

COMPRENDERE I CLIENTI: PRIMO STEP DELLA STRATEGIA PER MIGLIORARE LA CX



Groupama
Assicurazioni

14 ottobre 2022

Introduzione

- In tutti i settori avere **clienti soddisfatti** consente di **incrementare il business** e mantenere una **relazione efficace di lungo periodo** con i clienti.
- **Non è tuttavia sufficiente immedesimarsi nel punto di vista del Cliente** per comprendere e interpretarne i giudizi e le aspettative, ma occorre anche effettuare delle misurazioni e indagini sulla loro soddisfazione.

Caratteristiche del settore assicurativo

- Nella maggior parte dei casi i clienti **pagano un prodotto che non useranno**
- il **contatto diretto con il cliente** non è con la compagnia, ma con una molteplicità di figure che formano l'ecosistema dell'assicurazione (agenti, periti, liquidatori, ...)

Cosa è utile misurare?

- La capacità di aver **indirizzato il bisogno** del cliente con il prodotto
- La **qualità del servizio** quando si verifica l'evento (sinistro)
- La **percezione del «brand»** da parte del Cliente

I vantaggi della misurazione della soddisfazione

- Identificare i **punti di debolezza**
- Comprendere i **punti di forza**
- Far percepire la vicinanza della compagnia e l'interesse al miglioramento dei due elementi misurati

Per misurare quindi la soddisfazione in maniera efficace occorre mettere in piedi **processi proattivi, strutturati, per touch point**



Il Progetto

Groupama Assicurazioni ha deciso di avviare un'iniziativa atta a implementare un sistema di misurazione strutturato del livello di soddisfazione dei clienti in specifici punti di contatto, critici e rilevanti, al fine di rilevare il **feedback dei clienti di Groupama Assicurazioni** per:

- **Misurare la soddisfazione** dei clienti in specifici touch point → Creare una vista dei dati dettagliata e condivisa
- Gestire **esperienze negative** → Attivare processi di Customer Care Pro-attivo
- Individuare le **azioni correttive** di prodotto, processo e servizio → Arricchire gli strumenti di supporto alle decisioni con le evidenze della «voice of the customer»

Fasi del progetto

Avvio progetto



La fase iniziale ha coinvolto **tutte le Direzioni** che hanno contribuito alla definizione dello **scenario di intervento e degli obiettivi**.

Definizione del modello



Definizione del **modello di rilevazione e misura** e identificazione delle **aree su cui agire**.

Progettazione delle survey



Definizione e condivisione dei **questionari** redatti e dei **canali di contatto** e modalità di sottomissione per ciascun **touch point**.

Disegno dei processi di gestione



Definizione dei processi per la **gestione dei feedback** ricevuti e disegno del **processo di change** derivante dalle evidenze delle rilevazioni

Integrazione dati e implementazioni template



Realizzazione del **sistema di analisi dei dati** a supporto delle decisioni.

Go live

Go live della misurazione della soddisfazione sui primi **due touch point** (Nuove polizze con firma digitale e Liquidazione sinistri) con **osservatorio** per fine tuning.



Groupama
Assicurazioni

I Risultati ottenuti

Surveys polizza clienti

- 05 Quanto si ritiene soddisfatto...
- 06 Quanto si ritiene soddisfatto della facilità di rice...
- 07 Quanto ha influito sulla fiducia nell'inter...
- 08 Quanto ha influito sul rapporto qualità...
- 09 Quanto ha influito sulla completezza de...
- 10 Quanto ha influito sulla fiducia nei prod...
- 11 Quanto si ritiene soddisfatto complessivamente dal processo di acquisi...
- 12 Alla luce della sua esperienza, quali delle aree di miglior...

EDIT SETTINGS

13 Thank you message

Grazie per il tempo e la cura che ci ha dedicato!

Se le fa piacere, può lasciare una recensione sulla sua esperienza con Groupama!

VAI AL SONDAGGIO

ADD NEW QUESTION

Elevata partecipazione alla survey

Il tasso di completamento medio delle survey è superiore all'80%

Feedback eccellenti

Grazie al sistema di misurazione è emerso che **più del 70% dei clienti sono Promoter per Groupama** e valutano eccellenti i servizi per i quali sono stati contattati (**NPS 68**)

Miglioramento processi

E' stato possibile Individuare **azioni correttive** con impatto sui processi e sui sistemi utili ad ottimizzare l'esperienza del cliente

Trustpilot

Con l'integrazione delle survey con la piattaforma si è ottenuto un **aumento del numero delle recensioni** ed una **rappresentazione del brand Groupama più conforme al reale** livello di soddisfazione dei clienti