

LUCA LEONARDINI
#LIVORNO2020 - #REINVENTAILBUSINESS

CUSTOMER EXPERIENCE TOOL KIT

QUATTRO STRUMENTI PER APPLICARE LA
CX NELLA TUA REALTÀ QUOTIDIANA



*Questa pubblicazione è distribuita con Licenza Creative
Commons Attribuzione Internazionale 4.0 (CC BY 4.0)*



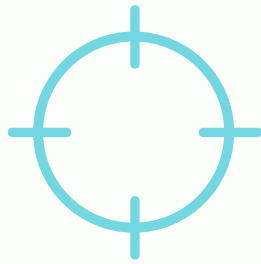
CUSTOMER EXPERIENCE TOOL KIT

Quattro strumenti per riflettere e visualizzare le attività necessarie a contestualizzare la CX nella tua realtà imprenditoriale, commerciale o professionale.

La Customer Experience coinvolge aspetti e aree diverse della gestione di qualsiasi attività.



4 DOMANDE PRELIMINARI

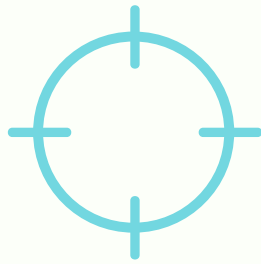


4 DOMANDE PRELIMINARI

1.

EMPATIA

Come vuoi che si sentano i clienti quando si rivolgono alla tua azienda?

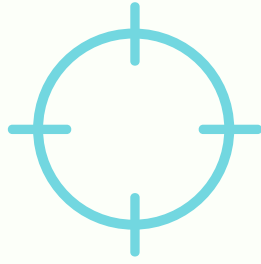


4 DOMANDE PRELIMINARI

2.

COMUNICAZIONE

In azienda avete una percezione condivisa del tipo di esperienza fornita ai clienti?

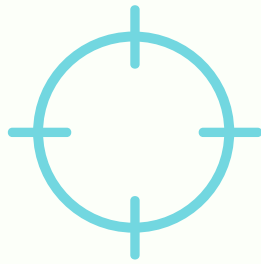


4 DOMANDE PRELIMINARI

3.

STRATEGIA

L'attuale esperienza dei clienti è frutto di una scelta consapevole?



4 DOMANDE PRELIMINARI

4.

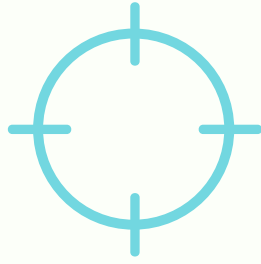
LEADERSHIP

Quale tipo di eredità si è impegnata a costruire la vostra azienda?



6 OSTACOLI DA SUPERARE

Per natura la CX è una strategia di business cross-funzionale e interdisciplinare intensamente interconnessa con ogni ambito dell'azienda: per questo non può ottenere risultati positivi se isolata o relegata ad un'attività collaterale.



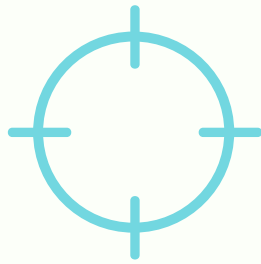
OSTACOLI DA SUPERARE

1.

Una visione aziendale “prodotto-centrica” (*)

() L'approccio della CX non sottovaluta mai l'importanza del tuo servizio o prodotto, mentre per definizione, l'approccio “prodotto-centrico” tende a ignorare o a sottovalutare il valore della CX.*

E nel mondo del business attuale, solo il primo approccio è quello vincente.



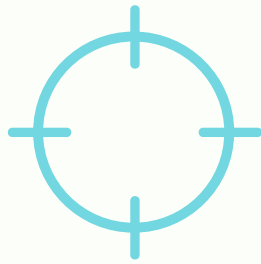
OSTACOLI DA SUPERARE

2.

L'attenzione è focalizzata principalmente sull'efficacia dei processi.

3.

Dare priorità a “Come” vengono fatte le cose (tattiche) rispetto al “Perché” (strategia).



OSTACOLI DA SUPERARE

4.

Considerare la tecnologia il vero vantaggio competitivo, non le persone.

5.

Una leadership debole o latitante.

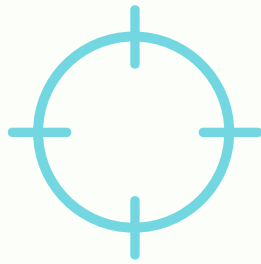
6.

Esiste un disallineamento tra i valori dell'azienda e quelli delle persone (dipendenti, clienti, fornitori).



6 DISCIPLINE DELLA CX

In qualsiasi tipo di contesto operi, di qualsiasi dimensione e settore, puoi applicare la CX adottando nell'ordine queste sei discipline.



DISCIPLINE DELLA CX

1. STRATEGIA

Identifica la tua strategia CX (non la copiare), allineala alla tua strategia aziendale e condividila con tutto l'ecosistema.

2. CONOSCERE IL CLIENTE

La conoscenza del cliente deve essere fondata su informazioni e dati certi sui problemi reali dei clienti, non sui problemi che "tu credi che loro abbiano".



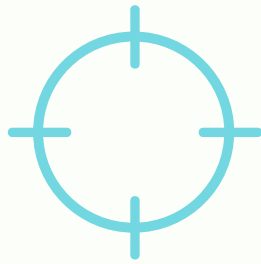
DISCIPLINE DELLA CX

3. PROGETTARE

Progettare la CX significa progettare la serie di interazioni online e offline che soddisfano o che eccedono le aspettative del cliente.

4. MISURARE

Definire “cosa”, “come”, “quando” misurare e quantificare le pratiche CX in tutta l’azienda, per analizzarle e condividerle con l’ecosistema.



DISCIPLINE DELLA CX

5. GOVERNANCE

Gestire e governare la CX significa sapere come imparare da ogni errore e come fare in modo che i buoni risultati siano ripetibili.

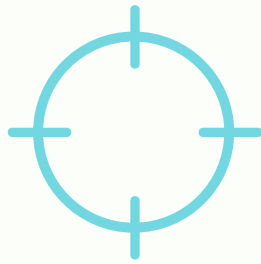
6. CULTURA

Consolida la cultura definendo i tuoi valori chiave orientati alla CX da condividere con tutti i tuoi stakeholder.



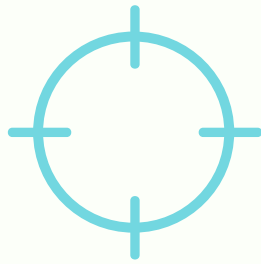
PIANO D'AZIONE IN 10 PUNTI

Un piano d'azione CX da valutare, sviluppare e applicare in modo “cross-funzionale”, trasversale a tutta la tua realtà imprenditoriale, commerciale, professionale.



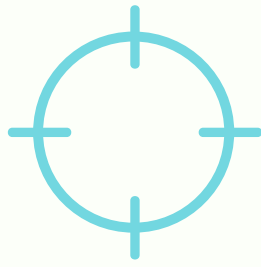
PIANO D' AZIONE

1. Verifica il livello attuale della CX: come si sentono oggi i tuoi clienti?
2. Definisci la strategia di CX che vuoi fornire: come vuoi che si sentano domani i tuoi clienti?
3. Allinea la tua strategia CX a quella del tuo business e condividila con tutti.
4. Definisci i termini e il budget dell'impegno con le milestones che desideri raggiungere.



PIANO D' AZIONE

5. Assicurati che tutti i progetti e le attività CX siano cross-funzionali e interdisciplinari.
6. Traduci il percorso del cliente (customer journey) in azioni precise di CX.
7. Assicurati che il percorso del cliente sia facile da capire per tutti.
8. Collega i risultati dei progetti CX ai KPI per misurare le prestazioni e incentivarne la diffusione.



PIANO D' AZIONE

9. Assicurati che i risultati raggiunti siano ripetibili.

10. Sviluppa una cultura e una leadership intorno ai valori della CX.



CUSTOMER EXPERIENCE TOOL KIT

Quattro strumenti per applicare la CX nella tua realtà quotidiana. Congratulazioni! Ora non ti resta che iniziare ...

**CHIAMAMI AL 329-4458381
INVIA UNA MAIL A
LEONARDINILUCA@GMAIL.COM**

LUCALEONARDINI.COM