

L'importanza della Customer Experience nell'ecosistema B2B

Florindo Favale



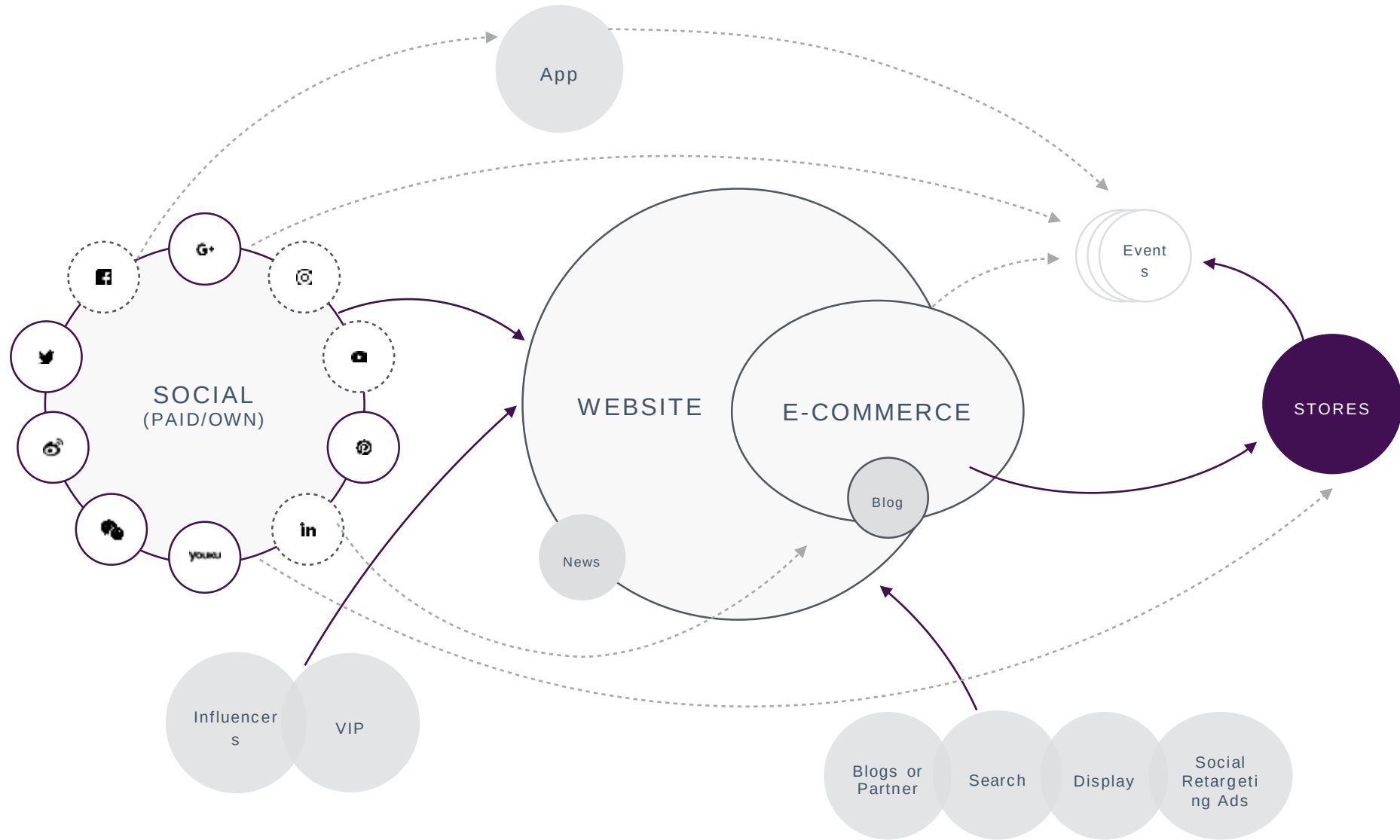
«La Customer Experience è il modo in cui i clienti percepiscono l'insieme della loro interazione con l'azienda»

Quindi, a realizzarla concorrono tutti i punti di contatto attraverso i quali il cliente interagisce con noi.

A person with long, wavy hair is seen from behind, looking out over a vast, flat landscape under a warm, golden sunset sky. The sun is a bright, glowing orb in the upper right, casting a soft light over the scene. The person's hair is dark and voluminous, framing the back of their head. The landscape below is a mix of green and brown, suggesting a field or meadow. The overall mood is contemplative and serene.

**"Le persone dimenticheranno ciò che hai detto;
dimenticheranno ciò che hai fatto ma non dimenticheranno
mai come li hai fatti sentire"**

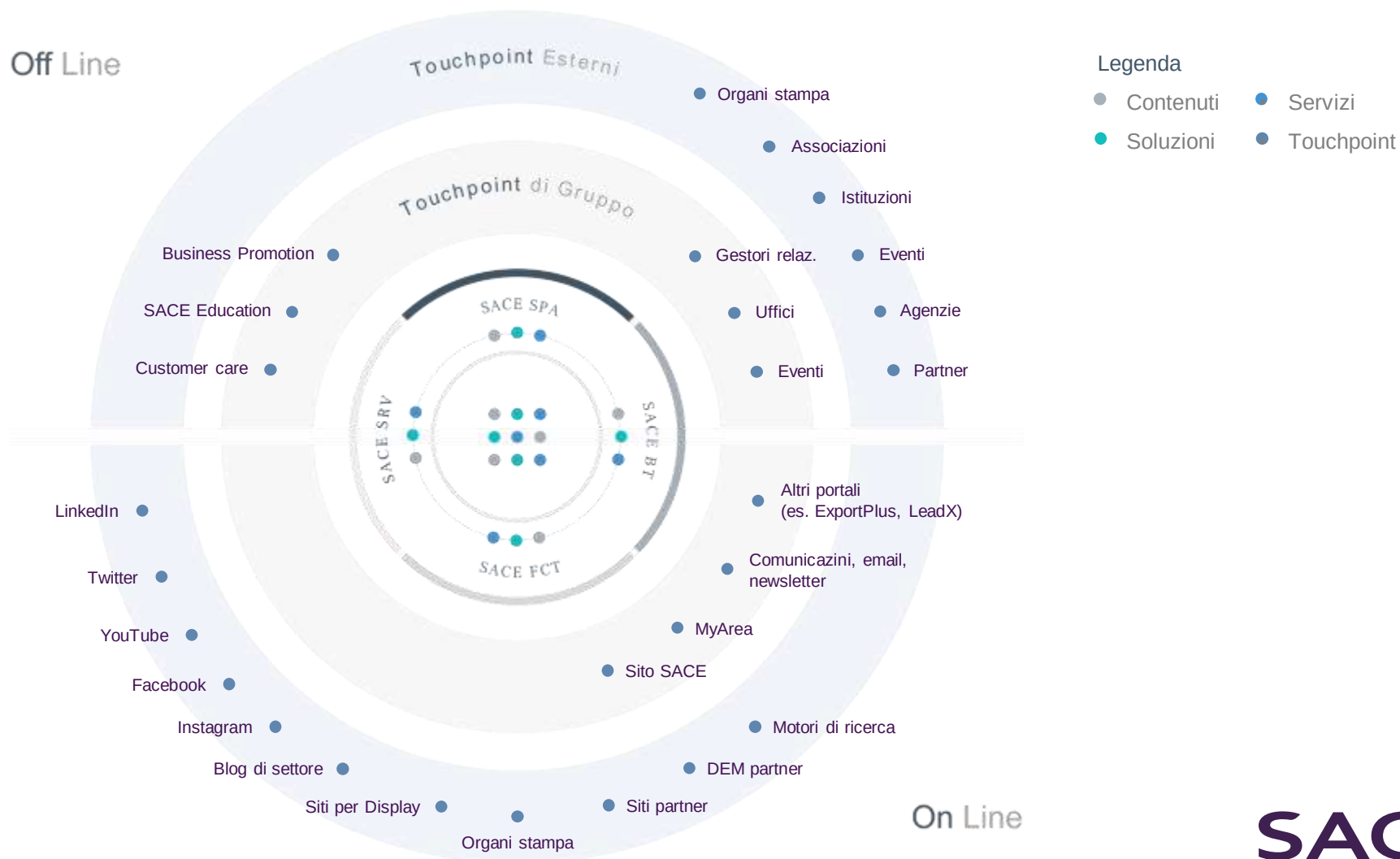
M. Angelou





Il nostro ecosistema di gruppo e la nostra esperienza cliente

5



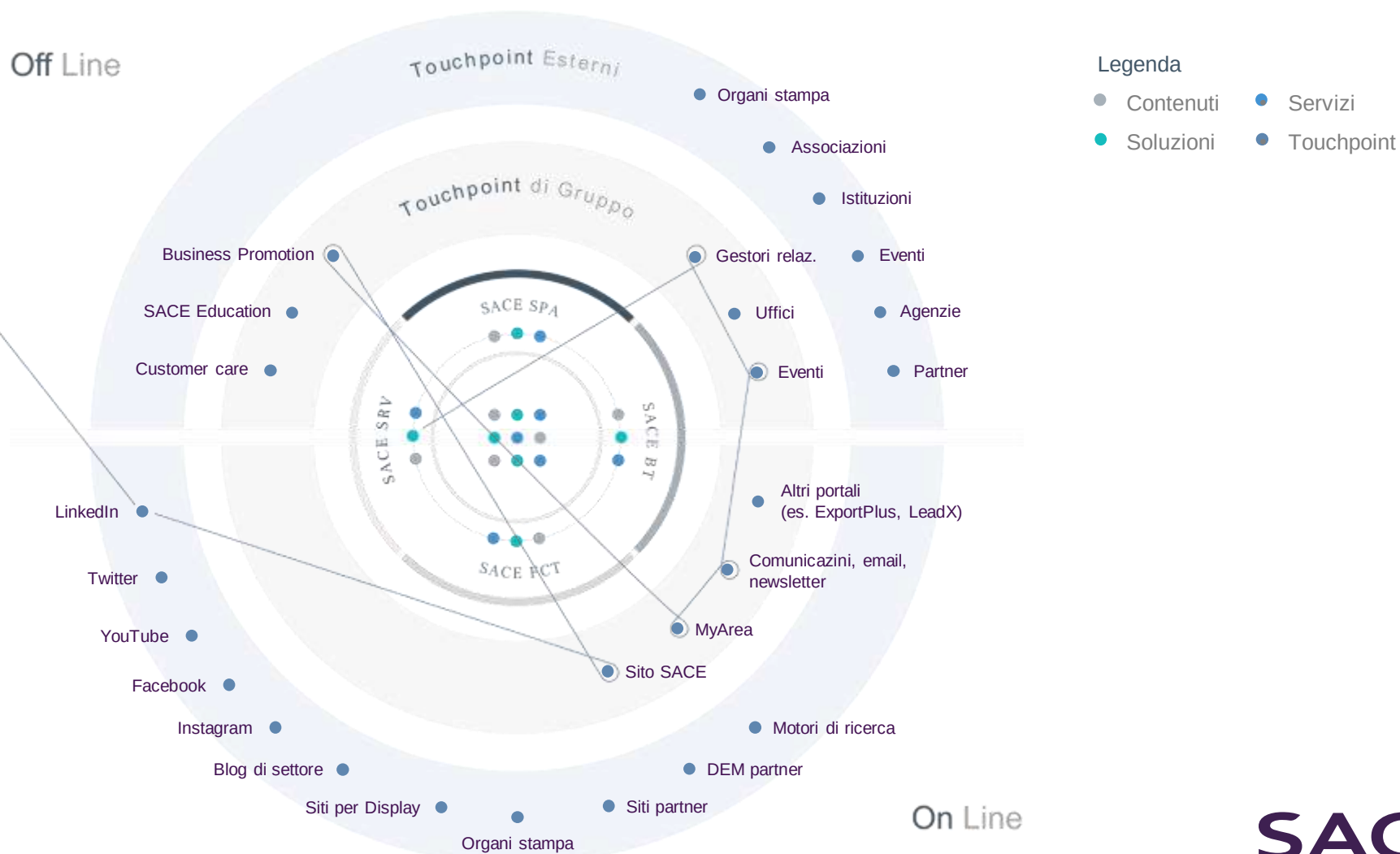


Il nostro ecosistema di gruppo e la nostra esperienza cliente

6

Customer journey 1

- L'utente visualizza sul suo feed un post SACE che parla di Business Promotion (BP)
- Cliccando sul link del post, atterra sull'area del sito SACE dedicata a BP
- Il programma gli interessa, si iscrive online, registrandosi a MyArea
- Iscrivendosi a BU, entra in un cluster CRM destinatario di una newsletter SACE che promuove un evento del gruppo
- L'utente partecipa all'evento, nel corso del quale conosce un gestore con cui fissa un appuntamento
- Il Gestore lo indirizza verso l'acquisto di recupero crediti di SRV come risposta ad un suo bisogno





Da **POCHI** punti di contatto
AZIENDALI
a
MOLTI NON AZIENDALI

Dal dialogo
UNIDIREZIONALE a
quello
MULTIDIREZIONALE

Da **COMUNICARE**
a costruire
una
RELAZIONE



Come si costruisce una relazione?

Facendo vivere delle **esperienze (positive) uniche**,
mostrando **attenzione verso le cose importanti** per loro,
STANDOGLI VICINO.



Premessa

L'importanza della customer experience per il business

Ricavi +17%

Aziende leader nella Customer Experience hanno ottenuto negli ultimi 5 anni una **crescita del 17% dei ricavi** contro il 3% delle aziende ritardatarie nella CX

*Forrester Customer Experience
Drives Revenue Growth*

Fedeltà consumatore

«Un'esperienza d'acquisto di livello superiore **consente di aumentare la fedeltà del consumatore**»

Bain & Company

«**Trovare un nuovo consumatore può essere cinque volte più costoso** che tenerne uno»

*Customer Experience
Statistics di Lumoa*

Costi -10%

«**L'aumento del 2%** nella fidelizzazione del cliente ha lo **stesso effetto sui profitti del taglio dei costi del 10%**»

«Considerato un arco temporale di 10 anni, il **ritorno agli azionisti** di aziende CX leader è **fino a 4 volte superiore** rispetto alle aziende più lente ad abbracciare la CX»

Murphy & Murphy

Mettendo i nostri utenti al centro della progettazione di tutto ciò che vogliamo costruire, siano prodotti, servizi, contenuti...

Customer centric approach



A dark, moody scene from a movie. A man is sitting on a bed in a room with a window and a desk. The room is dimly lit, with light coming from the window and a desk lamp. The man is shirtless and looking down. The text "Oakley It's OK" is overlaid on the image.

Oakley It's OK

[Link video](#)

sace 

CoDesign Space

22 Giugno 2022, Milano

