

Customer Service

&



...PUOI FARNE A MENO?

Ha senso approfondire sforzi rilevanti per conquistare nuovi Clienti
e contemporaneamente perderne molti altri
solo perché non ci occupiamo di ASCOLTARLI come meritano?



MERCURIO MISURA S.r.l.

**“...qualunque cosa ti serva,
guarda il sito!”**



Sembra davvero una frase rassicurante.
Oggi le informazioni viaggiano in gran parte sul web e il sito aziendale dovrebbe contenere tutto quello che serve ai clienti.

Perché dunque avere un Numero Verde?

A chi serve?

A chi porta vantaggi?

Chi ne paga i costi?

Non solo web

È vero, molte informazioni di base sono facilmente raggiungibili tramite il sito: indirizzi, orari, caratteristiche dei prodotti, presentazioni generali, rassegne stampa...

Ma ci sono diversi **casi in cui il sito mostra limiti insuperabili:**

CLIENTI che compongono il **numero telefonico aziendale** reperito sul sito, ma lo trovano occupato o chiamano fuori dall'orario d'ufficio...

CLIENTI che, visitando il sito, **non trovano quel che cercano**, perché non c'è o è difficile da trovare oppure non hanno tempo...

CLIENTI non abituati all'uso del web: almeno un terzo della popolazione non ha ancora dimestichezza con il mondo on-line e **cerca un contatto diretto...**

CLIENTI che hanno un problema o **una richiesta atipica, complessa, non prevista dal sistema o dalle FAQ...**

CLIENTI “arrabbiati” che vogliono **lamentarsi** senza l'intermediazione dissuasiva del sito web...

**TUTTI
CLIENTI...
SCONTENTI**

Di fronte a questi casi, l'azienda ha due strade:

- ignorare il tema, augurandosi di non avere conseguenze negative e di conservare comunque i clienti;
- **offrire loro un supporto dedicato, flessibile, personalizzato e interattivo.**
La strada maestra per conquistare e mantenere i Clienti.

Al Servizio dei Clienti... per l'Azienda

Il **Numero Verde** ha in se la vera anima del Servizio Clienti: è "al servizio dei Clienti".

Il "mercato" può rivolgersi al web, ma il mercato è composto da Clienti singoli, diversi fra loro, mutevoli nei comportamenti e nei sentimenti, infedeli per la maggior parte, e quindi perdibili...

Un Cliente insoddisfatto rischia di essere un cliente perso e ne parlerà a moltissime persone, arrecando un pericoloso danno all'azienda.



FUNZIONI del Numero Verde

Per l'immagine aziendale...

Accogliere ed accudire il Cliente

Individuare le sue vere necessità

Occuparsi della persona, non "gestire la pratica"

Risolvere subito i problemi o attivare il sistema di escalation



Per l'azione dell'azienda...

Fornire informazioni personalizzate

Suggerire la visita al punto vendita

Proporre promozioni commerciali, promuovere adesioni alla carta fedeltà

Verificare direttamente la soddisfazione del Cliente

Far vivere ad ogni Cliente un'esperienza positiva e memorabile che lasci l'immagine di un'azienda attenta e disponibile: l'Azienda ideale.

OBIETTIVI

Comprendere subito il nocciolo della questione e trovarne la soluzione

Puntare alla massima soddisfazione di ogni Cliente

Trasformare una richiesta in un acquisto diretto, una visita del sito o del punto vendita; up-selling, cross-selling



VANTAGGI

Comunicazione diretta e mirata

Flessibilità elevata nei contenuti

Adattabilità delle dimensioni

Monitoraggio in tempo reale dei risultati

Alto potenziale economico

Trasformare il Customer Service da centro di costo a Centro di Profitto si può, ed è facile.

Il Numero Verde è una porta spalancata ai problemi e alle esigenze dei Clienti: se ne riceveranno soddisfazione rimarranno con noi, altrimenti li perderemo.



MERCURIO MISURA S.r.l.

DAL 1958

CONSULENTI DI DIREZIONE,
MARKETING & DIRECT MARKETING
CRM, CUSTOMER SERVICE, RICERCHE DI MERCATO,
FORMAZIONE COMPORTAMENTALE, SICUREZZA SUL LAVORO

Via Rosso di San Secondo, 1/3 - 20134 Milano

Tel.: +39.02.27797

www.mercurio-misura.it

relazioniesterne@mercurio-misura.it