Il documento prodotto dal Team **"CX focus on Customer"** nell’ambito del Programma *Young Club CMMC* presenta un'analisi approfondita dell'evoluzione della Customer Experience (CX) in vari settori, con l’obiettivo di migliorare l’assistenza al cliente e rafforzare la relazione azienda-cliente.   
Presenta e analizza tre use case **Poste Italiane – Clienti Retail**   
Ecco un riassunto dei principali contenuti:

**📌 1. Evoluzione dell’Assistenza Clienti**

* Si passa da un **servizio standardizzato e reattivo** a un approccio **personalizzato, proattivo e omnicanale**.
* Il cliente oggi si aspetta **efficienza, velocità, personalizzazione e coerenza tra i canali**.
* Le nuove tecnologie alleggeriscono il lavoro operativo degli operatori, permettendo di concentrarsi di più sui bisogni del cliente.

**📌 2. Use Case:**

**Esempio: Acquisto Libretto Smart**

* **Pain points**: difficoltà di accesso ai canali assistenza, attese, problemi tecnici nel sito/app.
* **Miglioramenti proposti**:  
  Visibilità dei canali di assistenza.  
  Screensharing con operatore per supportare gli acquisti online.  
  Survey di gradimento post-contatto.
* **Impatto**: miglioramento dell’accessibilità, maggiore fluidità del processo, feedback utili alla crescita.

**📌 3. Use Case: Poste Italiane – Clienti Business**

* Valutazione CX tramite **NPS (Net Promoter Score)** su tutta la journey: prodotti, commerciale, assistenza, confronto con i competitor.
* **Pain points**: obsolescenza dei prodotti, difficoltà d’uso dei sistemi, assistenza poco qualificata.
* **Azioni migliorative**:  
  Formazione degli operatori.  
  Sviluppo del servizio “Ritiro digitale” per raccomandate e atti.  
  Potenziamento del sito di tracciamento spedizioni.
* **Impatto**: incremento dell’autonomia del cliente e della soddisfazione, riduzione richieste di assistenza.

**📌 4. Use Case: Acquedotto Pugliese – Post Sales**

* Sfida: operando in regime di monopolio, il miglioramento della CX è legato a responsabilità pubblica e qualità percepita.
* **Modello CX Post-Sales in 4 pilastri**:
  1. **Ascolto attivo**: FAQ, survey post intervento, canali reclami chiari.
  2. **Digitalizzazione**: attivazioni rapide, tracciamento status, firma OTP, chatbot AI.
  3. **Proattività**: notifiche preventive per lavori/interruzioni, prevenzione consumi anomali.
  4. **Miglioramento continuo**: CX Score, survey mirate, analisi dati per azioni correttive.
* **Output**: riduzione reclami, carico sul call center e aumento del coinvolgimento clienti.

**📌 5. Conclusioni**

* **Pilastri chiave della CX**:
  + **Ascolto**
  + **Assistenza**
  + **Personalizzazione**
  + **Semplicità**
* La CX è uno strumento strategico, non solo un indicatore: migliorarla significa costruire relazioni solide e durature con i clienti.

“Ogni interazione è un’opportunità: migliorare la CX non è solo risolvere problemi, ma creare relazioni che durano nel tempo.”