

3 febbraio 2021

Notizie dal Web n. 187



Il Cliente è sempre al centro della mia attenzione?



“Avvicinati ai tuoi clienti come non hai mai fatto. Così vicino da dire loro di cosa hanno bisogno prima che se ne rendano conto da soli”

Steve Jobs, Co-fondatore di Apple Inc.

I Clienti sono coloro che sostengono ogni azienda, ovvero sono l'asset principale di ogni Società.

Porre il cliente al centro di ogni decisione aziendale, non è casuale, ma è una strategia voluta e ben focalizzata sulla “Centralità del Cliente”, strategia attuata per proteggere e conservare il suo asset principale. L'azienda che, pertanto, vuole proteggere e sviluppare tale asset, deve pianificare e implementare azioni idonee per gestire una risorsa preziosa come questa.

In quest'ottica, l'esperienza del cliente, la cosiddetta "**Customer Experience**", che si vive attraverso i diversi punti di contatto con l'impresa e i suoi prodotti, e il suo viaggio, il cosiddetto "**Customer Journey**", ovvero il tragitto che egli percorre insieme all'azienda, devono essere i riferimenti per tutte le decisioni e i processi aziendali. Per essere concreti e tradurre tale strategia in azioni è utile approfondire ulteriormente questi due concetti fondamentali.

L'Università di Harvard definisce Customer Experience come *"la reazione interiore e soggettiva del cliente di fronte a qualsiasi contatto diretto o indiretto con un'impresa"*, ovvero l'esperienza complessiva che il cliente vive durante tutta la sua relazione con l'azienda ed il prodotto o servizio acquistato.

Studiare l'esperienza che vive ciascun cliente è estremamente importante, in quanto permette all'azienda di conoscerlo in profondità. Tale conoscenza permetterà all'azienda di creare e offrire esperienze personalizzate a ciascun cliente che lo "convinceranno" non solo a rimanere fedele, ma anche a trasmettere la sua esperienza positiva ad altri consumatori.

È utile ribadire un ulteriore concetto: una strategia incentrata sulla **centralità del cliente** deve puntare oltre che sul prodotto, anche e soprattutto sull'esperienza che egli vive. È esemplificativo a questo proposito uno studio di *Forrest Research*, secondo il quale solo 1 cliente su 5 si ritiene pienamente soddisfatto delle esperienze offerte dalle aziende con cui si trova a interagire, nonostante l'84% delle stesse imprese dichiarari di aspirare a diventare leader in questo campo.

Lo studio del Customer Journey, che come già detto è il viaggio che percorre il cliente insieme all'azienda e ai suoi prodotti o servizi, è il mezzo migliore per capire e analizzare bene l'esperienza di ciascun consumatore. Questo viaggio, che inizia dalla nascita del bisogno di un prodotto o servizio e termina con il suo godimento, può essere anche molto lungo. Le varie tappe del percorso, che si possono effettuare sia online sia offline, sono chiamate in gergo "punti di contatto".

La "centralità del cliente" è dunque una strategia, ovvero è l'insieme di azioni di un'impresa volte a creare customer experience distintive e di

valore. In quest'ottica, l'esperienza del cliente, vissuta attraverso i diversi punti di contatto con l'impresa, deve essere il termine di riferimento per tutti i processi aziendali.

Perché è difficile mettere il Cliente al centro?

Principalmente per la difficoltà di individuare due elementi fondamentali:

- ✓ la difficoltà della definizione di un obiettivo non tangibile e della sua valorizzazione;
- ✓ la difficoltà di identificare un modello di riferimento adeguato al raggiungimento di tale obiettivo.

In definitiva, ciò che conta è l'esperienza vissuta dal cliente, che si forma attraverso ogni singolo momento della sua interazione con l'azienda e i suoi prodotti e servizi. Mettere il cliente al centro significa ripensare l'impresa nella sua interezza, a partire dalla cultura organizzativa e dall'orientamento strategico.

Benedetti&Co, grazie alla sua esperienza nella pianificazione strategica, è in grado di supportare l'imprenditore e il management nella definizione ed implementazione della strategia più adeguata secondo il contesto attuale e considerando scenari futuri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1,
LD Ruparel -
Marg Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817