato anche dai convegni del settore VoiceCom: Call Center (180), Ufficio mobile (100) e CTI (80).

«Il rapporto tra visitatori ed espositori - ha affermato Domenico Piazza, senior partner di ITER - è stato maggiore rispetto alle scorse edizioni; i nostri espositori, oltre 60, se ne sono resi conto. Chi è venuto era, come sempre, alla ricerca di soluzioni concrete, innovative, solide; e le ha trovate!».

Riscontri positivi anche per alcuni temi innovativi quali l'ICT per l'aggregazione di Imprese (con Assinform), la Negoziazione dinamica (con ADACI), la Business Community (con ADICO), La Fidelizzazione nell'ICT (con Minolta).

Conclusa l'edizione milanese, Domenico Piazza coadiuvato dal suo affiatato team, sta già lavorando per preparare l'appuntamento romano previsto il prossimo novembre.

Ai nostri lettori proponiamo una breve panoramica delle soluzioni da "toccare con mano" presentate a OMAT-VoiceCom.

Come sviluppare la forza vendita

inBiz ha presentato iAgent, una nuova soluzione che, grazie alla possibilità di inserire dati e documenti data entry periferico via web, consente alla forza vendita di gestire in maniera ottimale le informazioni per assistere clienti e utenti.

Call Center più facile

Receptionist Box è la nuova soluzione di Opera Netcenter per una gestione più facile del Call Center. Il sistema, basato sulle più evolute tecnologie CTI, è attivabile in cinque minuti perché contiene tutte le componenti hardware pre-configurate.

Servizi integrati di consulenza

Butera e Partners ha fornito un'analisi su misura dei processi aziendali (Knowledge Management, Call Center, Customer Relationship Management), per aiutare il manager a conoscere le nuove soluzioni e a scegliere tra quelle personalizzate o servizi subito pronti.

Tutto per la gestione dei documenti

Imaging Servizi ha mostrato come archiviare in maniera facile ed efficiente bolle, fatture, bollettini postali, denunce di sinistro ecc. Come? Portando con sé i documenti allo stand della società, gli esperti di Imaging Servizi daranno una dimostrazione pratica dei propri servizi.

Firma digitale sicura con Microsoft Word

Microsoft ha presentato un componente aggiuntivo (add-in) che permetterà di applicare in modo sicuro la firma digitale nei documenti creati con Word, rendendoli compatibili con la normativa italiana in materia.

Openwork per razionalizzare il document management

Allo stand di Openwork gli operatori del settore hanno avuto la possibilità di conoscere il nuovo sistema informativo, uno strumento potente per sviluppare innovative soluzioni di document & workflow management.

Piattaforma di Document Management

La divisione Enabling Technologies & Services di Allaxia ha partecipato con Hegel, la piattaforma per la gestione integrata dei processi, delle attività e dei flussi di documentazione che caratterizzano un sistema aziendale.

Gestire i documenti dal cellulare? Con everywhere si può!

Everywhere, la nuova soluzione di telKey, trasforma il cellulare in uno strumento di vendita e promozione per l'azienda, poiché permette di inviare su una casella e-mail tramite SMS i documenti archiviati in uno scaffale virtuale.

Tim facilita la comunicazione aziendale

Tim ha presentato le nuove applicazioni che rendono più comoda ed economica la comunicazione aziendale. Grazie a SmaSh, Azienda opTIMa e Xtension Full, è possibile utilizzare con più facilità gli SMS, personalizzare i profili tariffari aziendali e utilizzare la carta prepagata del dipendente addebitando le chiamate all'azienda. In esclusiva da Tim, inoltre, arriva BlackBerry, il palmare per l'e-mail mobile che permette di leggere, rispondere e inoltrare i messaggi di posta elettronica con rapidità e semplicità tramite una comoda tastiera.

e-government trasparente

Beta 80 Group ha presentato due soluzioni che rispondono all'esigenza di trasparenza nella gestione delle pratiche della PA: Protocollo.NET che permette la gestione per "Pratiche" e per "Fascicoli" di tutta la documentazione cartacea e Delibere.NET, finalizzato alla gestione dei processi di istruzione pratiche. Tutti gli applicativi sono utilizzabili via browser.

Call center anche per le piccole imprese

Pat ha dimostrato in anteprima alcune soluzioni innovative per i contact e call center usufruibili in modalità ASP che offriranno la possibilità anche ad aziende piccole o medie di accedere a soluzioni avanzate tecnologicamente evitando i costi di implementazione e gestione di questo tipo di soluzione.

MMS attraverso il web

Mobile Media Manager -M³- è la nuova soluzione multicanale (SMS, MMS, WEB) di NETikos che permette agli utenti di creare e spedire MMS utilizzando un'interfaccia web. L'applicazione risponde all'interesse verso le nuove forme di multimedialità e alla necessità di canali di accesso multimediale alternativo.

Localizzazione mobile con WAY

W.A.Y. ha presentato la nuova linea di prodotti basata su PDA con funzioni di localizzazione, tramite GPS, e comunicazione, mediante GPRS; i nuovi prodotti si affiancano alla tradizionale linea di dispositivi MTS, utilizzati in applicazioni che richiedono frequenze elevatissime di localizzazione ma con costi contenuti di comunicazione.

Archiviazione digitale attraverso il web

TSO ha presentato Freedoc, un nuovo sistema integrato di archiviazione digitale dotato di interfaccia web che risulta all'utente facile all'uso grazie, tra le altre, alla possibilità di produzione, distribuzione e consultazione interamente da browser (asp.net).

La convergenza voce e dati su IP diventa realtà!

Molte novità per Phoenix Release 3 ICT Systems: gli operatori di Call Center remotizzati su IP, il Call-Me-Back da Internet su IP, e molte altre soluzioni già disponibili.

Da Canon nuove soluzioni per il Document Management

La gestione documentale rappresenta da sempre un'area di competenza per Canon, che ha maturato l'esperienza necessaria per offrire soluzioni e servizi "tagliati su misura" per le specifiche esigenze del cliente. L'offerta completa Canon include la fornitura dell'hardware e dei servizi a supporto della progettazione dell'archivio, l'analisi di dettaglio, la configurazione degli archivi, la formazione degli operatori e la messa in produzione del sistema.

La più ampia rete WiFi in un Centro congressi italiano!

Grazie a COLT e a Telecommunication Engineering & Services (Tecnosistemi Group), è stato possibile «toccare con mano» la più ampia rete WiFi (Wireless Fidelity) fino ad oggi installata in un Centro Congressi italiano. La rete ha coperto interamente i sei mila metri quadri della manifestazione, articolata su due piani, con quattro sale congressi, due aree espositive, 60 aziende partecipanti e un laboratorio realizzato da Microsoft e HP per presentare le proprie soluzioni.

I relatori (più di 40), gli espositori e gli oltre tre mila visitatori hanno potuto verificare personalmente le prestazioni di una rete senza fili installata da professionisti del settore e connessa a internet a banda larga.