

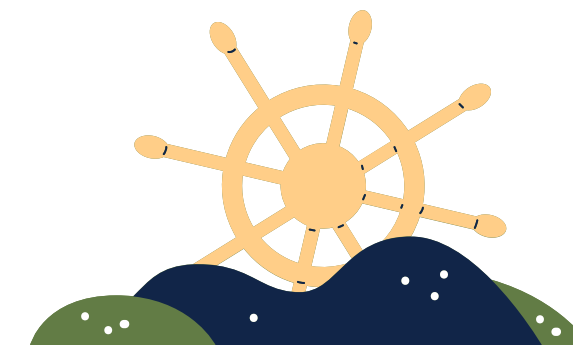
Verso nuovi orizzonti: dalla CX alla BX



**PROGETTO
CUSTOMER EXPERIENCE**

18/10/2022

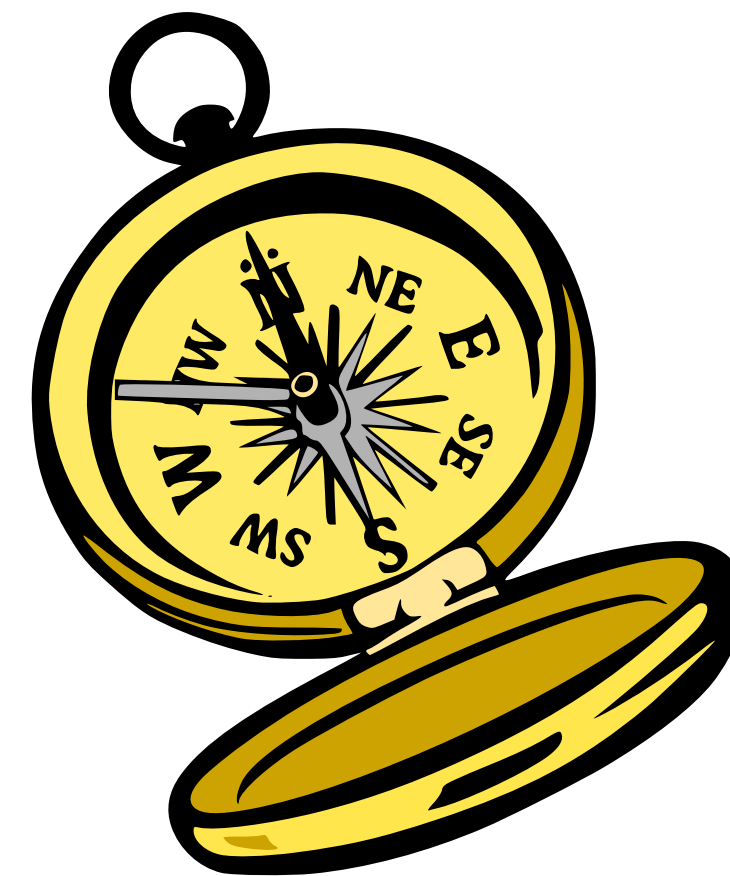
- Nuovo approccio GGF verso le aziende clienti e Prospect
- Nuove professionalità specializzate in BI, Sales, Marketing e Service
- Definizione di Team Cross-funzionali



Per rendere le aziende consapevoli
del proprio livello di
Customer Experience "Post-Pandemia"
e accompagnarle verso la
Customer Excellence

GGF Group ha sviluppato specifiche metodologie per esplorare in modo efficace:

- l'universo aziendale
- le relazioni con i propri clienti
- i limiti e le opportunità dell'azienda



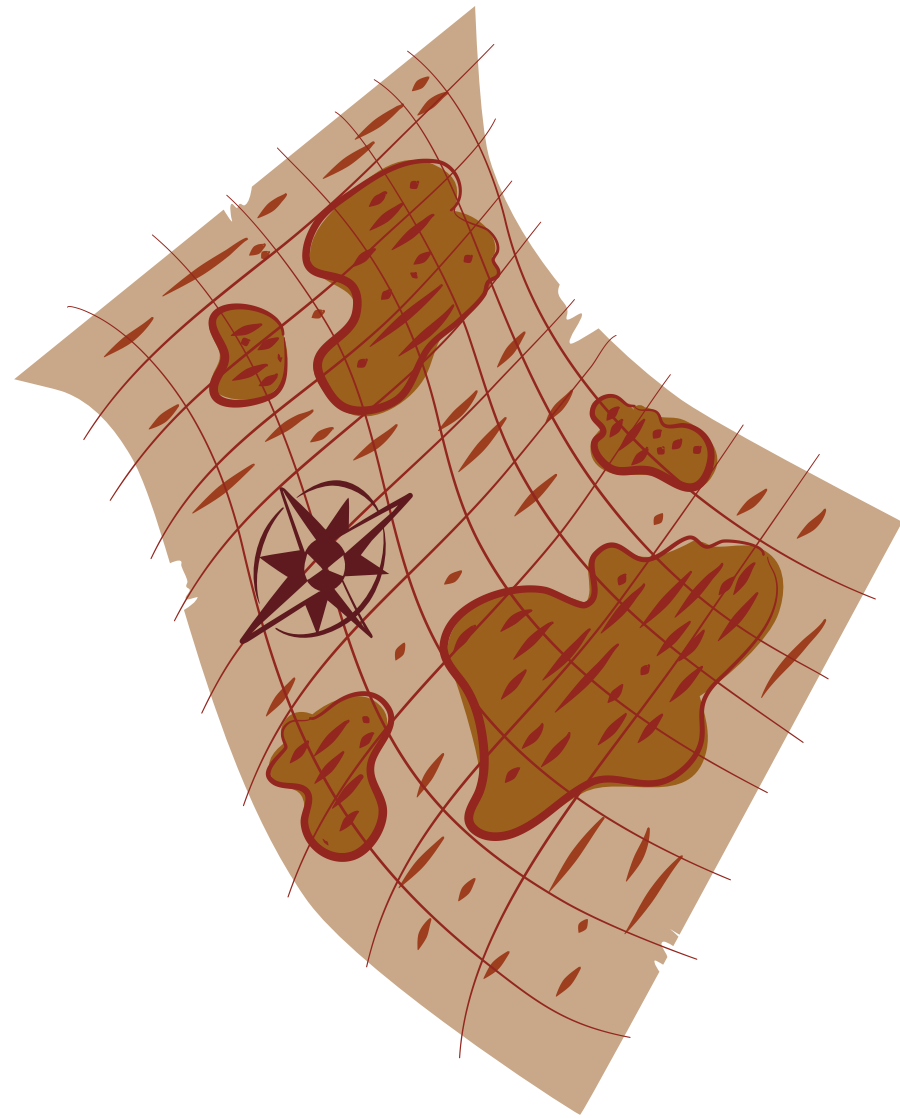
Ci piace raccontare questo nuovo approccio ,
immaginandolo come un **viaggio**
verso la Business of Experience passando dalla Customer Experience

Equipaggio



- Organizzazione interna
- Funzioni aziendali interconnesse
- Professionalità esistenti

Carta Nautica



- Customer Journey
- Processi
- Touch Point

Strumenti navigazione



- Tecnologia "in house"
- Competenze
- Know-how
- Best Practices

Plus

Cosa permette di muoversi velocemente?

Brand Reputation

Lead Generation

Ricerca e sviluppo

Ottimizzazione dei processi

Minus

Cosa potrebbe rallentare la navigazione?

Scarsa conoscenza dei bisogni del cliente

Resistenza al cambiamento

Mancato monitoraggio opportunità

Azienda

Obiettivi

Verso quale direzione si vuole andare?

Customer Excellence

Nuovi clienti in target

Nuove esperienze d'acquisto

Nuovi Mercati

Mancata condivisione della vision

Mancato sviluppo multicanalità

Rischi

Quali ostacoli si potrebbero incontrare?

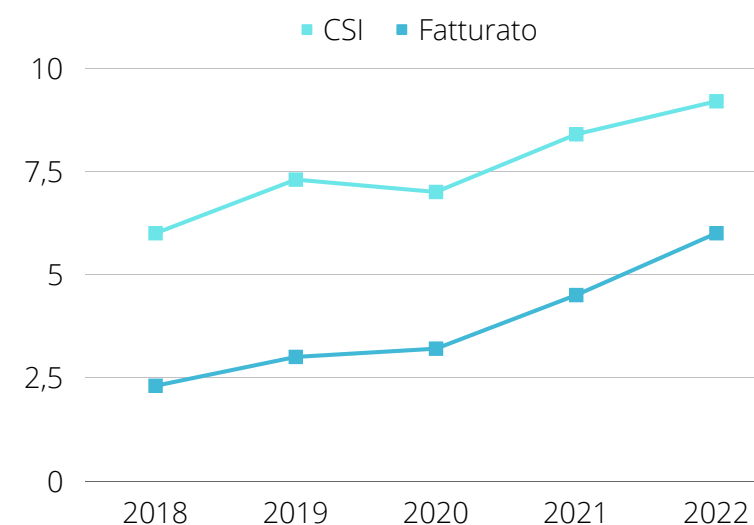
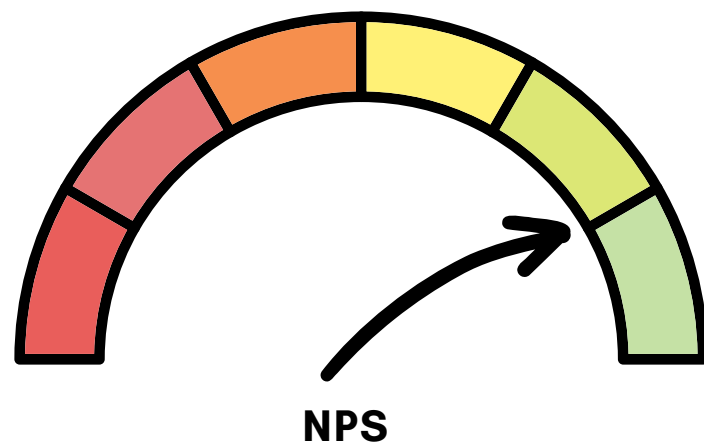
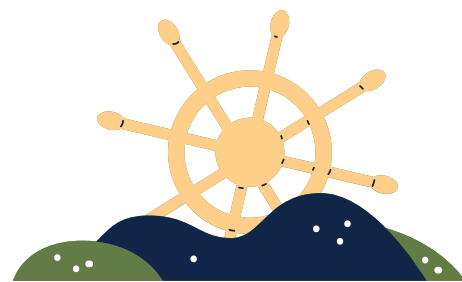
Verso la Customer Excellence





Ridisegnare il **Customer Journey** permette di definire il nuovo approccio verso i clienti, evidenziando la possibile evoluzione delle relazioni tra persone, processi e una ottimizzazione dei punti di contatto fisici e digitali. Una mappa utile ad esplorare il viaggio dell'organizzazione aziendale verso i clienti, al fine di far percepire ciò che facilita o che ostacola tale esperienza.





La rilevazione del Net Promoter Score consente di rilevare in maniera sintetica il livello di soddisfazione del cliente e la propensione a suggerire l'azienda ad altri.

L'Indice di Soddisfazione del Cliente (CSI) consente di rilevare in maniera analitica la soddisfazione dei clienti.

La rilevazione, sia INTERNA che ESTERNA, e il monitoraggio costanti di NPS e CSI consentono di far emergere i punti di forza e le eventuali aree di miglioramento per guidare le aziende verso nuovi modelli **Customer Oriented.**

Nuovi orizzonti della Business of Experience:



**INCREMENTO SODDISFAZIONE
DEL CLIENTE**

**INCREMENTO FATTURATO
AZIENDALE**

**PRESA DI COSCIENZA
E DI "CONOSCENZA"**



VANTAGGIO COMPETITIVO



**Grazie
per l'attenzione**

