



INDUSTRY 4.0 & CUSTOMER EXPERIENCE

ASSOLOMBARDA | Sala Falck

SPONSOR EVENTO

HEDRON

ORACLE®

 **TELENIA**
SOFTWARE
Customer Interaction Systems

INDUSTRY 4.0 & CUSTOMER EXPERIENCE

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

INDUSTRIA & CX

Uno degli elementi della trasformazione digitale è una accentuata attenzione al cliente che si è propagata anche a settori più concentrati sulla produzione.

Le distanze con il cliente si accorciano, la gestione dell'intera supply chain è rivista, l'esperienza con il prodotto diventa sempre più importante.

DIGITAL TRANSFORMATION

Da una ricerca Accenture presentata ad inizio 2018 sono emerse le priorità strategiche

- sviluppare prodotti e servizi innovativi (64%),
- adottare le stesse tecnologie digitali in modo profittevole (58%),
- entrare in nuovi mercati (58%), a
- aumentare il coinvolgimento dei clienti (53%).
- aumento di efficienza e flessibilità di operations e supply chain(48%).

DIGITAL TRANSFORMATION

E' possibile se:

- si investe nell'evoluzione delle persone
- si rivedono tutti i processi aziendali
- si definisce una precisa strategia di trasformazione
- si liberano risorse sbloccando budget dedicati a tecnologie che non generano valore reale
- si mette il cliente al centro della progettazione e della produzione



INDUSTRY 4.0 & CUSTOMER EXPERIENCE

ASSOLOMBARDA | Sala Falck

SPONSOR EVENTO

HEDRON

ORACLE®

 **TELENIA**
SOFTWARE
Customer Interaction Systems