

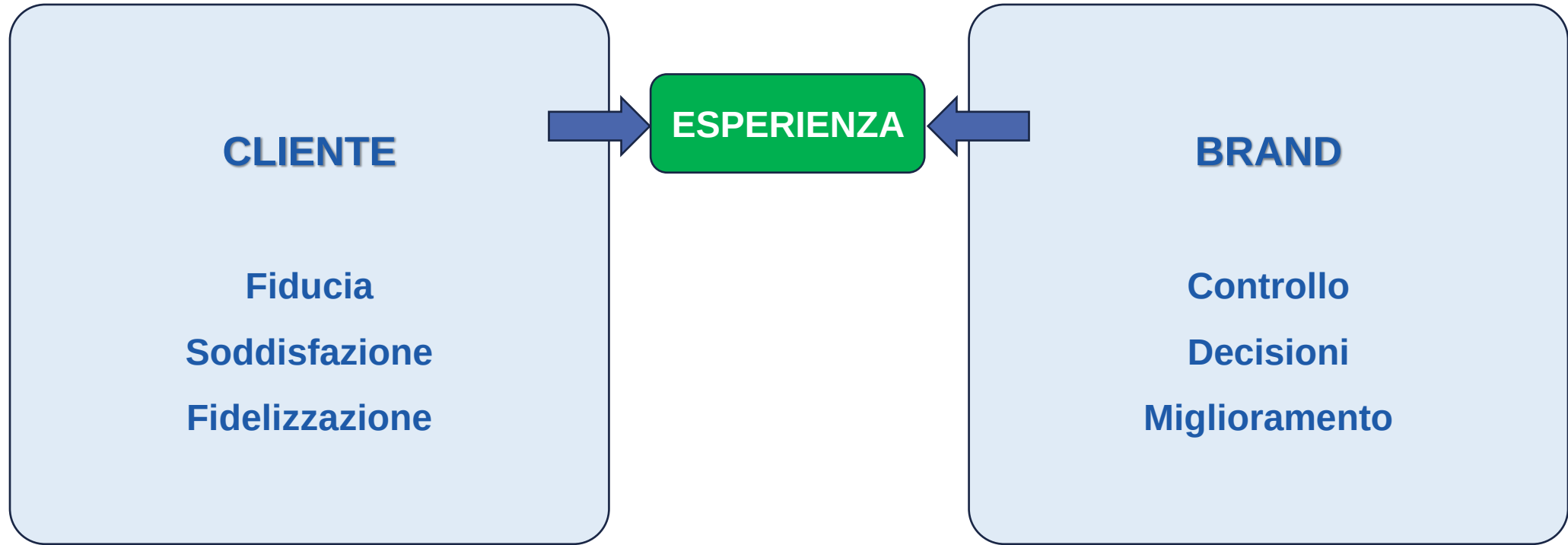


VEDERE CON GLI OCCHI DEL CLIENTE

**Come governare la Customer Experience di una rete nazionale di
oltre 2.000 punti vendita**

Tecnocall | Customer Experience | Premi Club CMMC 2026

PERCHÉ LA CUSTOMER EXPERIENCE CONTA



**Una migliore Customer Experience genera fiducia per il cliente
e strumenti decisionali per il Brand**

LA SFIDA

A2A Energia

2000+ punti vendita

Copertura 100% del territorio nazionale

Rete affidata a partner imprenditoriali

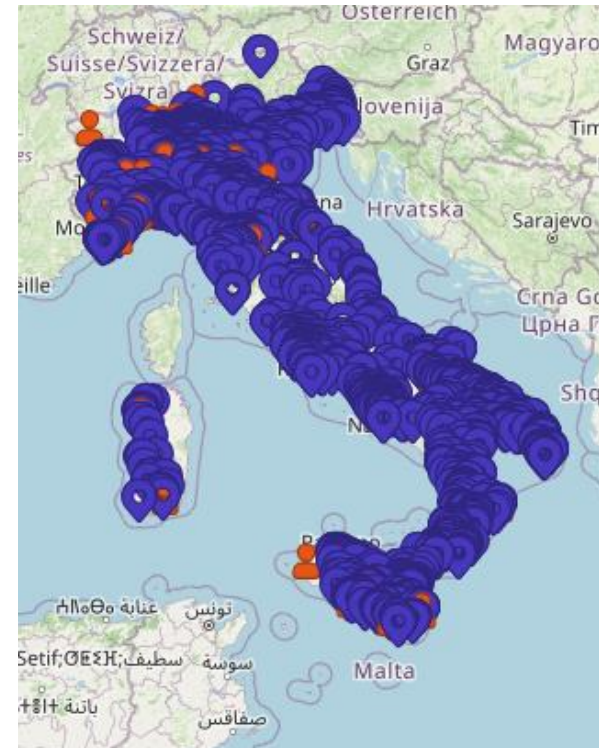
Con obiettivi Commerciali autonomi

Da allineare agli standard di Customer Experience A2A

Brand da rappresentare in modo coerente

Esperienza cliente da garantire su tutto il territorio

**COME COMPRENDERE CIÒ CHE IL
CLIENTE VIVE REALMENTE IN OGNI
PUNTO VENDITA?**



DALLA RETE ALLA CONOSCENZA



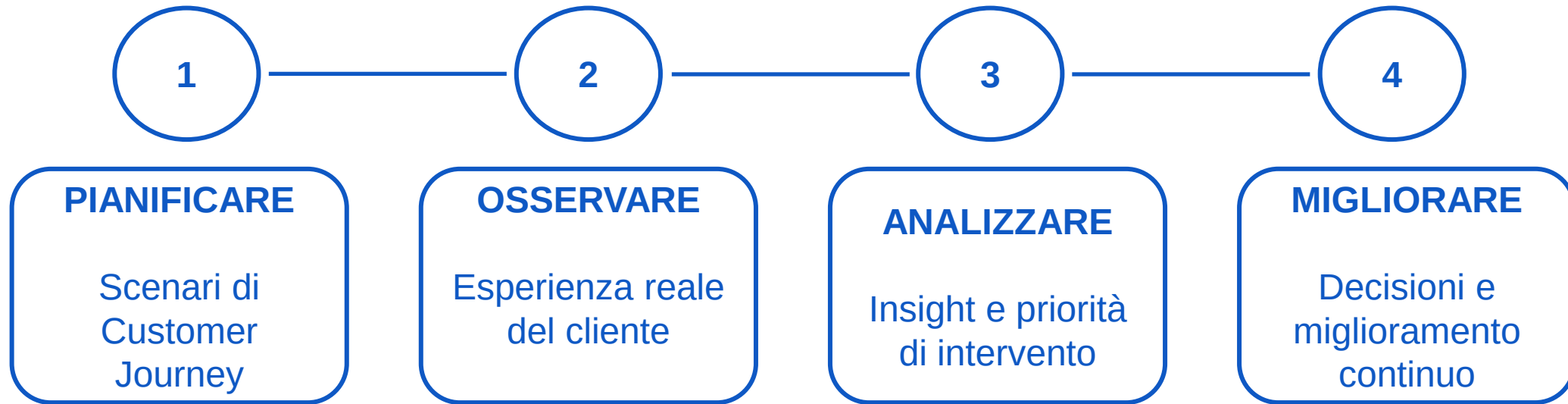
Non una semplice verifica delle performance
Uno strumento strategico per migliorare la Customer Experience A2A

DALLA CONOSCENZA ALLA DECISIONE

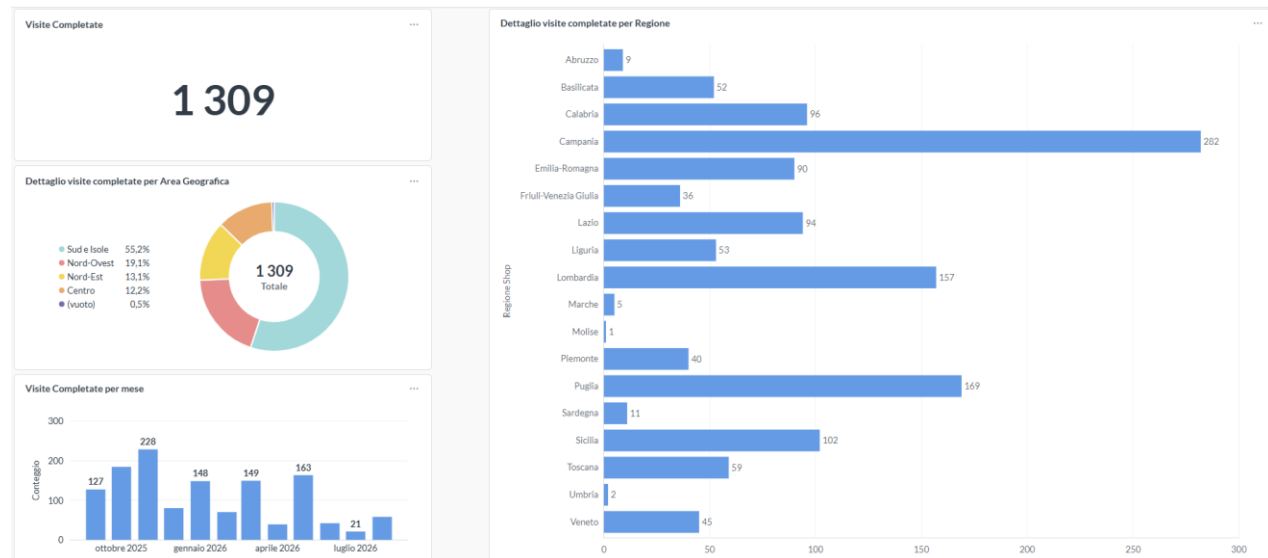


**Le evidenze raccolte sul campo diventano conoscenza utile per guidare le decisioni
Una visione oggettiva, dettagliata e immediatamente utilizzabile dell'esperienza cliente**

APP TECNOCALL COME FATTORE ABILITANTE



**La piattaforma trasforma
ogni osservazione sul
campo in insight
immediatamente disponibili
per il management**



COSA ABBIAMO MISURATO

ACCESSIBILITA



- ☐ Visibilità Shop
- ☐ Accessibilità reale
- ☐ Disponibilità del servizio

BRAND



- ☐ Coerenza immagine
- ☐ Materiali e campagne
- ☐ Standard di marchio

RELAZIONE



- ☐ Accoglienza
- ☐ Professionalità
- ☐ Capacità di ascolto

CONSULENZA



- ☐ Analisi bisogni
- ☐ Qualità della consulenza
- ☐ Correttezza della proposta

Ogni Mystery Visit ha simulato il percorso di un cliente reale all'interno di un punto vendita A2A, osservando accessibilità, relazione, consulenza e coerenza con la promessa del Brand

NON ABBIAMO VALUTATO I NEGOZI

Abbiamo misurato

- la facilità di accesso al servizio
- la coerenza della promessa del Brand
- la qualità della relazione umana
- l'efficacia della consulenza

PERCHÉ È UNA BEST PRACTICE



2.000+ punti vendita: Monitoraggio omogeneo su una delle più estese reti retail nazionali



Mystery Visit standardizzate: Valutazione basata sull'esperienza reale del cliente



App Tecnocall: Raccolta, analisi e condivisione immediata delle evidenze



Governance: Le informazioni raccolte supportano decisioni su processi, formazione e standard di servizio

**Non abbiamo controllato la rete
Abbiamo reso misurabile e migliorabile l'esperienza del cliente**

I NUMERI DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

DIMENSIONE DEL PROGETTO



2.000+
Punti
vendita
coinvolti



5
Partner
comm.li



1.900+
Mystery
Visit



20
Regioni
coperte



2,5
Anni di
attività



Evidenze
immediate
in App

VALORE GENERATO

STANDARDIZZAZIONE

Maggiore uniformità
dell'esperienza cliente
sull'intera rete nazionale

FORMAZIONE

Attivazione di percorsi
formativi mirati sui gap
riscontrati

GOVERNANCE

Decisioni supportate da
evidenze oggettive e non da
percezioni

Abbiamo trasformato oltre 1.900 esperienze reali in conoscenza utile per governare la Customer Experience di A2A Energia

MESSAGGIO FINALE

**Abbiamo reso visibile ciò che
normalmente rimane invisibile:
l'esperienza reale del cliente.
Trasformando oltre 2.000 punti vendita in
una fonte continua di conoscenza,
abbiamo fornito al Brand strumenti
concreti per governare e migliorare la
Customer Experience su scala nazionale.**

OSSERVARE → COMPRENDERE → AGIRE → MIGLIORARE