



CX Day – Partecipazione al progetto – linee guida

Per preparare la giornata dedicata alla Customer Experience si invitano le aziende iscritte a CMMC a seguire le seguenti linee guida.

Le società potranno partecipare facendo riferimento ad un loro progetto sul tema CX.

Per manifestare il proprio interesse occorre inviare entro fine novembre 2015 una e-mail con oggetto “Interesse CXDay” a: info@club-cmmc.it e che riporti:

- 1) l’argomento specifico scelto tra quelli suggeriti nel seguito
- 2) l’indicazione del partner (interno o esterno) con cui si sta lavorando sull’argomento.

In seguito, per completare la partecipazione si richiede la preparazione di una presentazione, con un documento descrittivo, non superiore alle 2 pagine, che evidenzi:

- 1) gli obiettivi, come è stato eseguito il progetto ed i risultati ottenuti,
- 2) le attività in partnership tra committente ed erogatore dei servizi.

Il documento di presentazione dovrà essere inviato a CMMC entro fine dicembre 2015 tramite e-mail con oggetto “Presentazione CXDay” a: info@club-cmmc.it.

I migliori progetti di CX saranno presentati nel corso dell’evento dedicato ai Premi CMMC.

* Argomenti suggeriti

argomento a) - Creare valore.

Per scorgere nuove opportunità come comprende e misurare il valore generato dalle attività di front end? CX e Business. Quale tipo di relazione è stata individuata tra CX e Business Performance? Ruoli nella filiera. Come sono stati definiti i ruoli degli attori che agiscono lungo il ciclo di vita del cliente per creare interesse di partnership e valore per il cliente finale?

argomento b) - Misurare la CX.

Misurare e impiegare la CX. Quali metodologie e strumenti sono stati adottati per rilevare la CX? CX come leva di cambiamento dell’azienda. Come si valorizzano le informazioni sulla CX? CX e Voice of the Customer. Come è stata integrata la VOC nella CX?

argomento c) - Omnicanalità.

Come è stata superata la complessità del governo della CX? Su quali punti si è agito con priorità? Come è stata affrontata l’integrazione dei diversi canali, sia dal punto di vista tecnologico che professionale?

argomento d) - Cliente protagonista.

Il nuovo modello, che vede i clienti sempre più protagonisti in rete, presenta opportunità e sfide. In tale situazione, cosa si è fatto per migliorare la CX? Grazie all’analisi dei big data quali iniziative si possono promuovere?

CX e Customer Journey, ovvero quale la CX nel ciclo di vita del cliente?

argomento e) - Collaboratori e CX.

Per ottenere un pieno ritorno dall’investimento sulla Customer Experience come è stata migliorata la preparazione ed il riconoscimento degli addetti del front-office?

Come sono state identificate e formate figure professionali adatte ad organizzazioni in evoluzione, che debbono fornire la migliore CX ai loro clienti?

argomento f) - Gestione digital

CX e punti di contatto. Quali specificità considerare per i punti di contatto/vendita, in particolare per quelli digitali?

Quando e come ci si relaziona via social e blog ad un cliente che sta scrivendo pubblicamente qualcosa sull’azienda o sul prodotto/servizio? E come gestire il passaggio dalla interazione pubblica a quella privata?