

# UTILITIES & TELCO

sfida Customer Experience

SALA B08 ORE 9.30-13

SPONSOR EVENTO



# UTILITIES & TELCO

## SFIDA CUSTOMER EXPERIENCE

**Customer Experience tra prodotto indifferenziato e burocrazia interna**

Letizia Olivari

CMI Customer Management Insights

# CMI CUSTOMER MANAGEMENT INSIGHTS

## Il network della Customer Centricity e Customer Experience

Facciamo crescere la **cultura della relazione con il cliente al centro**, con un insieme di strumenti di **informazione, aggiornamento, dibattito e ricerca** sulle innovazioni tecnologiche e organizzative per strategie di Customer Centricity e di Customer Experience.



# **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

# PERCHÉ?

Sono molti i fattori che influiscono sulla posizione nella classifica del settore delle utilities

- telemarketing spinto
- competizione all'ultimo centesimo che disorienta l'utente
- difficoltà a differenziarsi
- mercato regolamentato e complesso
- sistemi spesso frammentati e non adeguati all'era digitale

# PERCHÉ?

Sono molti i fattori che influiscono sulla posizione nella classifica del settore delle utilities

- telemarketing spinto
- competizione all'ultimo centesimo che disorienta l'utente
- difficoltà a differenziarsi
- mercato regolamentato e complesso
- sistemi spesso frammentati e non adeguati all'era digitale

# UN MERCATO COMPLESSO

Secondo i dati economici il settore nel 2016 ha fatturato 115 miliardi, pari al 6,9% del Pil italiano e le prospettive sono positive.

Un settore in profonda trasformazione, che sta investendo molto nelle nuove tecnologie e che è molto più innovativo di quanto i consumatori percepiscano.

# UN MERCATO COMPLESSO

Sostenibilità, digitalizzazione, miglioramento delle performance operative sono le aree nelle quali le maggiori utility stanno lavorando di più.

Possiamo aspettarci che nei prossimi anni ci sarà una forte scalata anche della classifica nella Customer Experience.

# DIGITAL TRANSFORMATION

Facciamo in modo che non siano sole due parole di moda.

Questo può accadere se:

- non ci si riduce alla sola trasformazione tecnologica
- si investe nell'evoluzione delle persone
- si rivedono tutti i processi aziendali
- si definisce una precisa strategia di trasformazione
- si mette il cliente e non il prodotto o il processo al centro

# GDPR... OPPORTUNITÀ

Ciò che è vissuto come un vincolo ulteriore può rivelarsi un'opportunità per instaurare una relazione diversa con il cliente che chiede comunicazioni:

- chiare e comprensibili
- quando sono necessarie
- utili e indispensabili

Essere GDPR compliant facilita le aziende nella gestione rapida, regolamentata e semplice delle interazioni con i clienti.

# UTILITIES & TELCO

sfida Customer Experience

SALA B08 ORE 9.30-13

SPONSOR EVENTO

