

HOSPITALITY & CUSTOMER EXPERIENCE

WORKSHOP CMI

SPONSOR EVENTO



MEDIA PARTNER



HOSPITALITY & CUSTOMER EXPERIENCE

**Evoluzione della cultura dell'accoglienza:
nuove sfide della relazione con il cliente**

Letizia Olivari

CMI Customer Management Insights

IL NETWORK

Customer Experience Customer Centricity

CMI Magazine ha l'obiettivo di diffondere una cultura della relazione che metta il cliente al centro, attraverso un insieme di strumenti di informazione, aggiornamento, dibattito e ricerca.

OSSERVATORIO CX

Alcune evidenze della IV edizione - 2017

I settori più attenti al cliente

Per i manager

- 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

Elaborazione dati Osservatorio CX 2017 - Campione Manager

Per i clienti

- 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

Elaborazione dati Osservatorio CX 2017 - Campione Clienti

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**

- 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**

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

Dove investire di più per migliorare l'esperienza del cliente?

35% integrazione e coerenza tra i diversi touchpoint (20% tot.)

20,8% utilizzo dei feedback del customer service (16% tot.)

21,4% nuovi canali e tecnologie (15% tot.)

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

Elaborazione dati Osservatorio CX 2017 - Campione Manager

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

Elaborazione dati Osservatorio CX 2017 - Campione Clienti

TECNOLOGIE EMERGENTI

- tecnologie vocali
- automazione dei servizi di assistenza
- tecnologie beacon
- tecnologie IoT

SFIDE2018

Integrare con precisione i dati generati da tutti i dispositivi e i canali di contatto,

Far vivere una Customer Experience sempre più personalizzata, coerente e all'altezza delle aspettative del cliente

HOSPITALITY & CUSTOMER EXPERIENCE

WORKSHOP CMI

SPONSOR EVENTO



MEDIA PARTNER



Modalità di comunicazione e ingaggio con il nuovo viaggiatore digitale

Floriana Cantarella project manager di LiveHelp

Live chat e nuove tecnologie per potenziare le relazioni fra un network di agenzie e catturare il viaggiatore digitale

LiveHelp® è la soluzione completa per gestire il flusso di comunicazioni interne ed esterne delle aziende e dei network nel mondo del turismo. Chat, ticket, chatbot, videochat e tecnologie push sono stati sviluppati direttamente sulle esigenze dei principali player italiani del settore.

Welcome Travel Group opera nella distribuzione turistica e ha come azionisti Alpitour World e Costa Crociere. E' un punto di riferimento nella scelta dei viaggi e le vacanze e ogni anno oltre un milione di Clienti si affida alle agenzie Welcome Travel per le proprie vacanze.

HOSPITALITY & CUSTOMER EXPERIENCE

WORKSHOP CMI

SPONSOR EVENTO



MEDIA PARTNER



La Customer Experience: promessa o scommessa?

Susanna Gonnella è fondatrice di MyNoiLab, da due anni ricopre la carica di Presidente dell'Associazione Mystery Auditing Italia . Ha ideato il metodo Mystery Coaching® che fonde lo strumento del Mystery con l'approccio del coaching.

Tommaso Foppa-Pedretti è responsabile della Formazione per MyNoiLab dal 2014.

Tommaso e Susanna portano la loro esperienza e il loro punto di vista legato al fattore umano della Customer Experience. Parleranno di tematiche conosciute sulle quali, secondo loro, vale la pena riflettere quando si parla di relazione con il cliente.

MyNoiLab è il corporate brand della società Susanna Gonnella srl dedicato alla consulenza e alla realizzazione di progetti di **sviluppo e cambiamento organizzativo** per le aziende e le realtà no-profit.

La loro mission è affiancare i clienti in percorsi di crescita e potenziamento delle risorse umane attraverso attività di Coaching, incentrate sull'efficacia relazionale e dei comportamenti per raggiungere gli obiettivi.

Il loro valore aggiunto è l'esperienza nell'ambito della misurazione delle prestazioni, punto di partenza e arrivo di ogni attività di sviluppo organizzativo.

HOSPITALITY & CUSTOMER EXPERIENCE

WORKSHOP CMI

SPONSOR EVENTO



MEDIA PARTNER



E-PATHOS EMOTIONAL CX TRACKING PLATFORM: Quello che avreste voluto sapere ... e non non avete mai osato chiedere

Daniele Mangiarotti e Luigina Ferraro – Incipit Consulting

L'hospitality ha subito un cambiamento epocale legato all'evoluzione della tecnologia, soprattutto in relazione ai momenti di scelta prenotazione e recensione dei singoli journey. I metodi di rilevazione dell'esperienza e della soddisfazione del Cliente non hanno seguito lo stesso processo evolutivo.

Incipit è una boutique di consulenza aziendale costituita nel 2011 per colmare il divario tra strategia d'impresa pura e un'esecuzione non sempre ottimale. Incipit fa del proprio ingresso operativo in azienda il suo punto di forza.