



Enghouse
Interactive

CX2020

CUSTOMER EXPERIENCE

**08.11.2017 Customer Engagement senza confini:
dalla pianificazione marketing
agli insights della business intelligence.**

Sandro Sciaky
Sales Manager Enghouse Interactive

Chi è Enghouse



26 paesi
1,6 Bil. \$ Market Cap
308 Mil. \$ Revenue
0 Debiti

+900 partner
+10.000 clienti
+1 Mil. utenti
+1 Mld. interazioni
gestite al giorno

Chi è Enghouse



Magic Quadrant for Contact Center Infrastructure, Worldwide. May 2017, Gartner.

As of May 2017

Digital Transformation: *considerazioni*

Tecnologia

- Sviluppo nuovi media digitali
- Larga disponibilità di connessione
- Diffusione smart device e sensori sempre connessi

Società

- Nuovi modelli di consumo
- Frammentazione delle audience e dei trend
- Evoluzione da spettatori a cocreatori del messaggio

Generazioni a confronto

08.11.2017

Roma

Ogni generazione ha caratteristiche molto diverse dalle altre. Valori, consumi, media utilizzati...

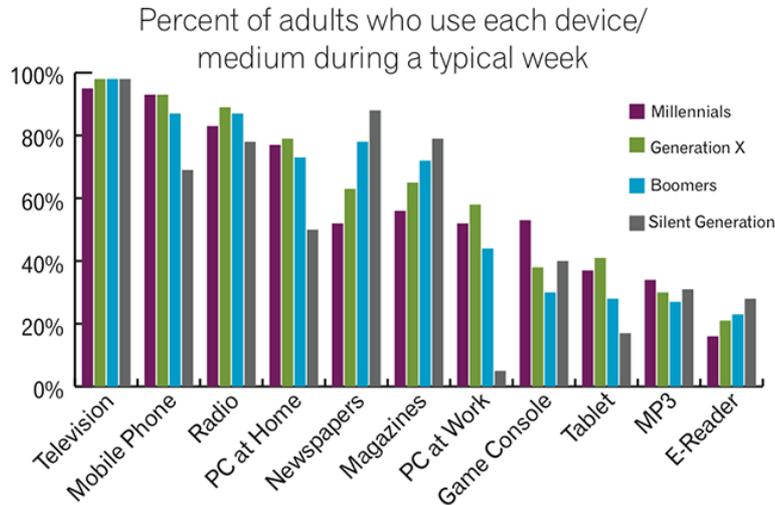
Talking a different language

Formative experiences	Maturists (pre-1945) Wartime rationing Rock'n'roll Nuclear families Defined gender roles - particularly for women	Baby boomers (1945-1960) Cold War 'Swinging Sixties' Moon landings Youth culture Woodstock Family-orientated	Generation X (1961-1980) Fall of Berlin Wall Reagan/Gorbachev/ Thatcherism Live Aid Early mobile technology Divorce rate rises	Generation Y (1981-1995) 9/11 terrorists attacks Social media Invasion of Iraq Reality TV Google Earth	Generation Z (Born after 1995) Economic downturn Global warming Mobile devices Cloud computing Wiki-leaks

Attitude toward career	Jobs for life 	Organisational - careers are defined by employees	"Portfolio" careers - loyal to profession, not to employer	Digital entrepreneurs - work "with" organisations	Multitaskers - will move seamlessly between organisations and "pop-up" businesses
Signature product	Automobile 	Television 	Personal computer 	Tablet/smartphone 	Google glass, 3-D printing
Communication media	Formal letter 	Telephone 	E-mail and text message 	Text or social media 	Hand-held communication devices
Preference when making financial decisions	Face-to-face meetings	Face-to-face ideally but increasingly will go online	Online - would prefer face-to-face if time permitting	Face-to-face	Solutions will be digitally crowd-sourced

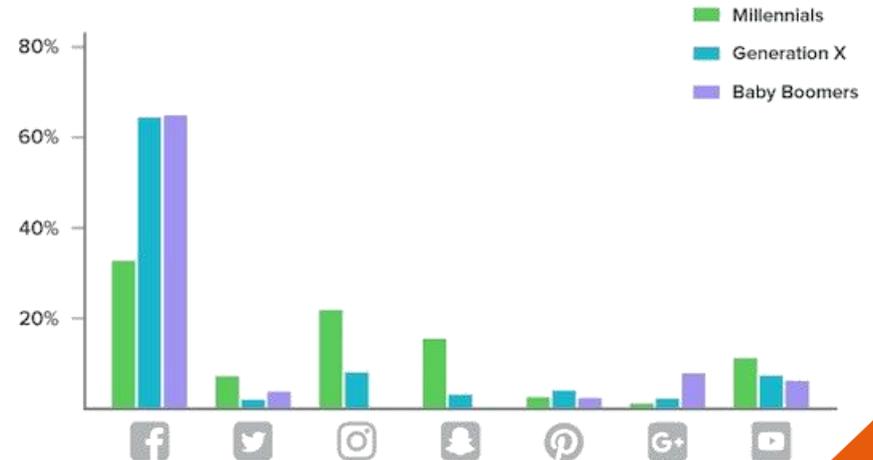
Generazioni e media

I Social Network sono la prima scelta per i Millennials



Network Preferences by Generation

Q1 2017



Surplus di contenuto >> Deficit dell'attenzione

Path to purchase: digitale e fisico si incrociano creando nuovi percorsi

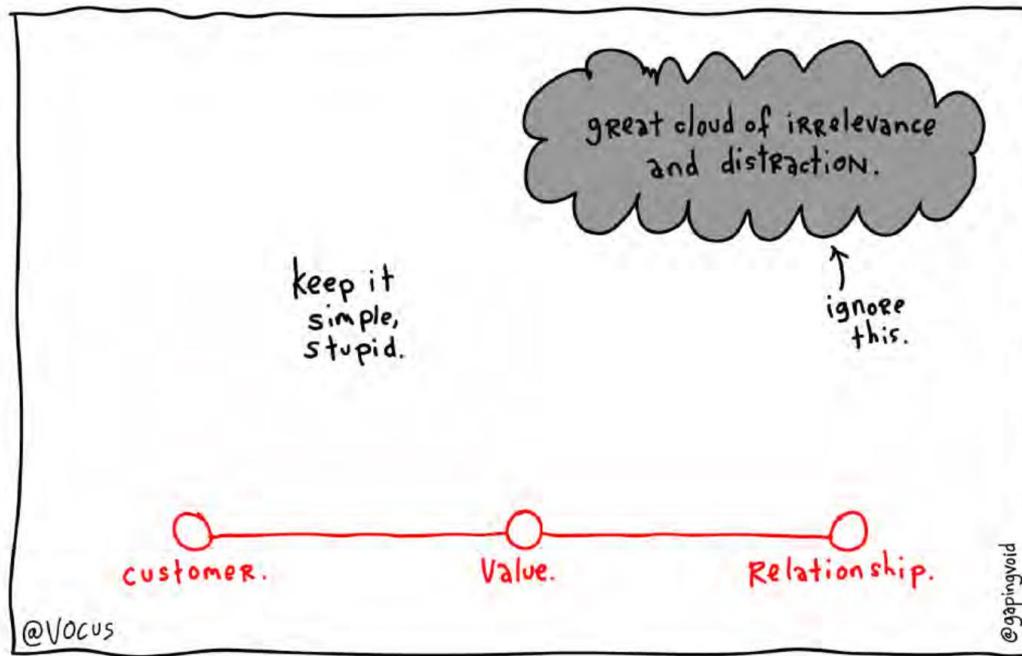
- **R.O.P.O.** (*research online, purchase offline*): ricerca in rete delle informazioni, acquisto nei negozi tradizionali;
- **Click & Collect**: ricerca e acquisto online, ritiro in negozio;
- **Try & Buy**: prova in negozio, acquisto online.

Le **interazioni** sono mediate dal contesto, ma centrate sulla **relazione**.

Una relazione di valore non si basa sul presidio di touch-point, ma su **conversazioni** puntuali e consistenti.

Cos'è la Customer Experience?

E' la somma di tutte le **interazioni** che una persona ha con un'azienda durante il suo «ciclo di vita» da Cliente.



CX2020
CUSTOMER EXPERIENCE

08.11.2017

Roma

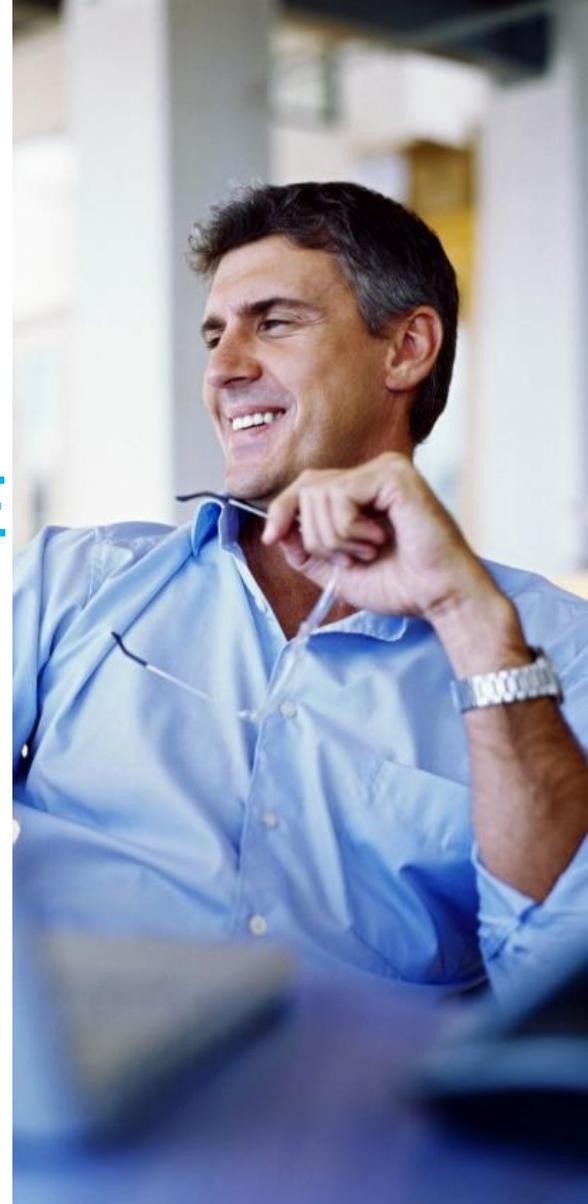
Customer eXperience: CONTESTUALE PERSONALE INDIMENTICABILE

Il miglior modo di **catturare l'attenzione** di un utente in un dato momento?

Sfruttare i loro dati e le **circostanze** per dimostrare loro che comprendete le loro necessità.

Le iniziative di massa non catturano l'attenzione come le loro controparti **su misura**.

Seguite le impronte digitali dei clienti e andate sul **personale**.



Customer Segmentation

- Storicamente le aziende hanno segmentato i propri clienti su basi economiche:
Fatturato / potenziale d'acquisto.
- In seguito sono stati usati altri approcci:
geografico, socio-demografico, psicografico e comportamentale.
- Con la raccolta di Big Data si può raggiungere il «**segment of one**»
- I costi sono sostenibili?

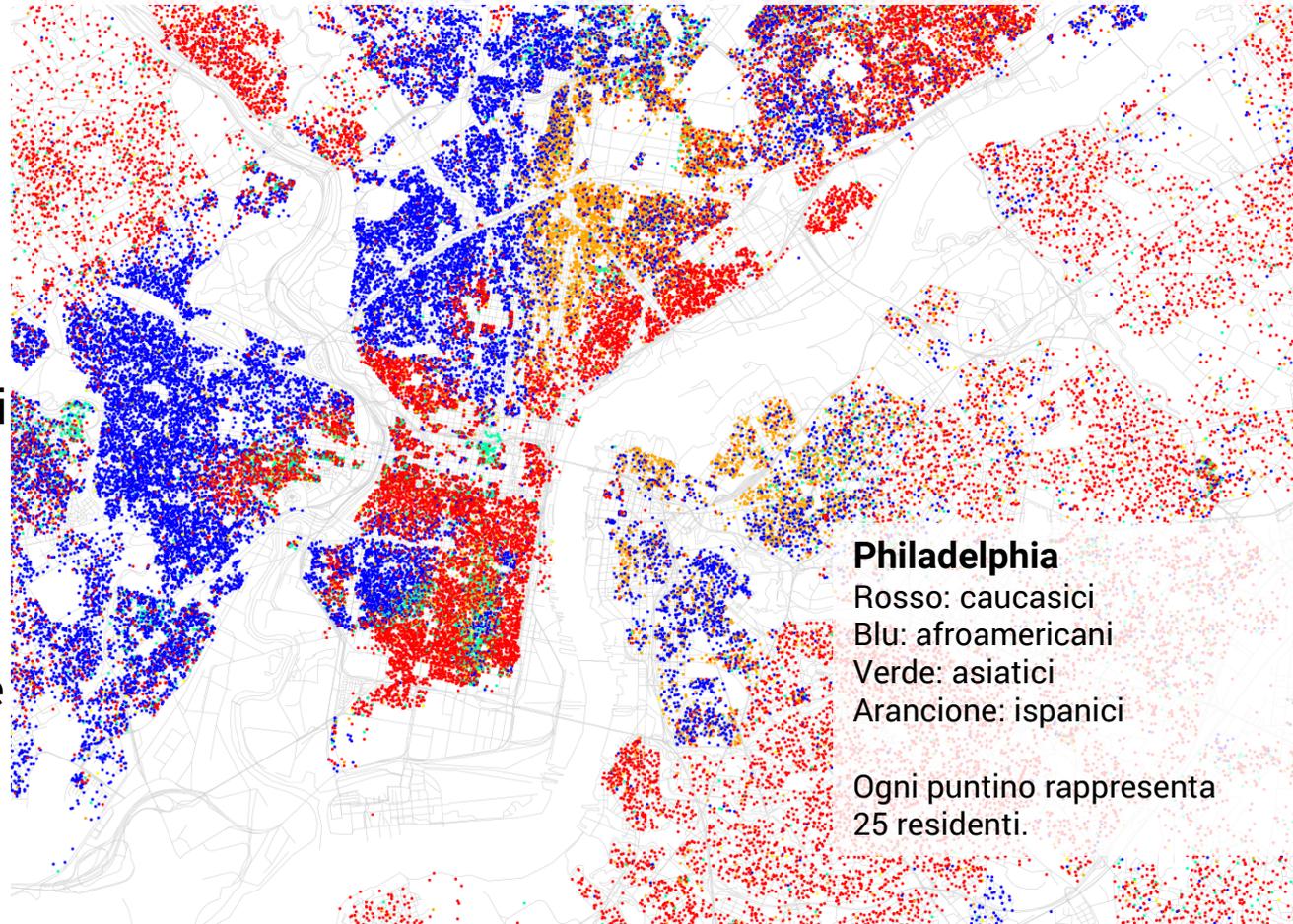


Il futuro della CX è nella segmentazione

Non basta più segmentare il proprio target sui classici parametri socioeconomici.

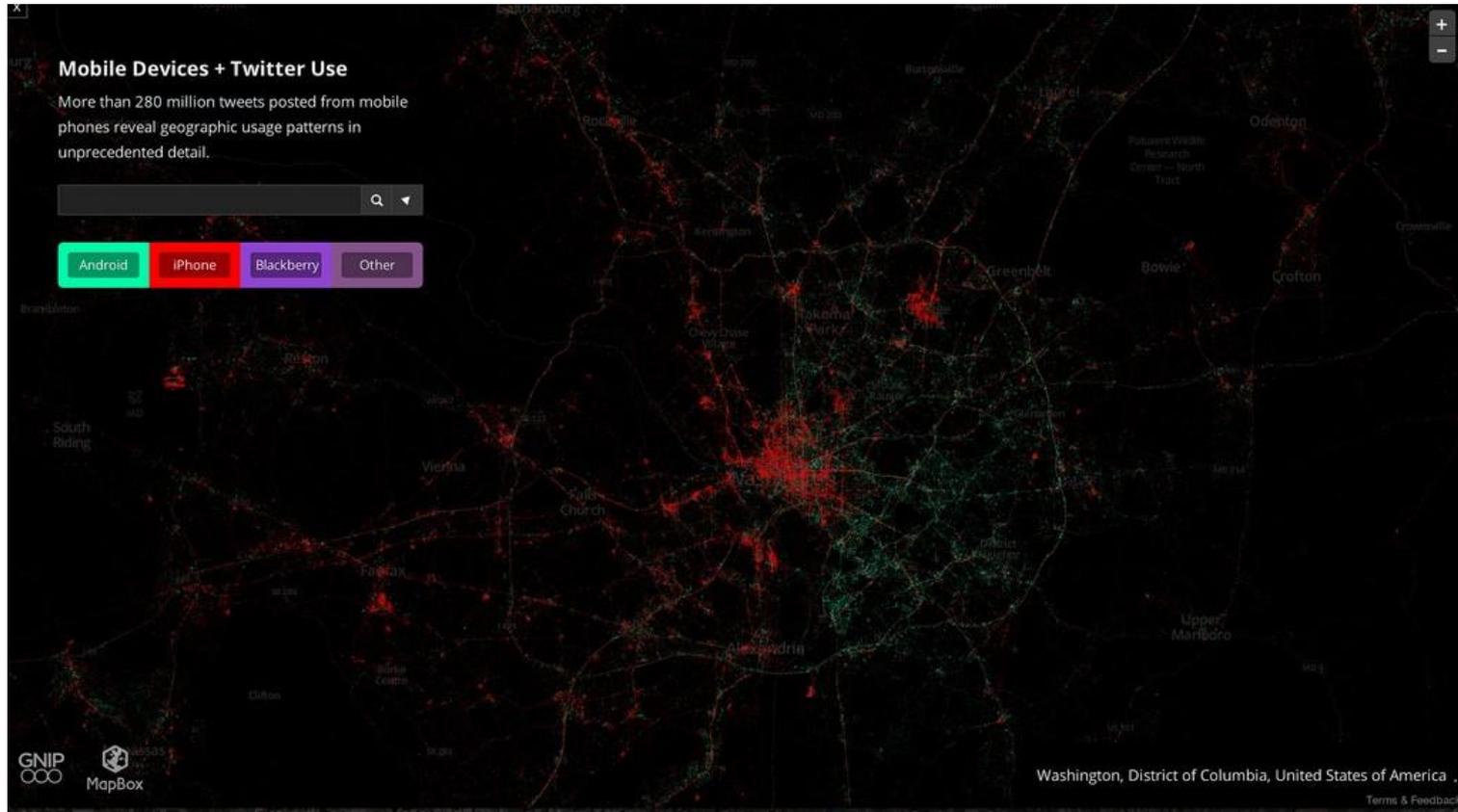
Segmentare per:

- Loyalty
- Comportamento digitale
- Circostanza
- Accesso all'assistenza
- ecc.



Customer Segmentation

Washington DC – 280 milioni di Tweets da smartphone



Customer Segmentation: altri benefici

Una buona segmentazione può anche impattare i risultati in quattro aree:

1. Migliorare il prodotto:

Si ottiene un'idea precisa di chi compra un prodotto e perchè.
Permette di differenziarsi come migliore offerta per quel tipo di bisogno.

2. Focalizzare il messaggio Marketing:

Consente di sviluppare messaggi più precisi diretti a ciascuno dei segmenti trattati, per sviluppare più interesse sui propri prodotti.

3. Concentrare le vendite su opportunità più lucrative:

Meno tempo sui segmenti peggiori, maggiore win-rate, più copertura di mercato, più fatturato.

4. Migliore qualità delle vendite:

Non tutti i fatturati sono uguali, alcuni clienti sono costosi da mantenere, hanno minore potenziale, elevato churn rate, ecc.

CX e Processi di Business

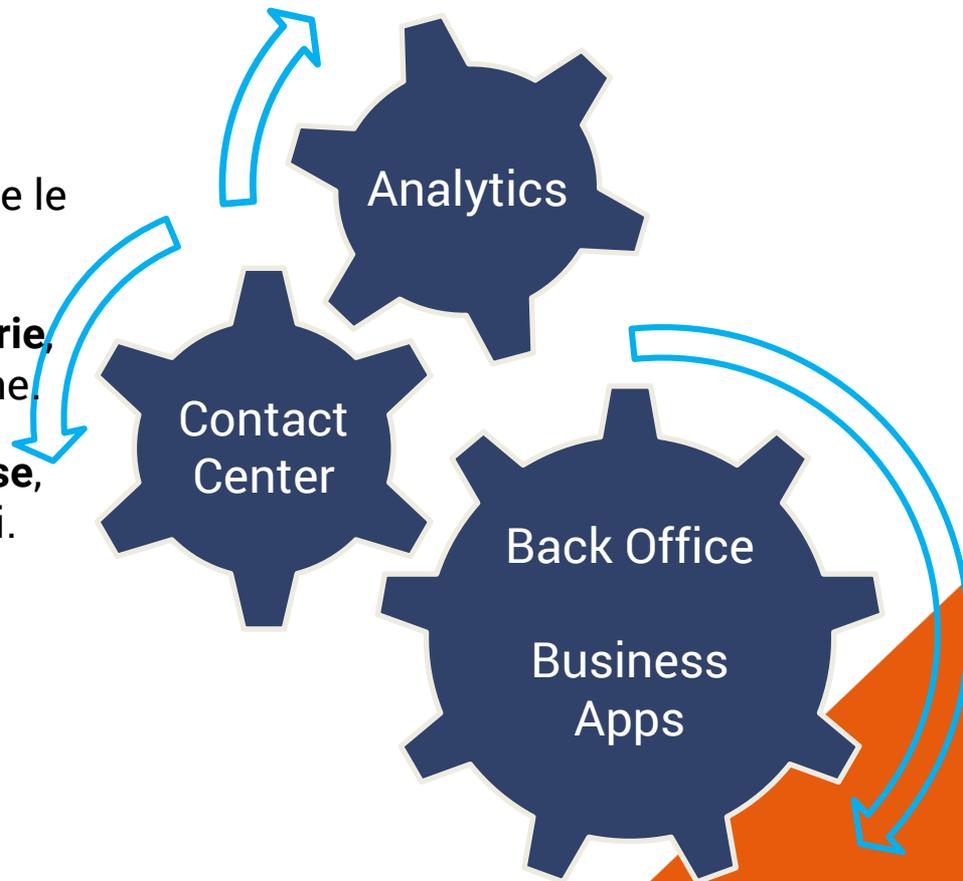
Disegnare **customer journey** omnicanale per tutte le interazioni dei Clienti.

Dare agli operatori tutte le **informazioni necessarie**, per ridurre i possibili errori e i tempi di lavorazione.

Strumenti per indirizzare le **lavorazioni** e le **risorse**, smaltire il **backlog**, prioritizzare i diversi processi.

Monitoraggio in tempo reale dell'operatività dei Contact Center.

Individuazione dei punti deboli (es. tempi di attraversamento, cause, processi coinvolti, fasi critiche...)



Soluzioni di Customer Engagement

08.11.2017

Roma

Strumenti per progettare, mettere in produzione, modificare e monitorare i **processi di business**.

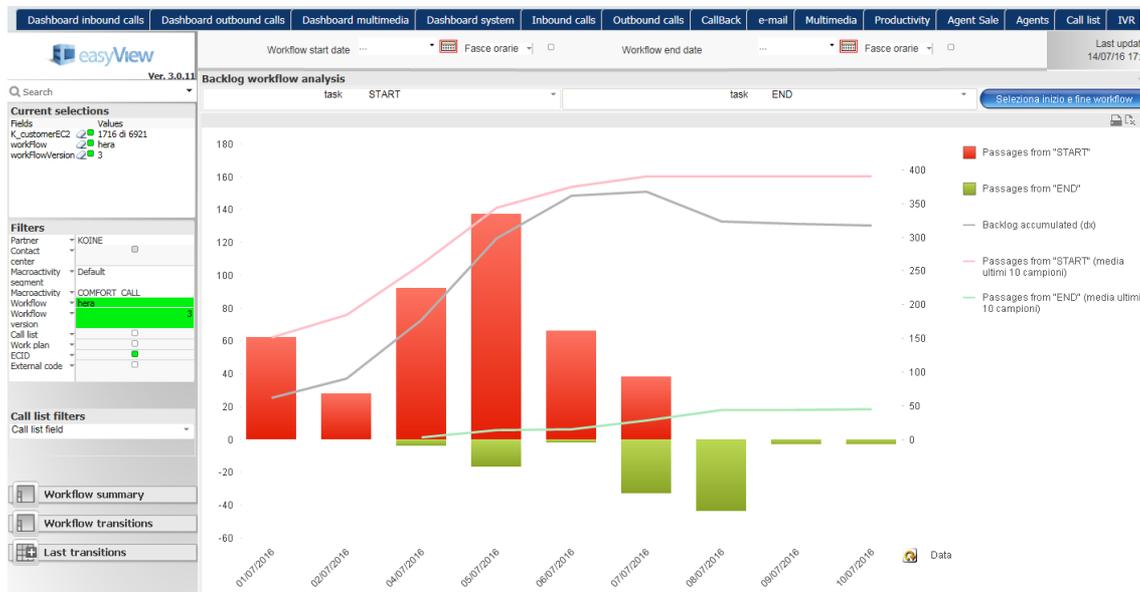
Segmentare e distribuire le campagne marketing

Strumenti per gli operatori per **incrementare l'efficacia e l'efficienza** dei **servizi erogati**.

The image displays two overlapping screenshots. The left screenshot shows a BPMN (Business Process Model and Notation) diagram within a software interface. The diagram includes various tasks such as 'SYS_ESITO: inserimento esito attesa...', 'ATTESA: evento: documentazione inviata.', 'SYS_ESITO: inserimento esito documentazione', 'SYS_ESITO: errore calcolo esito conferma plico.', 'SYS_ESITO_CHI USURA: conferma plico.', and 'CAMBIO_STATO: disponibile per combat call...'. The right screenshot shows a CRM or ERP interface with a data table. The table has columns for 'nome', 'via', 'citta', 'provincia', 'cap', 'nazione', 'email', 'cf_pi', 'customer_id', 'info1', 'info2', and 'info3'. Below the table, there is a 'Storico' section with columns for 'Data', 'Numero', 'Operatore', 'Esito', and 'Note'. The interface also features navigation buttons like 'Indietro' and 'Avanti', and a 'Pannello operatori' on the right side.

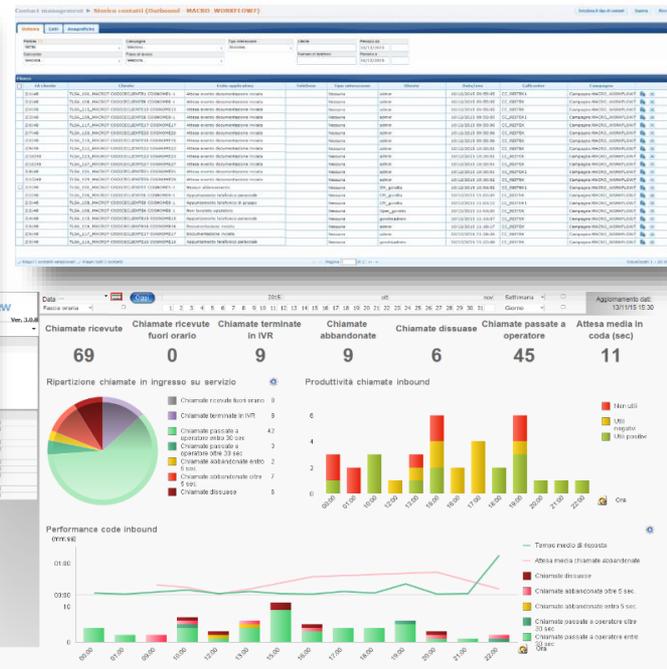
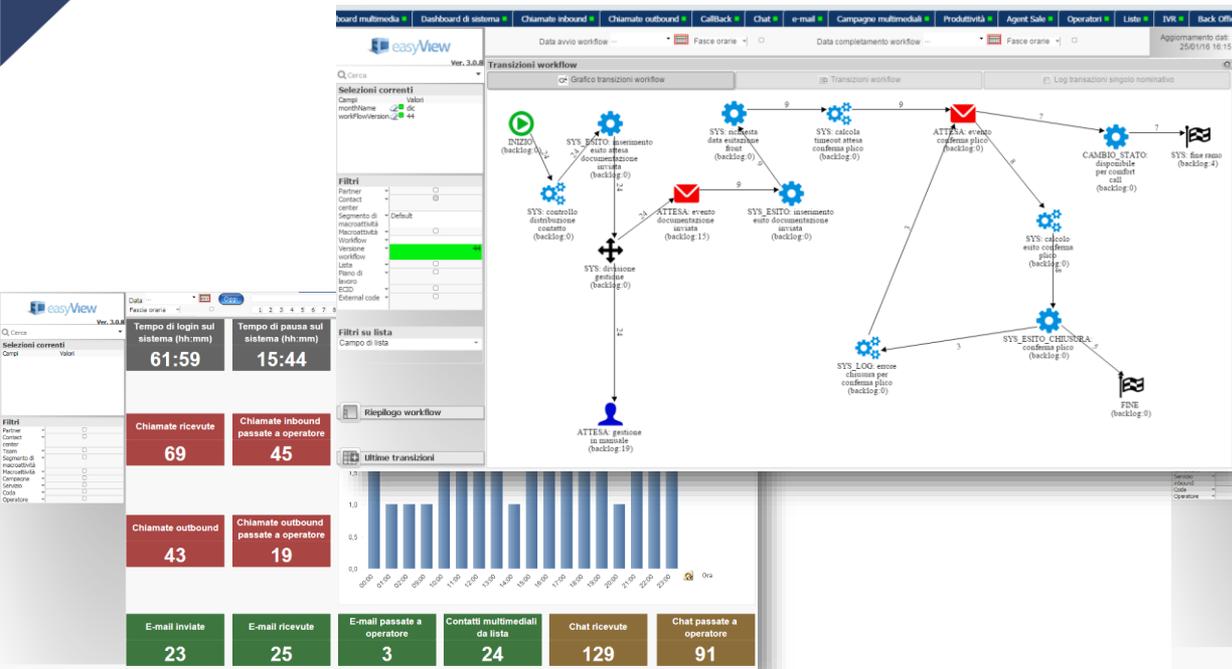
Soluzioni di Customer Engagement

- Misurare il successo di azioni di marketing, vendita e caring.
- Non controllare la singola interazione ma **interi processi**.
- Prendere **decisioni** efficaci.
- Individuare nuove **opportunità**.
- Creare una **nuova cultura aziendale**.



Soluzioni di Customer Engagement

Misura di ogni aspetto dei processi
 Parametri di business
 Front office e back office
 Data navigation dinamica



Thank You!



Enghouse Italy



@Enghouse_Italy



blog.enghouseinteractive.it

CX2020
CUSTOMER EXPERIENCE