



## PosteMobile premiata da Accenture e Gruppo 24 ORE con l'Innov@Retail Award

***Il progetto "Ascolto del Cliente", primo nella categoria "Best Analytics Innovation" quale "Best Social Analytics Program", si è distinto per le forti caratteristiche innovative***

Roma, 27 marzo 2014 – **PosteMobile ha ricevuto l'Innov@Retail Award**, il premio per l'innovazione nel retail promosso da Accenture in collaborazione con Gruppo 24 ORE, che si propone di valorizzare la capacità delle aziende italiane di interpretare i nuovi comportamenti dei consumatori e trasformare le proprie strategie attraverso l'utilizzo innovativo delle tecnologie digitali.

Giunto alla seconda edizione, Innov@Retail Award è il premio dedicato alle aziende operanti nei settori della grande distribuzione, bancario, assicurativo, moda e telecomunicazioni, che nell'ultimo anno si sono distinte per aver realizzato i progetti più innovativi con l'obiettivo di migliorare la qualità del servizio offerto, fidelizzare i propri clienti e aumentare la brand awareness.

Il riconoscimento è stato assegnato a **PosteMobile** nella categoria **"Best Analytics Innovation"** per il progetto **"Ascolto del Cliente"**, risultato **"Best Social Analytics Program"**, cui è stata riconosciuta la forte capacità innovativa, con la seguente motivazione: "Per avere sviluppato un programma di Customer Experience basato sull'ascolto del cliente, che supera il tradizionale concetto di misura della sola qualità percepita per approfondire il livello di relazione, con la conseguente definizione e attuazione di interventi per migliorare l'esperienza."

I mercati in cui le aziende si trovano a operare sono di fatto sempre più competitivi. La "partita" della relazione con il Cliente quindi non può più giocarsi solo su logiche di convenienza, ma deve tenere conto dei comportamenti di una quota crescente di consumatori guidati dallo sviluppo dei canali digitali e dei social media, a cui va a sommarsi una diffusione massiva degli smartphone. Tutto questo contribuisce a una crescita esponenziale dei canali di interazione il cui presidio sta divenendo sempre più fattore critico. In questo contesto, il presidio "intelligente" dei vari canali, abilita all'Ascolto del Cliente, che è la base per un programma di Customer Experience.

A caldo e a freddo, continuativo, quantitativo e destrutturato, multicanale, su ciclo di vita, per touchpoint e target: sono questi i concetti di fondo che caratterizzano il modello di Ascolto costruito da PosteMobile.

**Il programma di Customer Experience di PosteMobile** – volto in ultima analisi alla definizione/attuazione di interventi finalizzati a migliorare l'esperienza dei clienti - si fonda dunque su un Ascolto mirato dei propri clienti articolato su alcuni principi chiave: Ascolto del cliente sull'intero ciclo di vita della relazione con l'Azienda; Ascolto su tutti i touchpoint disponibili, dai più tradizionali ai più innovativi come i social; Ascolto costante e continuo attraverso l'utilizzo di indagini erogate in maniera intensiva e senza interruzione; raccolta di informazioni e giudizi anche a caldo, cioè subito dopo che si è verificato un certo evento nel rapporto con l'Azienda; lettura e analisi dei dati per cluster di clienti, in particolare Archetipi (Personas); rilevazione non solo della Customer Satisfaction ma di un indice più ampio, cioè il **Customer Experience Index**, che ingloba anche qualità attesa (gestione delle aspettative) e qualità emozionale (relazione emotiva Cliente-Azienda).

La giuria, presieduta dal giornalista de Il Sole 24 ORE Luca Tremolada e composta dal prof. Carlo Alberto Carnevale Maffè, docente di Strategia Aziendale presso l'Università Bocconi, Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione, Massimiliano Magrini, Managing Partner di Annapurna Ventures, e Daniele Tirelli, Presidente di Popai Italia, **ha riconosciuto a PosteMobile l'innovatività nella metodologia di raccolta e gestione delle informazioni su più variabili (comportamenti, esigenze, valore per il cliente) e da molteplici fonti, nonché di nuovi modi di sfruttare i dati al fine di mettere in atto azioni su misura per il cliente.**