



## Servizio Clienti:

### *centro di costo o fonte di business ?*

Anche se non appare in bilancio, il vero patrimonio di un'azienda sono i Clienti, finali e intermedi, acquisiti o potenziali. Oggi più che mai, la **chiave del successo** sta nella **difesa del proprio patrimonio** dall'aggressione dei competitori, consapevoli che **sulla fedeltà del cliente si può contare sempre meno**.

La realtà spazza via antiche certezze: da tempo non è più vero che un cliente soddisfatto sia un cliente fedele. Oggi i forti consumatori di una categoria saltano da una promozione all'altra con un'agilità da ginnasti.



Il **Servizio Clienti** di ogni impresa, spesso a sua insaputa, rappresenta lo strumento di CRM a contatto con tutti i clienti e con pochi accorgimenti può produrre incrementi di fatturato impensabili. Basta che i suoi componenti imparino le regole fondamentali dell'"ascolto attivo", per:

1. **aumentare le opportunità di vendita**, offrendo una facile via di accesso ai propri Clienti;
2. **migliorare il livello di soddisfazione del Cliente** risolvendo reclami e governando la relazione;
3. **attrarre nuovi clienti**, offrendo al NON Cliente buone ragioni per diventarlo;
4. **trasformare le richieste d'informazioni in intenzioni d'acquisto**, proponendo prodotti supplementari, sostitutivi, complementari e quantità adeguate alle reali necessità dei clienti.

Ma rendere i propri servizi efficienti e produttivi, è tutt'altro che facile.  
Molte recenti ricerche dicono che, su cento casi:

- nel 40% le attese sono troppo lunghe
- nel 25% le risposte sono inadeguate
- nel 10% è scarsa la cortesia degli operatori

In pratica, nel 75% dei casi la relazione **genera insoddisfazione** nei clienti.

## Mercurio Misura offre due opzioni:



### 1. Formare il personale Front Line

Metterlo in grado di migliorare il trattamento di:

- **ordini telefonici** per aumentare il valore medio dell'ordine;
- **richieste di informazioni** per trasformare un interesse in un atto di vendita;
- **reclami** per trasformare un Cliente scontento in un Cliente fedele

### 2. Gestire nel nostro Centro d'Ascolto il Customer Service, in soluzione outsourcing

grazie ad una struttura totalmente dedicata, qualificata e competente.



Se ritiene interessante approfondire questi temi, vedendo dal vivo come gestiamo queste attività per diverse Aziende italiane e multinazionali, possiamo fissare un incontro in qualunque momento.

Dr. Stefano Clima  
*Direttore Generale*