

Customer Experience Multicanale: misurare, attivare, governare

Roma, 9 aprile 2015

The EY logo consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font.

Building a better
working world



DIMENSIONE CLIENTE 2015

- La centralità della Customer Experience
- Quali sono le componenti della Customer Experience?
- Misurare...
 - ...attivare
 - ...e governare una Customer Experience nativamente multicanale
- Cosa succede quando si ripensa dalle fondamenta l'Experience

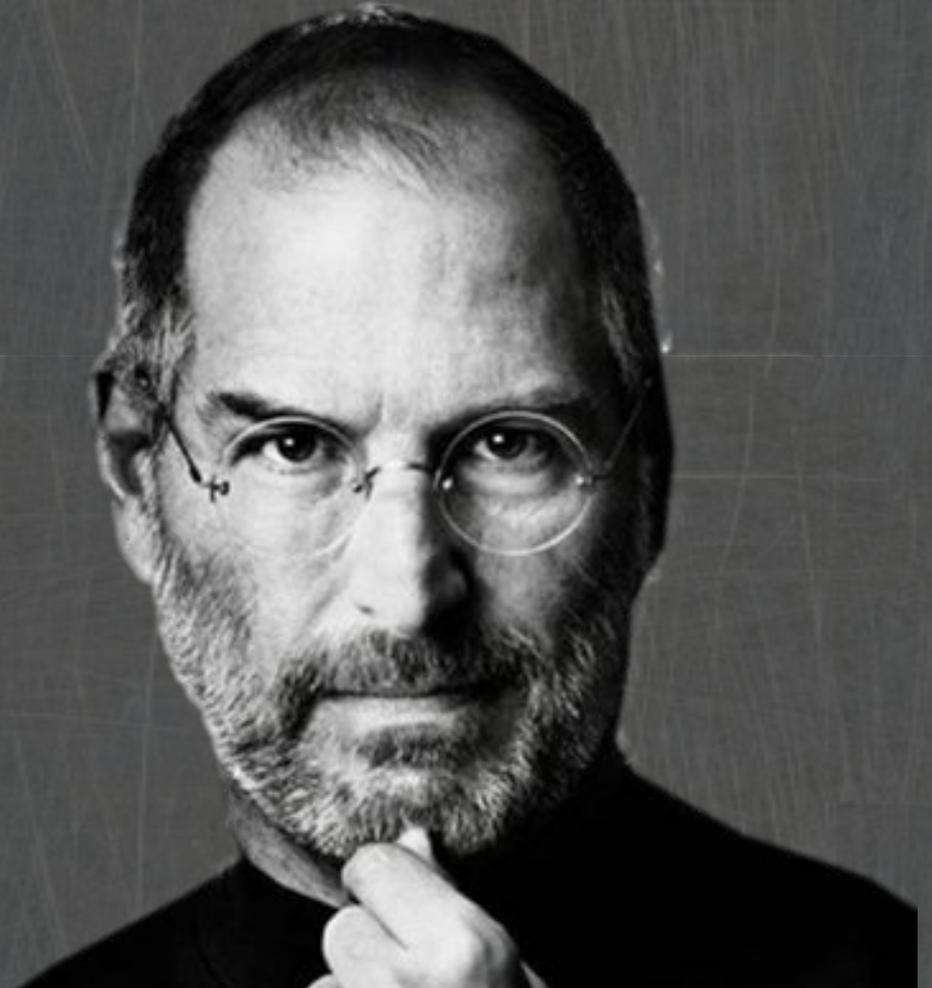
La rivoluzione: portare la Customer Experience al centro di ogni decisione organizzativa, funzionale e di business



You've got to start with the
CUSTOMER EXPERIENCE and
work back toward the technology, not the
other way around



(Steve Jobs)



Forze *disruptive* stanno obbligando le organizzazioni in tutto il mondo a rivedere le proprie strategie

Sociali



Consumatori sempre più connessi richiedono sempre maggiore trasparenza

Politiche



Gli *emerging markets* in rapida espansione chiedono più responsabilità sociale

Legali



La supervisione regolamentare è sempre più complessa e stringente

Ambientali



Scarsità di risorse a cambiamenti climatici

Economiche



Lenta ripresa economica e convergenza di industry diverse

Tecnologiche



Le nuove tecnologie dirompenti stanno promuovendo una società sempre più connessa

... con l'imperativo di diventare *trusted companies*: uno dei pilastri per questo obiettivo è la Customer Experience



Ogni **Experience** offerta al Cliente dev'essere vista come un'**opportunità** per erodere o **CREARE** fiducia.

L'**Experience** è quindi la **base** fondamentale **per costruire** **relazioni di fiducia durature** e, **di conseguenza**, delle *trusted companies*

... che altro non è che la somma di ogni interazione, di ogni Journey e di ogni momento di relazione con il Cliente

Customer Experience



Vista Cliente outside-in dell'Experience complessiva end-to-end

Lifecycle stage

Finanziamento

I lifecycle stage sono i principali componenti della relazione tra Cliente e Banca

Personas
Canali
Segmenti

Journey multicanale



Insieme di interazioni che un Cliente deve compiere per raggiungere un obiettivo

Interazioni



Es.:
Chiamata
Contact-Centre

Un'interazione è uno degli step che il Cliente compie su un touch-point lungo la Customer Journey

Perché portare
la **Customer
Experience** al
centro dei
processi
decisionali?



Aspettative dei Clienti sempre più alte

Aspettative



SORRY

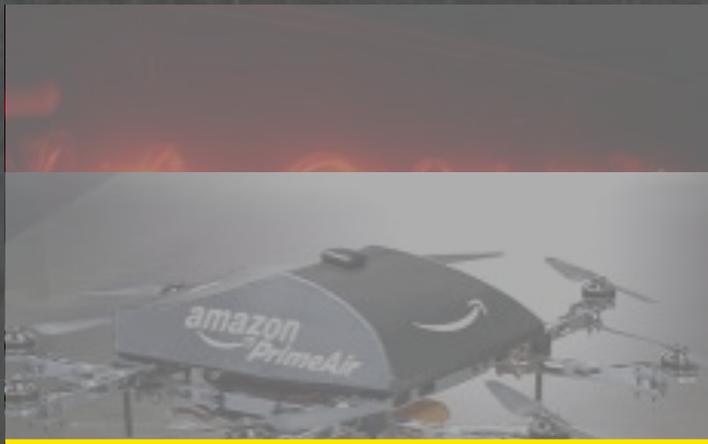
Le aspettative dei Clienti si formano e cambiano in modo sempre più dinamico e sono sempre più slegate dalla specifica industry

... guidate dalla convergenza tra mondo fisico e digitale



Il mashup tra fisico e digitale ha messo in crisi i metodi classici di rilevazione della satisfaction

... e dall'esplosione delle tipologie e caratteristiche dei Clienti



**Moltiplicazione
delle tipologie di
Clienti**

Clienti apparentemente
simili secondo le metriche
tradizionali hanno
comportamenti diversi

E' necessario quindi avviare un ciclo virtuoso di misurazione, attivazione e governo della Customer Experience

MISURARE

...per

comprendere

l'Experience percepita da ogni Cliente e i driver sottostanti

Exceptional
Customer
Experience

ATTIVARE

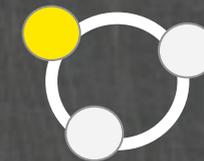
*...le **capabilities***

*organizzative e tecnologiche
per elevare il livello di
Experience*

**GOVER-
NARE**

*...le **Intentional Journey**, eliminando tutto ciò
che non impatta l'Experience dei diversi tipi di Cliente,
focalizzandosi solo su cosa è realmente necessario*

Che significato assume la misurazione in un mondo in cui fisico e digitale sono ormai sovrapposti?



Personas



Seasoned Sophisticate



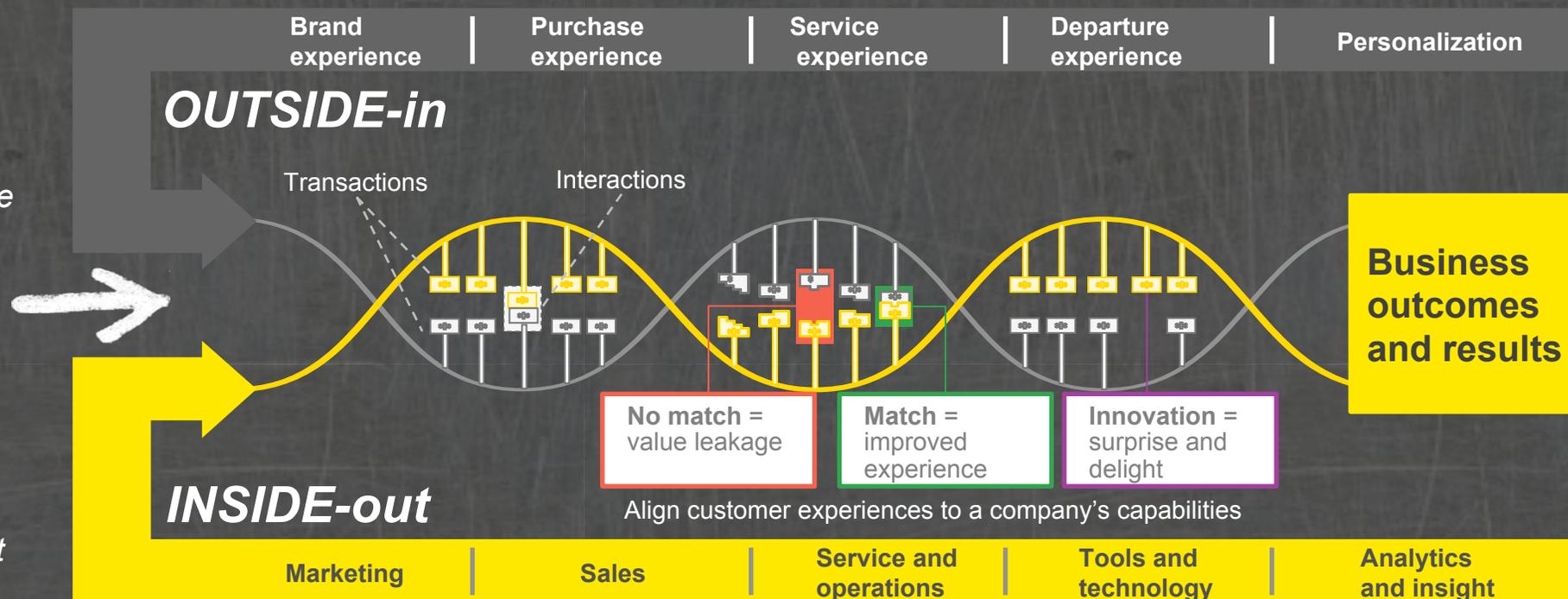
Budget Adventurer



Urban Millennial

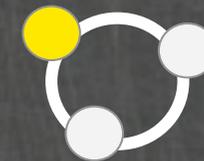


Family First



E' importante concentrarsi sulla misurazione delle **ASPETTATIVE** e dell'**ALLINEAMENTO** delle **capabilities** dell'organizzazione a queste aspettative

Che significato assume la misurazione in un mondo in cui fisico e digitale sono ormai sovrapposti?



Personas



Seasoned Sophisticate



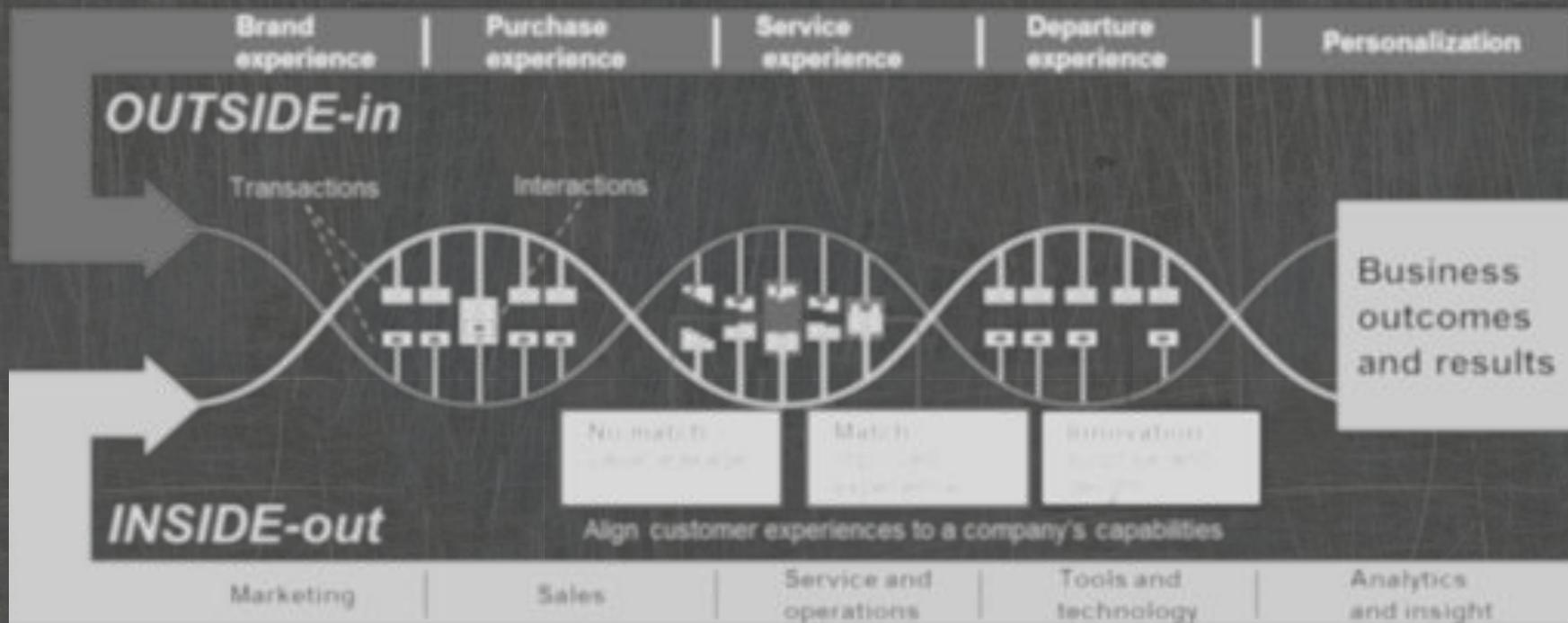
Budget Adventurer



Urban Millennial

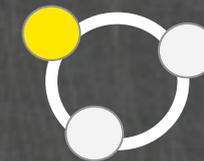


Family First



Chi sono le
PERSONAS ?

Le *personas* sono la base per la misurazione della Customer Experience



Le **personas** sono **archetipi di Clienti** con un identikit specifico, intorno a cui disegnare e misurare l'Experience

Per ogni **Cliente** può essere misurata la "**distanza**" da ogni **personas**, utilizzata per calcolare l'Experience del singolo Cliente

Tutta l'organizzazione deve ragionare intorno alle personas: le *personas* nel caso di Disney

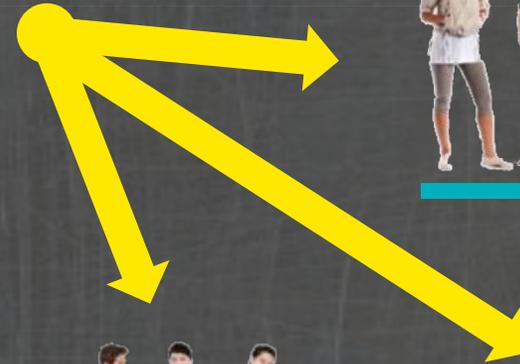


Disney Parks

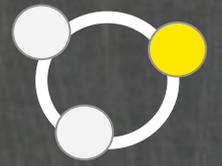
1 billion \$

"Magical Experience"

Associazione
dinamica e real-time
Cliente/persona



La misurazione permette di attivare azioni sui touchpoint per migliorare il livello di CX per *personas*



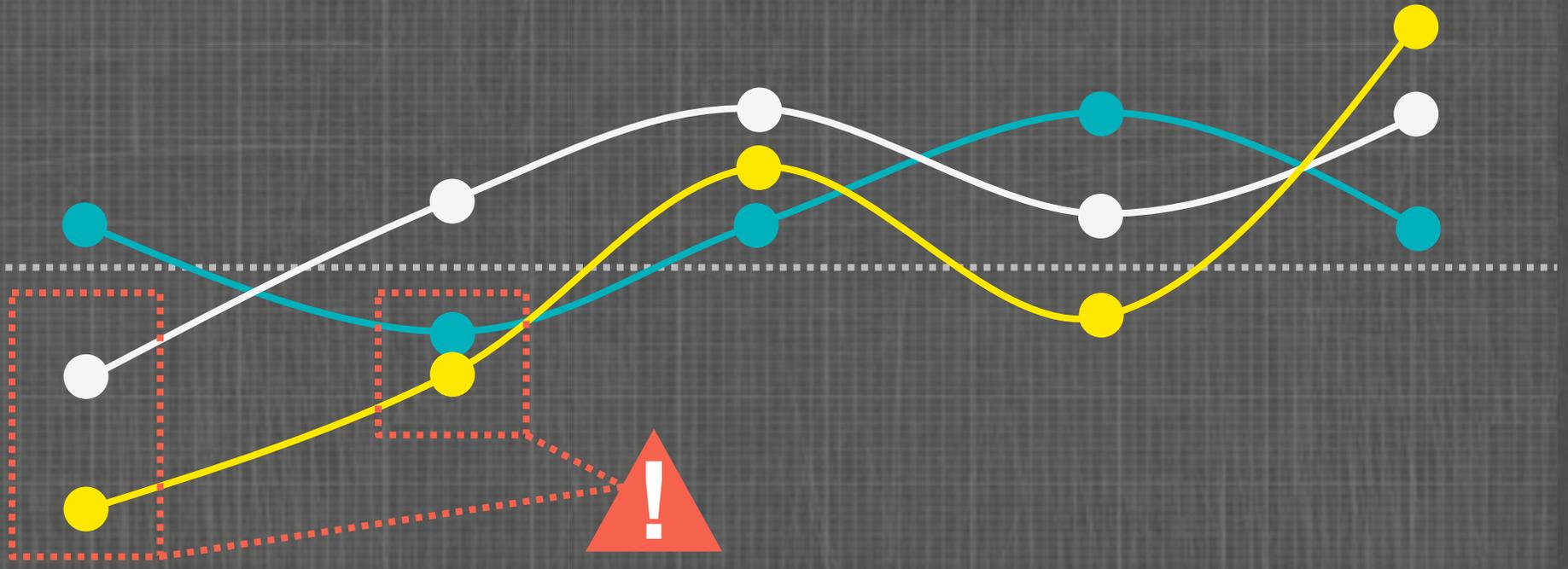
ILLUSTRATIVO

Journey
mutui
multicanale:

Ricerca > 1° contatto > Negoziazione > Gest. Doc. > Tracking

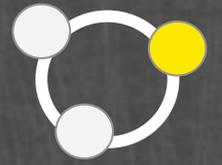


CX level



... come ha fatto Disney per i suoi parchi divertimento

Disney Parks



Experience personalizzata

Personas

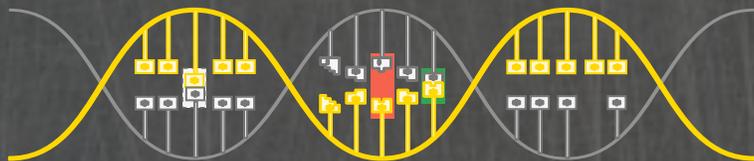


Offerte contestuali



Offerte per personas lungo le Journey

Livello di Experience



magic band

Engine Analitico

Vista olistica Cliente

Customer History

Triggers

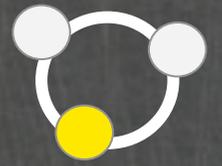
Customer behavior

Consumer trends

Motori di calcolo

- ▶ Calcolo in **real time** delle offerte sulla base di centinaia di interazioni per Cliente
- ▶ Implementazione **graduale**: da regole statiche a machine learning

Le azioni di attivazione vanno inserite in un più ampio modello di governo: l'*Intentional Journey design*



Da...



Incidental
Journeys

Apertura di tutti i canali...

*... ogni Cliente crea la propria
Experience*

Experience non governata

...A



Intentional
Journeys

Solo **Journey adatte alle personas:**

"You make people happier not by giving them more options but by stripping away as many as you can"

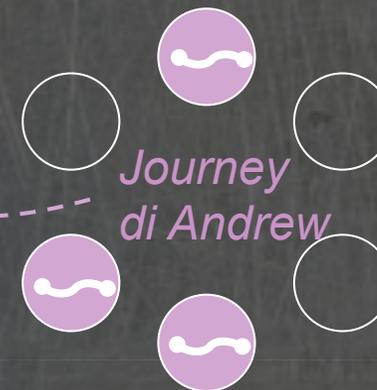
Governo dell'Experience

... che, focalizzandosi sulle personas, massimizza l'aderenza dell'Experience alle aspettative di ogni Cliente



Cosa la emoziona?

A che punto della vita si trova?



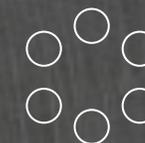
Personas



Intentional Journeys per persona

Che canali preferisce?

(...)



Journey possibili

Sara

A person is captured mid-jump on a dark, pebbly beach. They are wearing a white t-shirt and light blue shorts. A large, bright red ball is suspended in the air between their legs. The background features a blue sky with scattered white clouds and the ocean waves in the distance. The overall mood is joyful and energetic.

GRAZIE

EY Customer

Nico Saraceno

domenico.saraceno@it.ey.com