



LA PARTNERSHIP NEL DONOR MANAGEMENT

CX Centax

- Esperienza in ambito **CRM** e nei servizi di **Contact Center** evoluto
- Da 30 anni **partner** anche delle più grandi **Organizzazioni no profit**
- **Team dedicato** per incrementare il valore della relazione con donatori e donatori potenziali
- **Consulenza** nello sviluppo e nella gestione di **progetti innovativi**

We World

- Organizzazione indipendente attiva in **27 paesi**
- **Cooperazione allo sviluppo** nei paesi più poveri del mondo per garantire cibo e accesso all'istruzione ai bambini
- Lotta contro la **violenza sulle donne**
- Circa **9 milioni di beneficiari** nel mondo, grazie a sostenitori regolari (soprattutto tramite **SAD**)

NEVER ENDING STORY

Dal 2008, insieme, gestiamo tutte le relazioni di **Donor Care** tra Organizzazione e sostenitori. Siamo orientati all'**ascolto** e alla **connessione emotiva**: è fondamentale garantire sia **qualità**, sia **empatia** nei feedback.

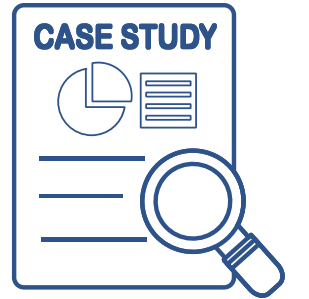
Le attività sono in costante evoluzione, con l'obiettivo di ottimizzare le procedure e adeguarle alle esigenze dei donatori.

- Presidio di tutti i canali di contatto con i donatori: NV, email, postalizzazione
- Team dedicato
- Campagne outbound continuative e spot
- Integrazione forte tramite API tra sistemi CX e CRM WeWorld

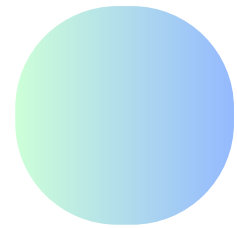


MANCATI INCASSI

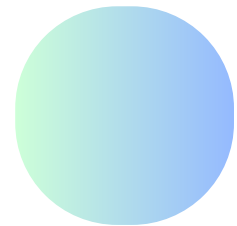
Campagna di contatto dei sostenitori che, per vari motivi, non hanno effettuato la loro donazione regolare, indagandone le cause e cercando di recuperare il sostegno (simile ad un recupero crediti in ambito profit).



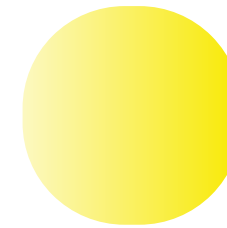
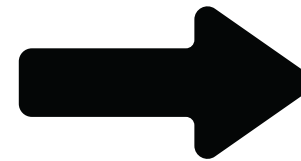
COME ERA



Donatori segmentati per metodo di donazione: bollettino, bonifico, RID, CC

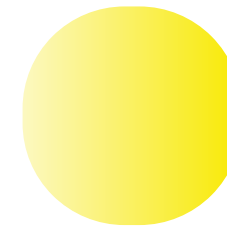
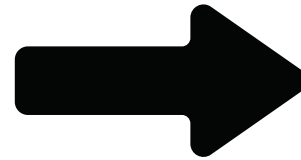


Email di fulfillment manuali per macro-casistiche



COME È

Donatori segmentati per data di ultima donazione, con script e workflow ad hoc



Marketing automation con email personalizzate alle specifiche micro-casistiche

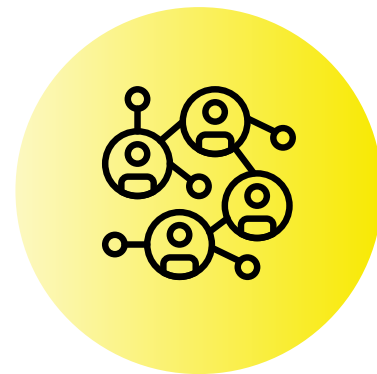
Risultati

- Possibilità di analizzare e clusterizzare i segmenti più profittevoli
- Incremento della contattabilità (**6%**)
- Incremento delle redempion (**2,5%**)



CONTINUOUS IMPROVEMENT

Vogliamo creare processi sempre più analoghi a quelli di customer experience
(donatore = cliente)



Efficientamento

Revisione workflow con
l'obiettivo di ridurre i tempi
di gestione



Performance

Inserimento nuove risorse
con skill TLK per gestire la
campagna Lead F2F



Diversificazione

Avvio nuove campagne
(es. recupero promesse)



GRAZIE

