

CX2020

CUSTOMER EXPERIENCE

12.10.2017



OSSERVATORIO
Customer Experience

IV EDIZIONE

Importanza che attribuiscono le aziende alla **Customer Experience**

18,5% dei manager ritiene che la propria
azienda sia sotto la sufficienza

38% assegna un voto tra il 9-10

Per quali motivi investire nella Customer Experience - le possibilità di scelta

- Conservare i clienti esistenti e aumentare la fidelizzazione
- Convertire un maggior numero di potenziali clienti/visitatori in clienti
- Distinguere il marchio da quelli della concorrenza
- Aumentare l'efficienza: produrre di più con minore sforzo/riduzione dei costi
- Aumentare il numero dei sostenitori del marchio
- Aumentare le vendite dei clienti esistenti
- Mantenere la posizione rispetto alla concorrenza
- Dare un migliore servizio

Per quali motivi investire nella Customer Experience - i primi tre motivi

Dare un migliore servizio - 31%

Conservare i clienti esistenti e aumentarne la fedeltà - **24%**

Convertire un maggior numero di potenziali clienti - **20%**

La CX non è una questione di immagine e di posizionamento

In cosa occorre investire di più per migliorare l'esperienza del cliente?

- le possibilità di scelta
- Integrazione e coerenza tra i diversi touchpoint
- Utilizzo feedback del customer service
- Formazione / incentivazione addetti customer service
- Formazione management aziendale
- Ottimizzazione dell'organizzazione interna
- Implementazione di canali e tecnologie innovative
- Organizzazione della knowledge base
- Gestione big data e analytics

In cosa occorre investire di più per migliorare l'esperienza del cliente?

i primi tre motivi

Il **35%** ritiene che l'aspetto più importante su cui investire sia l'integrazione e la coerenza tra i diversi touchpoint (20% totale)

Segue l'utilizzo dei feedback del customer service - **20,8%** (16% totale)

Terzo elemento più importante sono i nuovi canali e tecnologie - **21,4%** (15% totale)

In cosa occorre investire di più per migliorare l'esperienza del cliente?

agli ultimi posti

L'ottimizzazione dell'**organizzazione interna** è all'ultimo posto

Big Data e **Knowledge Base** non spiccano particolarmente ma sono anche i settori su cui negli ultimi anni si sono concentrati i maggiori investimenti

Nella sua esperienza quanto impatta la **Customer Experience** sui seguenti aspetti? - la domanda

- Fidelizzazione del cliente
- Immagine dell'azienda
- Fatturato dell'azienda
- Aumento dei clienti

Nella sua esperienza quanto impatta la **Customer Experience** sui seguenti aspetti? - le risposte

Investire sulla **Customer Experience** ha maggiore impatto sulla **fidelizzazione** del cliente e sull'**immagine**

Non pare invece che abbia un impatto particolare sull'acquisizione di nuovi clienti

Nel 2014* c'era più attesa che la CX avesse un maggiore impatto sul fatturato, oggi si potrebbe dire che **concorre ma non è sufficiente**

* Primo Osservatorio CX

Quali di questi aspetti sono più importanti nell'esperienza del cliente?

- le possibilità di scelta
- Ascolto e consulenza
- Personale di assistenza gentile e disponibile
- Contatto multicanale facile da attivare
- Affidabilità e competenza
- Convenienza e offerte
- Tecnologie innovative
- Risoluzione dei problemi veloce ed efficiente
- Coinvolgimento e condivisione
- Servizio clienti che va oltre alle aspettative
- Assistenza proattiva in caso di imprevisti

Quali di questi aspetti sono più importanti nell'esperienza del cliente?

- le risposte

La **risoluzione di problemi** è considerato l'aspetto che ha maggiore impatto, è il primo tra tutti con il **19%**

Segue con un piccolo distacco l'**affidabilità** e la competenza con il **15%**

Al terzo posto pari merito l'**assistenza proattiva** e il contatto multicanale al **13%**

Si ritiene invece che le tecnologie innovative abbiano un'importanza relativa, così come la convenienza e le offerte

Colpisce che il personale gentile e disponibile ottenga poche preferenze

Quali di questi aspetti sono più importanti nell'esperienza del cliente?

- le risposte dei clienti

Abbiamo fatto la stessa domanda ai clienti e per loro la **convenienza** e le **offerte** è ancora molto importante, è il primo motivo per il **45%** e il primo tra tutti con il **23%**

Segue in accordo con i manager l'**affidabilità** e la **competenza** con il **20%**

Al terzo posto si trova invece la **capacità di risoluzione dei problemi** con il **13%**

Quali sono i settori più attenti alla relazione col cliente (voto 1-10)?

Per i Manager la classifica è:

- Marchi alta gamma 7,2
- Turismo e tempo libero 7,2
- Home entertainment 6,8
- Retail 6,4
- Banche 6,00
- Compagnie telefoniche 5,8
- Trasporti 5,6
- Produttori di elettronica/elettrodomestici 5,5
- Assicurazioni 5,5
- Industria alimentare e bevande 5,00
- Servizi di pubblica utilità 4,8
- Pubblica amministrazione 3,7

Quali sono i settori più attenti alla relazione col cliente?

Per i Clienti la classifica è

- Marchi alta gamma
- Turismo e tempo libero
- Retail
- Produttori di elettronica/elettrodomestici
- Home entertainment
- Banche
- Industria alimentare e bevande
- Trasporti
- Assicurazioni
- Servizi di pubblica utilità
- Compagnie telefoniche
- Pubblica amministrazione

Quali sono i canali di contatto più importanti tra quelli attualmente utilizzati dalla sua azienda?

- la classifica dei manager

- Call center
- Email
- Social media
- Form su sito web
- Web chat
- App aziendale
- Sms
- Assistenti vocali
- Chatbot

Quali sono i canali di contatto che utilizza di più? la classifica dei clienti

- Email
- Call center
- Form su sito web
- Web chat
- Social media
- Assistenti vocali
- Sms
- App aziendale
- Chatbot

Quali sono i canali di contatto che preferisce usare?

La classifica dei Clienti

- Email
- Call center
- Web chat
- Assistenti vocali
- Form su sito web
- Social media
- Sms
- Chatbot
- App aziendale

Quali sono i canali di contatto più promettenti?

La classifica dei Manager

- Social media
- Web chat
- Chatbot
- Call center
- App aziendale
- Assistenti vocali
- Form su sito web
- Email
- Sms

Grazie!

CX2020
CUSTOMER EXPERIENCE