

Campagnolo

Migliorare la gestione del cliente
attraverso una Customer
Experience customizzata

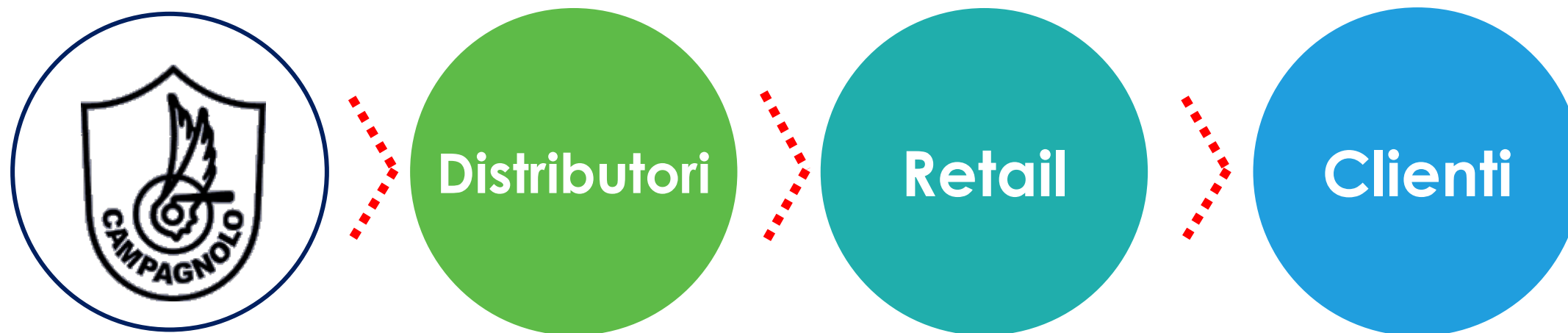




Chi è Campagnolo

- Brand **internazionale** nel mondo del ciclismo su strada, triathlon e ciclocross
- Azienda **storica**: inizio produzione 1933
- **Innovazione** nel DNA del brand
- Ricerca **tecnologica** costante

Nel modello di business di Campagnolo il cliente non è gestito direttamente



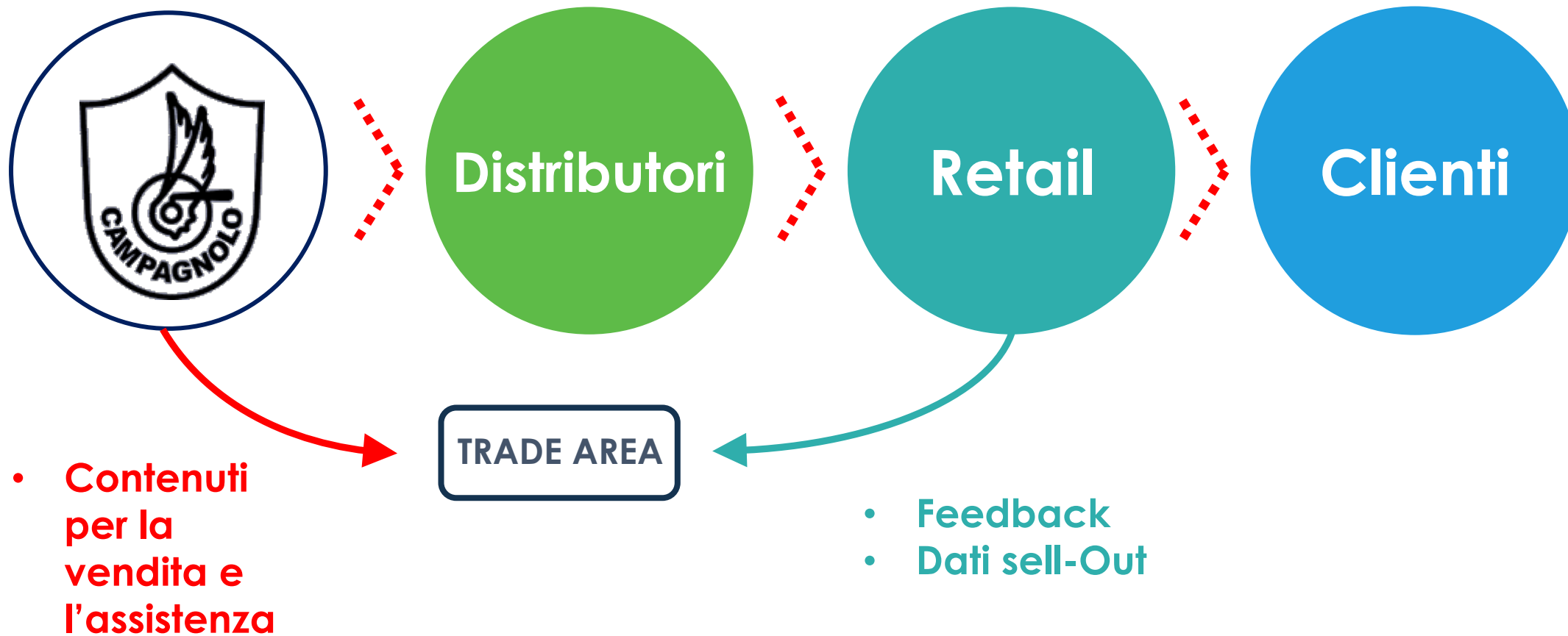
Campagnolo ha perciò iniziato ad usare le **tecnologie digital** e la **produzione di contenuti** per:

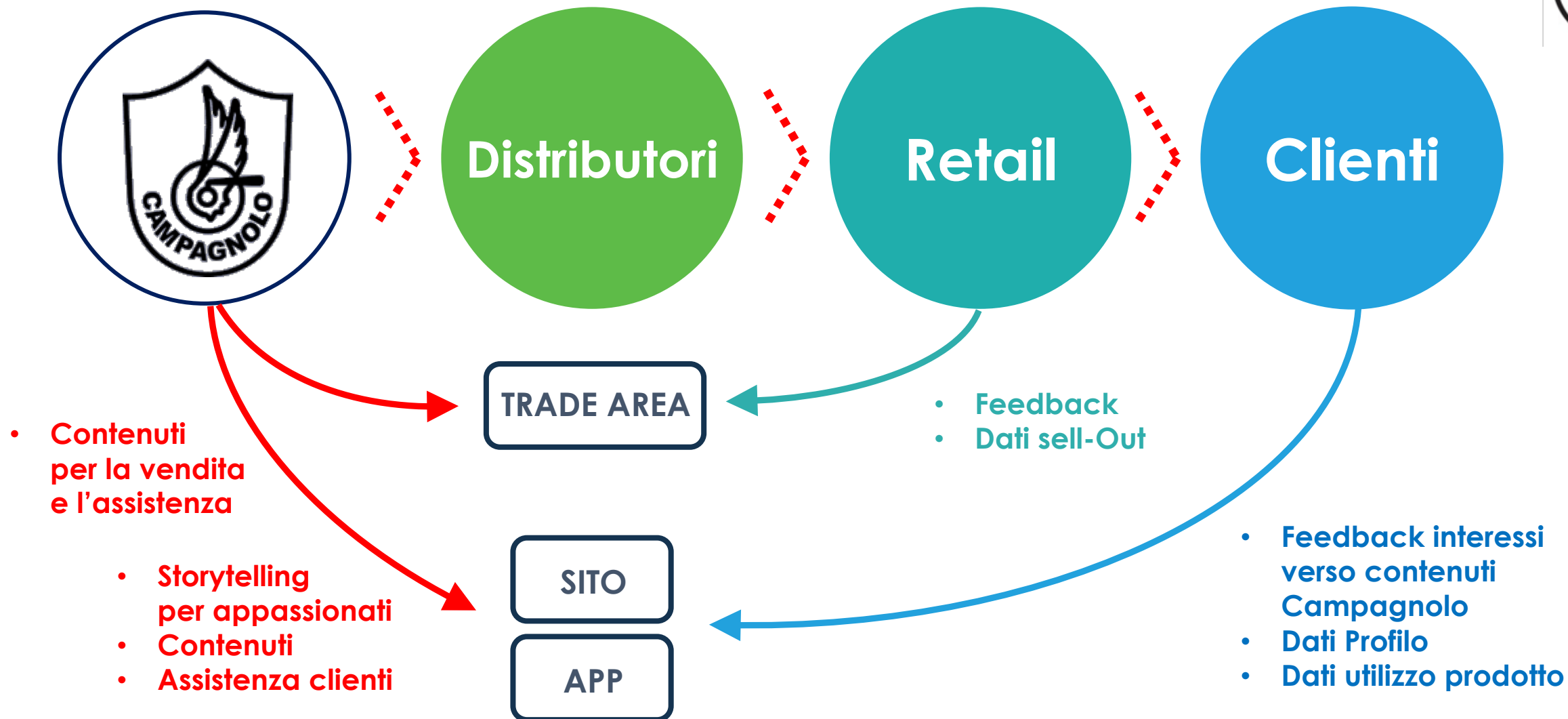


Creare un rapporto bidirezionale
con clienti e partner

Migliorare i processi di acquisizione,
conversione e fidelizzazione del cliente









PERSONALIZZAZIONE



TEMPO ED IMPEGNO



ASPETTATIVE



INTEGRITÀ



RISOLUZIONE



EMPATIA

ASSESSMENT KPMG ISPIRATO ALLA METODOLOGIA DEI **SIX PILLARS**

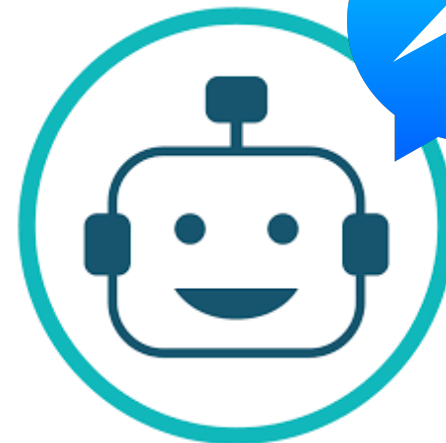
- Ottimizzare la **Customer Experience**
- Scoprire i **punti di forza** e di miglioramento

ASSESSMENT KPMG SIX PILLARS

SITO
CAMPAGNOLO.COM



FACEBOOK MESSENGER
CAMPAGNOLO



Punteggio

	8,6	Comprendere le esigenze specifiche del cliente
	7,6	Rimuovere ostacoli alla fruizione del prodotto/servizio
	8,8	Comprendere, soddisfare e possibilmente sorprendere le aspettative del cliente
	9,1	Capacità di mantenere le promesse fatte al cliente
	7,6	Capacità di risolvere problematiche e errori curando l'esperienza del cliente
	7,8	Capire le dinamiche emozionali del cliente



- La survey evidenzia ottimi livelli di soddisfazione in termini di Customer Experience tra i suoi partecipanti, con punteggi nei diversi Pillar paragonabili ai leader della ricerca svolta da KPMG a fine 2016.
- Nello studio KPMG era stato intervistato un panel generico di persone con conoscenza dei brand (non necessariamente clienti); la survey era invece rivolta ai soli utenti del sito, ossia già parte della Customer Journey Campagnolo.

Key Process		Intervento	Effetto su Pillar			Supporto Content Intelligence
1. CUSTOMER INSIGHT	1a	Profilazione utenti				✓
	1b	Registrazione acquisti in garanzia				✓
2. PRODUCT DEVELOPMENT	2a	Value Co-Creation				✓
3. MARKETING & GO TO MARKET	3a	Insourcing servizio a domicilio				
4. CUSTOMER ACQUISITION	4a	Offline survey				
	4b	Storytelling				✓
	4c	Personalizzazione sito				✓
5. SALES & SERVICE	5a	Monitoraggio Customer Service			  	
	5b	Comunicazione diretta				✓
6. CUSTOMER ENGAGEMENT	6a	Community Campagnolo				✓

Benefici della Content Intelligence



Arricchimento
profilazione



Misurazione della
content **performance**



Personalizzazione
della comunicazione



Grazie