

CFI Group
CLAES FORNELL INTERNATIONAL

CORPORATE PROFILE



CLAES FORNELL



“E’ provato che la Soddisfazione del Cliente è un indicatore rivolto sia al passato che al futuro.

E’ rivolto al passato perché informa su ciò che le aziende hanno fatto ai clienti; è rivolto al futuro perché suggerisce ciò che i clienti faranno alle aziende”

Le pietre miliari di CFI Group Italia

MISSION

Aiutare le Aziende a far crescere il valore dei loro asset intangibili: clienti e dipendenti

IL CUSTOMER ASSET MANAGEMENT

1988

Claes Fornell fonda **CFI Group International**



1996

Claes Fornell crea l'**ACSI**™ (*American Customer Satisfaction Index*) sotto l'egida della *University of Michigan*.



1997

Claes Fornell e Giampaolo Fabris, due grandi esperienze del mondo della ricerca, fondano l'**ufficio italiano di CFI Group**

1998

Prima indagine di Customer Satisfaction in Italia nella **telefonia mobile** e lancio del primo **indicatore della soddisfazione dei consumatori in Italia: l'Indice Nazionale Supermercati**

2000

Prime indagine di Customer Satisfaction ed Employee motivation in Italia **settore bancario, Agrochimico, Trasporti pubblici**

2004

Prime indagini di Customer Satisfaction ed Employee motivation in Italia nel settore delle **Utility**, con **profilazione dei cluster comportamentali**

2009

CFI Group Italia diventa al **100% di proprietà di CFI Group International**
Avvio delle indagini di Customer Satisfaction nel settore della **televisione satellitare**

2012

Prime indagini di **Win Back**, ampliamento della base clienti su altri settori merceologici: **Aeroporti, Food, Insurance, Credit Protection**, etc.

2018

Sviluppo e applicazione di **piattaforme di CX**, con **instant feedback**, e di **Business Intelligence**

Le nostre expertise e alcuni dei nostri clienti

FINANCE



ENERGY AND UTILITIES



RETAIL



BENI DI CONSUMO



B2B INDUSTRIAL



TELEFONIA E MEDIA



Quali tipi di ricerche facciamo?

Alcuni esempi di ricerche svolte: gli ambiti di intervento nei quali siamo spesso chiamati a supportare le aziende per rispondere meglio alle esigenze dei clienti

CUSTOMER

- B2C - B2B global Satisfaction
- CX canali di contatto
- Churn analysis
- Win back
- Qualitative research

EMPLOYEE

- Employee satisfaction
- Change management
- Stakeholders relationship
- Mirroring

AMBITI DI RICERCA

CFI Group
CLAES FORNELL INTERNATIONAL

BRAND/ ADV

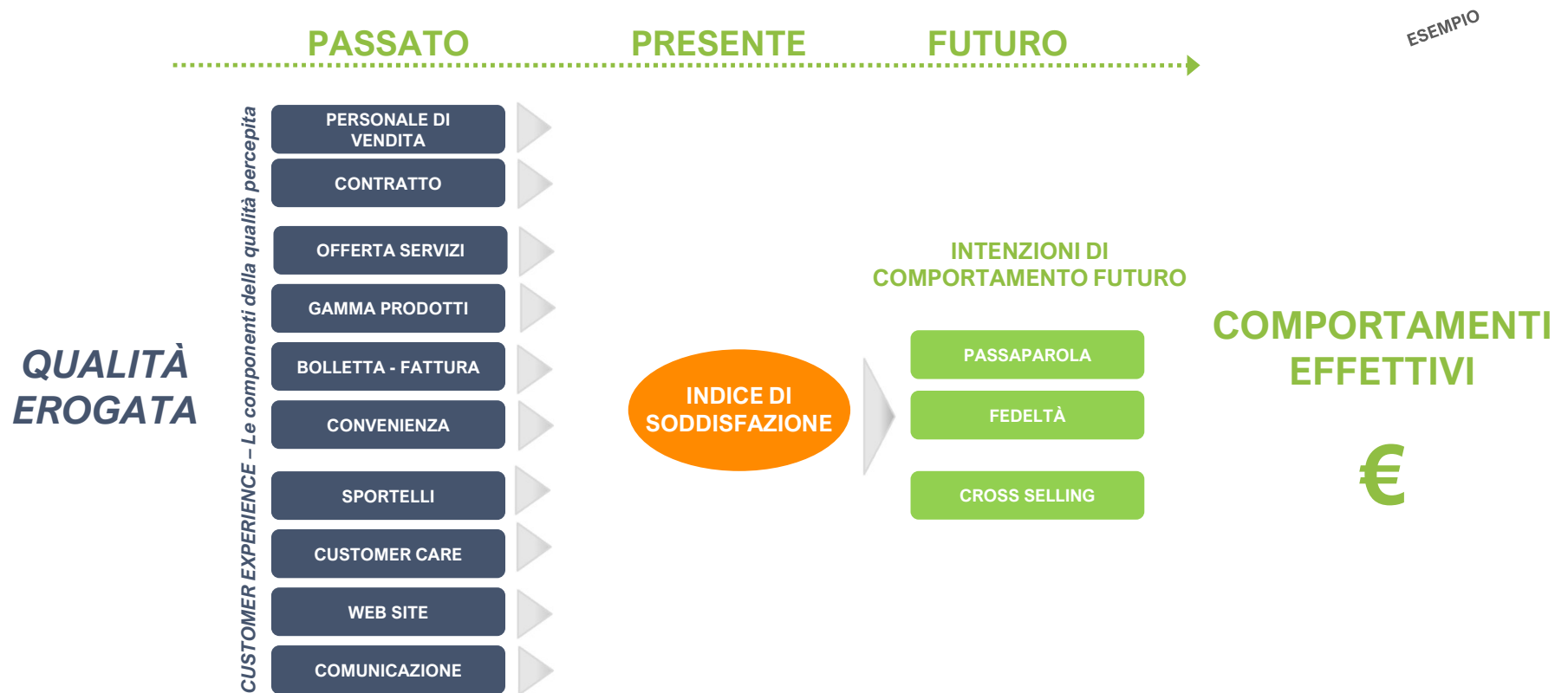
- Brand Equity
- Brand Image
- Product - concept test
- ADV Tracking – ADV Test

RETE

- Mystery Shopping
- Agent satisfaction

Il Modello predittivo

La relazione con il cliente è fotografata nel suo insieme dal «modello», che è anche espressione dei processi di erogazione e delle Business Unit dell'azienda. Si ottiene una visione sintetica della relazione con i clienti, che consente sia di prendere decisioni strategiche per massimizzare il Return On Investment e le performance aziendali, sia di ottenere indicazioni operative per attivare azioni di miglioramento nelle aree critiche.





Reason why: the CFI Group difference

CFI Group misura la soddisfazione di clienti, cittadini e dipendenti utilizzando una metodologia causa-effetto brevettata, riconosciuta per la sua precisione superiore, l'approccio diagnostico e il collegamento ai risultati finanziari. Inoltre, i nostri consulenti esperti effettuano analisi di approfondimento, offrono strumenti online intuitivi e benchmark di riferimento, grazie a oltre trent'anni di esperienza: è facile capire perché il Gruppo CFI continua a essere la fonte di riferimento per la misurazione della soddisfazione dei clienti e la consulenza per il governo federale degli Stati Uniti agenzie governative e imprese di ogni tipo.

- **PATENTED TECHNOLOGY:** CFI Group è un partner fondatore dell'American Customer Satisfaction Index® (ACSI). Siamo l'unica azienda in Italia autorizzata ad applicare la metodologia ACSI personalizzata sia nel settore pubblico che in quello privato.
- **EXPERTISE:** Utilizzando i migliori esperti di ricerca e la tecnologia brevettata, CFI Group scopre i fattori operativi prioritari per massimizzare la soddisfazione dei clienti per le aziende.
- **ACTIONABLE INSIGHTS:** CFI Group fornisce approfondimenti e analisi su clienti, cittadini e dipendenti che migliorano la soddisfazione e guidano le prestazioni aziendali.
- **LONGEVITY:** Essendo una delle prime società di misurazione della CX, CFI Group monitora l'esperienza del cliente dal 1988.

Il Journey del cliente

MONITORAGGIO **CFI** Group
CLAES FORNELL INTERNATIONAL

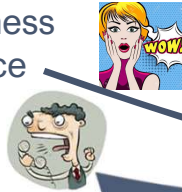
CLIENTE

- Nasce da un bisogno
- Parte con delle aspettative
- Agisce con le sue capacità
- Ha un obiettivo specifico

AZIENDA

- Eroga servizio/prodotto
- Gestisce touch points
- Misura KPI
- Traccia con CRM

- Effort
- Effectiveness
- Experience
- Emotion



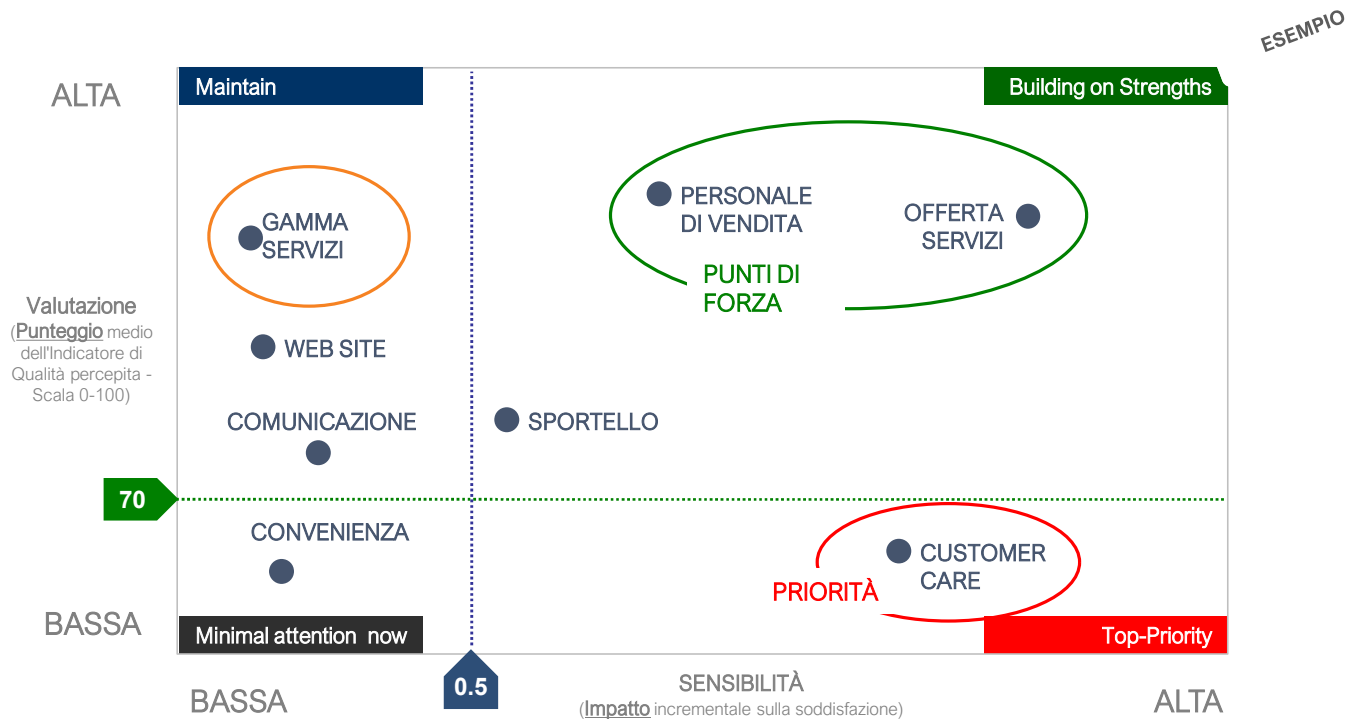
- Satisfaction
- Loyalty
- Word-of-mouth
- Cross-Selling

Identifichiamo i punti di forza per premiare i responsabili e i punti di caduta per stimolare l'azienda ad intervenire



Quali componenti consentono di ottimizzare la soddisfazione?

La matrice delle priorità, costruita tramite i punteggi e gli impatti, evidenzia la criticità del Customer Care: è la priorità aziendale



MAINTAIN

Gli elementi che si collocano nel quadrante **Maintain** sono i **must-have**: il cliente si aspetta legittimamente **elevati livelli di performance** su questi elementi e non è disponibile a mediare su di essi, ma non definisce la sua relazione col prodotto in forza di questi. Se peggiorano si trasformano in criticità

STRENGTHS

Punti di forza: **elevata valutazione e capaci di modificare la soddisfazione.**

PRIORITY

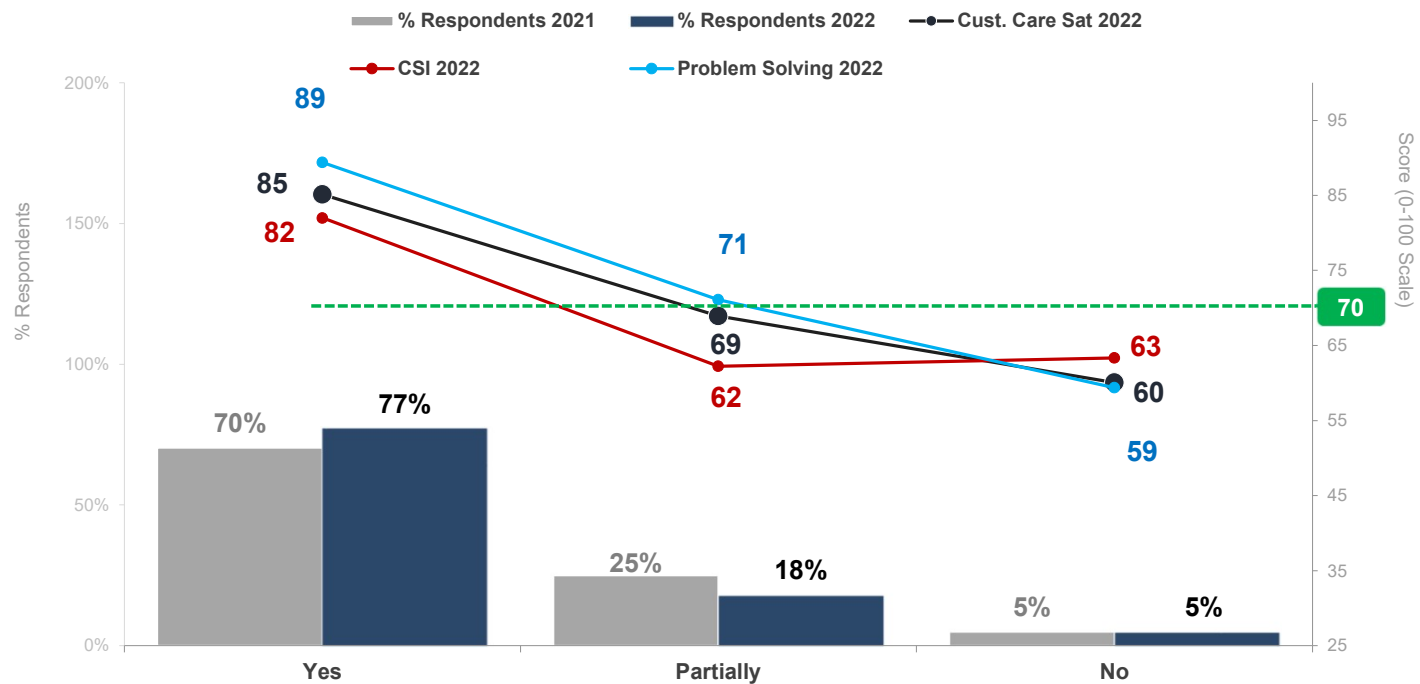
Le priorità sono **elementi critici**: la valutazione del cliente è bassa o relativamente più bassa, la capacità di modificare la soddisfazione in caso di miglioramento è elevata.

KPI Customer Care: le valutazioni in funzione della risoluzione del problema

Se migliora la capacità di risoluzione dei problemi, migliora notevolmente la soddisfazione del Customer Care, ma anche il CSI si alza di 10 punti tra soluzione parziale e completa.

OBIETTIVO: entro il prossimo anno aumentare del 10% la risoluzione completa dei problemi

ESEMPIO





Welcome
to **Certainty**

CFI GROUP WORLDWIDE
MICHIGAN (USA) - Ann Arbor
ENGLAND (UK) - London
ITALY - Milan
SWEDEN - Stockholm

CFI Group Italia SRL
Via Guido Cavalcanti, 5
20127 Milano

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

cfimilan@cfgroup.it
www.cfgroup.it

CERTIFIED QUALITY MANAGEMENT SYSTEM



© 2020 CFI Group. All rights reserved.