

## DOVE STANNO ANDANDO I VOSTRI CLIENTI?



### Why not e Win-back di CFI Group

#### *Reguadagnare la relazione con i Clienti*

*Qual è il mio mercato “realmente” potenziale?*

*Perché i clienti non hanno scelto il mio prodotto?*

*Quali sono i motivi per cui sto perdendo clientela e/o giro d'affari?*

Se state affrontando il tema dell'allargamento e del mantenimento della clientela, CFI Group è il supporto valido e concreto che state cercando per garantire la sostenibilità del vostro business.

CFI Group, società di ricerche di mercato specializzata in indagini sui clienti, ha sviluppato **Why Not e Win-back**, due approcci strutturati per rispondere al bisogno informativo delle aziende sul tema dei nuovi clienti o di quelli in uscita.

Prendere decisioni strategiche su solide e documentate basi scientifiche è il segreto per sviluppare l'asset più importante di ogni azienda: i Clienti.

**CFI Group**  
CLAES FORNELL INTERNATIONAL



*Per ulteriori informazioni*  
*Simona Trombini*  
*Direzione commerciale*  
*s.trombini@cfigroup.it*  
*Telefono 02 36 57 23 62*



### L'approccio al tema dei clienti da conquistare e da non perdere

Prima la liberalizzazione e poi la crisi, hanno reso indispensabile per le aziende sviluppare politiche commerciali per **riconquistare i clienti di importanza strategica**.

Per contrastare questo fenomeno, le aziende stanno sviluppando soluzioni incentrate su strategie di CRM (Customer Relationship Management) finalizzate a fornire al cliente un servizio eccellente, per adottare sistemi efficaci e garantire la sostenibilità del business.

Oggi, tuttavia, **non è più possibile ignorare i costi di un servizio inadeguato**, e i consumatori non sono più disponibili a pagare il prezzo di un livello di servizio scadente in termini di tempo, frustrazione e di malfunzionamento del prodotto/servizio.

**Battere la concorrenza non basta più: non è più sufficiente garantire standard di servizio eccellenti** e rispondere alle aspettative dei clienti per impedire che migrino verso la concorrenza.

**L'insoddisfazione dei clienti rappresenta una vera e propria opportunità di profitto e crescita:** la maggior parte delle aziende ancora non sa come sfruttare questa occasione.

**Why Not e Win-back sono le soluzioni ideate da CFI Group** per affrontare il tema dei Clienti da acquisire o persi e aiutare le aziende a ridurre il fenomeno dell'abbandono.

Si tratta di un sistema di analisi in grado di **fornire indicazioni operative su come gestire le strategie commerciali e di marketing per riguadagnare la relazione con i clienti non acquisiti o persi**.

Si propone come un approccio innovativo perché:

- ❑ **considera i clienti dell'azienda come un asset economico**, un bene al pari di un bene patrimoniale, sebbene intangibile
- ❑ **permette di comprendere a fondo le cause della insoddisfazione** dei clienti e di misurarne gli effetti, sia in termini di profitto che di rischi decisionali
- ❑ **quantifica finanziariamente il valore del rapporto con i vostri clienti** e identifica quelli ad alto valore per il vostro business
- ❑ **permette di diminuire l'insoddisfazione e ridurre il tasso di abbandono**.

#### Business Problem

- *Quanto è realmente grande il nostro mercato potenziale?*
- *Per quale motivo alcuni clienti non hanno scelto il nostro prodotto? Dipende da noi, da loro, da altri player del mercato?*
- *Ci sono dei clienti insoddisfatti che ci stanno per lasciare? E che valore hanno?*
- *Perché abbiamo perso alcuni clienti? Da che cosa dipende?*

#### Azioni e reazioni

- *Quale "value proposition"?*
- *Su quali dimensioni intervenire: di prodotto, di servizio?*
- *Su quali segnali deboli devo intervenire per evitare una emorragia di clientela?*
- *Quali azioni posso/devo intraprendere per recuperare la clientela persa?*
- *Su quali aree interne devo intervenire?*

# Why not e Win-back di CFI Group

## Riguardare vantaggio competitivo

**Why Not e Win-back di CFI Group** prevedono due fasi, una prima che si concentra sull'analisi dei motivi e delle cause che potrebbero portare i clienti a non acquisire o lasciare, e una seconda fase che focalizza l'attenzione, invece, sulle azioni di recupero.

### I – Ridurre il fenomeno dell'abbandono

La prima fase prevede:

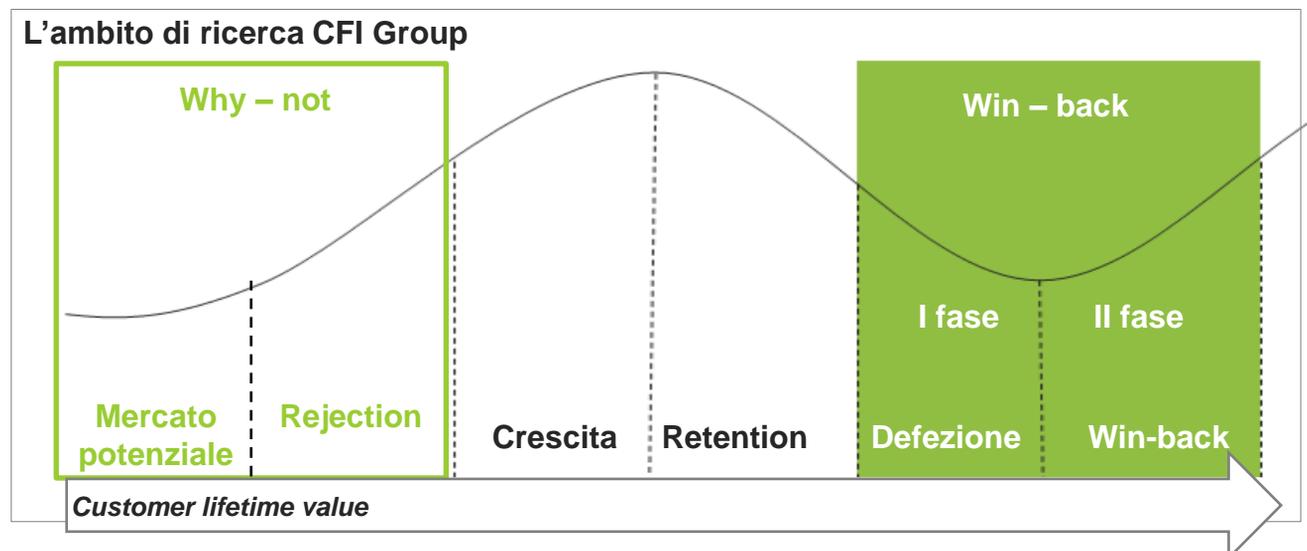
- ❑ **analisi delle cause che hanno generato il non acquisito/defezione dei clienti** - debolezze Prodotto/Servizio, quadro competitivo – e individua quelli che sono i fattori situazionali, distinguendoli da quelli gestibili e quelli invece contrastabili
- ❑ **analisi del processo decisionale attraverso il quale il cliente ha maturato la scelta di migrare verso la concorrenza**
- ❑ **analisi della reazione dell'azienda a fronte dell'abbandono del cliente, ossia di come viene gestito il processo** di conclusione della relazione con il cliente.

### II – Riconquistare i clienti persi

In base ai risultati e alle evidenze emerse da questo studio del processo di defezione del cliente, si procede alla fase successiva che si concentra sulla vera e propria elaborazione della strategia di riconquista.

Questa seconda fase permette di:

- ❑ **identificare il target dei clienti ad alto valore su cui concentrare le azioni da implementare**
- ❑ **effettuare il confronto con i competitor di approdo per identificare i driver di scelta del cliente**
- ❑ **effettuare il confronto con i principali player del mercato per identificare i fattori di attrazione.**



## La metodologia di ricerca

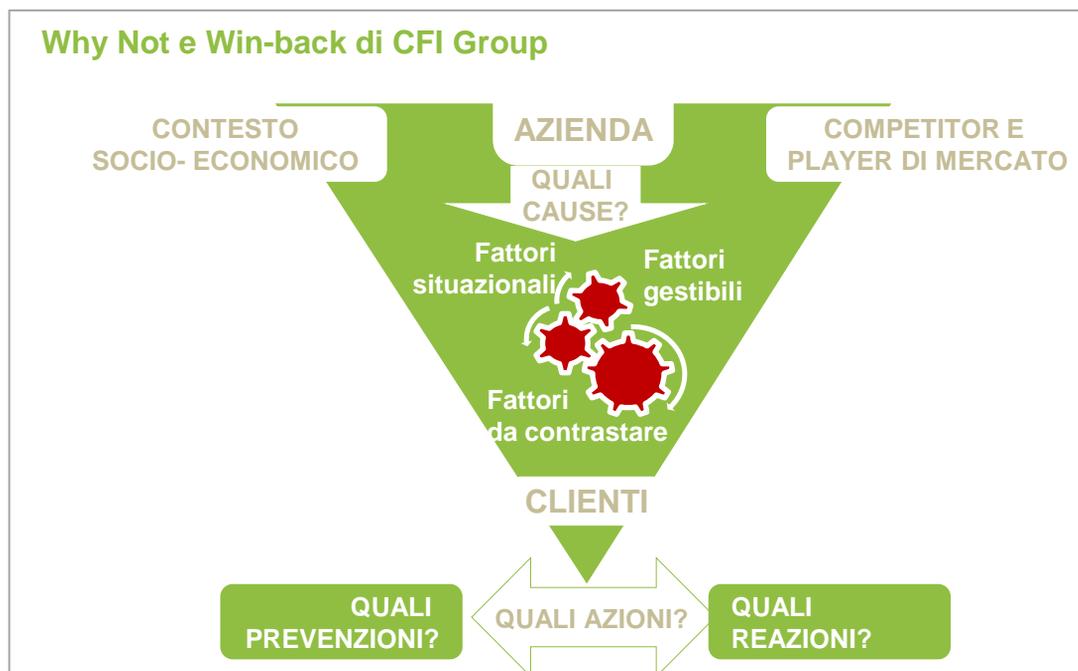
**Why Not e Win-back di CFI Group** non sono prodotti standard, bensì **approcci di ricerca** costruiti ad hoc sulle Vostre esigenze.

I consulenti CFI Group vi affiancheranno nell'analisi del bisogno informativo in modo da sviluppare un **mix di ricerca adeguato agli obiettivi del vostro business**. Grazie al supporto dei consulenti CFI Group sarete in grado di minimizzare l'investimento di ricerca e massimizzare il risultato in termini di raggiungimento dell'obiettivo informativo e obiettivo di business.

Le metodologie utilizzabili saranno scelte in modo da creare un impianto di ricerca equilibrato tra metodi qualitativi e quantitativi, tra cui:

- ❑ **Interviste qualitative** in profondità ai clienti per identificare le dimensioni chiave nella percezione del vostro servizio agli occhi di chi se ne serve
- ❑ **Interviste quantitative** per la misurazione esatta del fenomeno dell'abbandono e delle intenzioni di comportamento futuro dei vostri clienti
- ❑ Per la raccolta dati potranno essere utilizzati metodi differenti a seconda delle necessità: **CATI** (Computer Aided Telephone Interviews), **CAWI** (Computer Aided Web Interviews) e **CAPI** (Computer Aided Personal Interviews)
- ❑ **Mystery shopping o Mystery calling** per l'analisi dei processi aziendali.

Grazie al supporto dei consulenti CFI Group avrete la garanzia di ottenere le risposte adeguate alle vostre domande massimizzando l'investimento di ricerca e minimizzando i costi.



## CFI Group – Chi siamo

**Welcome to certainty - Trasferire valore dalla ricerca al vostro business**

CFI Group è l'istituto di ricerche marketing specializzato nel Customer Asset Management, la metodologia scientifica che spiega la relazione tra customer satisfaction e performance finanziaria dell'azienda per prevederne i futuri ricavi.

CFI Group trasforma la "Voce del Cliente" in strategie immediatamente riconducibili a risultati misurabili. Nessun'altra metodologia di ricerca è in grado di misurare i feed-back dei vostri clienti per calcolare in modo esatto l'impatto finanziario dei cambiamenti organizzativi che vorreste implementare.

CFI Group fornisce parametri chiave di performance che consentono di identificare opportunità di miglioramento per massimizzare il ritorno sugli investimenti.

Prendere decisioni strategiche su solide e documentate basi scientifiche è il segreto per sviluppare l'asset più importante di ogni azienda: i Clienti.

CFI Group è presente in 12 Paesi nel mondo e in Italia opera in molteplici settori economici: Media e Telecomunicazioni, Retail e GDO, Luxury Goods, Automotive, Servizi Finanziari e Assicurazioni, Energia e Utility, Pubblica Amministrazione.

## Le nostre esperienze nella ricerca in Italia





# Grazie

CFI Group Italia SRL  
Corso di Porta Nuova, 34  
20121 Milano

+39 02 36572350 (tel)  
+39 02 36572355 (fax)

cfimilan@cfgroup.it  
www.cfgroup.it

CFI GROUP WORLDWIDE  
MICHIGAN (USA) - Ann Arbor  
GEORGIA (USA) - Atlanta  
CHINA - Beijing  
ENGLAND (UK) - London  
SPAIN - Madrid  
ITALY - Milan  
FRANCE - Paris  
CHINA - Shanghai  
SWEDEN - Stockholm

REPRESENTATIVE OFFICES  
ARGENTINA - Buenos Aires  
MALAYSIA - Kuala Lumpur  
BRAZIL - Porto Alegre  
ROMANIA - Bucarest

Certified Quality Management System

