



L'evento #CMMCnationalweek ha rappresentato per la nostra società un momento formativo e informativo di grande importanza non solo per le nostre risorse interne, ma anche per collaboratori e partner.

L'appuntamento del 2017 ha avuto anche un valore simbolico per la nostra società in quanto ha coinciso con il lancio della nuova Brand Identity aziendale e con il nostro riposizionamento sul mercato come Customer Experience Specialist. Proprio il tema della Customer Experience è stato l'argomento principale trattato e approfondito con una serie di corsi di formazione dedicati alle risorse interne.

***LA CUSTOMER EXPERIENCE ED IL BRAND AMBASSADOR GGF: LE PROFESSIONI IN EVOLUZIONE.
IL CASO ELECTROLUX PROFESSIONAL.***

Il corso ha evidenziato l'importanza nell'era digitale del ruolo del cliente finale. Tecnologia e mobile hanno dato infatti la possibilità a tutti di avere accesso alle informazioni ovunque e sempre, coinvolgendo attivamente il consumatore nel processo di costruzione della Brand Reputation. Non viene più scelto un prodotto in base alle sue caratteristiche strutturali: si sceglie un **brand** in base alle emozioni che questo è in grado di suscitare. Il consumatore è dunque il vero ed unico protagonista di un rapporto fondato sull'ascolto, sulla comprensione e sulla soddisfazione dei propri bisogni.

Per questo motivo le aziende hanno bisogno di essere accompagnati nella costruzione della Customer Experience ed è in questo contesto che è necessaria la professionalità, la disponibilità, la velocità, la flessibilità, la competenza e la capacità di ascolto, elementi che caratterizzano le nostre risorse. Oggi non parliamo più di operatori telefonici, ma di professionisti in evoluzione, Brand Ambassador aziendali, veri e propri ambasciatori del brand che rappresentato e di cui diventano di fatto la voce.

Questa evoluzione nelle professioni è stata la chiave del nostro successo con la Electrolux Professional per la quale abbiamo gestito il servizio di Customer Service, un'attività strategica, ed abbiamo implementato un Processo di valorizzazione dei rapporti tecnici di assistenza. Un processo successivamente migliorato e standardizzato attraverso la creazione di un software interno in grado di permettere l'attribuzione del giusto valore di costo ad ogni singola voce del rapporto di assistenza al cliente.