

<http://www.ilsole24ore.com/art/management/2018-04-13/la-customer-centricity-serve-uscire-procedure-standard-152258.shtml?uuid=AEzDdxXE>

NAVIGA HOME RICERCA

ABBONATI ACCEDI

MANAGEMENT

GESTIONE AZIENDALE IMPRENDITORIA CARRIERE FORMAZIONE JOB 24 ORE BUSINESS SCHOOL L'IMPRESA

Milux, scatta le surriscaldamento. Ultimo meglio per chi vuole sbizziosare la vita.

Pensate, spese al top. Dice anche operando l'assistenza.

Privacy, ecco che cose cambiere dal 25 maggio.

Nuovi trattamenti aprono le porte alle nuove forme.

CURA DEL CLIENTE

## La Customer centricity serve per uscire dalle procedure standard

di Francesca Contardi \* | 23 maggio 2018

**S**i sente parlare, sempre più spesso, di Customer Centricity e di quanto sia importante mettere il cliente al centro delle attività di un'azienda. Nonostante questo, però, questo concetto si perde nell'incapacità dei sistemi e delle persone di andare oltre ai processi. Cerco di spiegare a cosa mi riferisco con un episodio che mi è capitato recentemente. Ho acquistato 4 macchine per il caffè. Per un cambio di formato delle cialde, le macchine hanno dovuto subire un adattamento tecnico di cui la società si è fatta carico. Mi hanno dato, inoltre, la possibilità di rottamare i vecchi modelli e acquistarne uno nuovo. Ho scelto di farne sistemare 3 e di comprarne 1.

**Game over**  
Dai piani

**Play again**  
gioca per averla prima di tutti

**I PIU' LETTI DI MANAGEMENT**

1. MANAGEMENT | 23 maggio 2018  
Impressi di aver sbagliato a una strada

## La Customer centricity serve per uscire dalle procedure standard

– di Francesca Contardi \*

Si sente parlare, sempre più spesso, di Customer Centricity e di quanto sia importante mettere il cliente al centro delle attività di un'azienda. Nonostante questo, però, questo concetto si perde nell'incapacità dei sistemi e delle persone di andare oltre ai processi. Cerco di spiegare a cosa mi riferisco con un episodio che mi è capitato recentemente. Ho acquistato 4 macchine per il caffè. Per un cambio di formato delle cialde, le macchine hanno dovuto subire un adattamento tecnico di cui la società si è fatta carico. Mi hanno dato, inoltre, la possibilità di rottamare i vecchi modelli e acquistarne uno nuovo. Ho scelto di farne sistemare 3 e di comprarne 1.

E qui trovo già il primo aspetto poco chiaro. La macchina nuova è arrivata subito, chiaramente pagata immediatamente. E la vecchia? Scopro, proprio in questa fase, che la rottamazione è a carico mio. Nessuno, però, me lo aveva comunicato. A questo, poi, si aggiunge un altro problema: il prodotto non funziona correttamente. In altre parole, ho buttato via dei soldi. Decido allora di chiedere, con due mail in cui spiego le mie motivazioni, che la vecchia - che per fortuna non è

ancora stata smaltita - mi venga aggiustata. La risposta dell'azienda? Non possiamo farlo perché la macchina risulta già rottamata. Stessa risposta per due mail diverse in cui esprimo il mio disagio. Risultato? Sono, ovviamente, decisamente arrabbiata, non ho nessuna voglia di continuare a usare le altre macchine e nessuna voglia di spendere altri soldi per quel brand. Preferisco, a questo punto, comprare prodotti di altre marche.

Quante persone, indipendentemente da questo caso specifico, si sono trovate di fronte ad un addetto al customer service ingabbiato in un protocollo standard e impossibilitato ad uscire dalle procedure? Tante, immagino. Penso che uno dei pochi settori in cui il cliente viene realmente messo al centro sia il settore alberghiero. Tutti, dall'addetto al ricevimento a chi rimette a posto la stanza, sono davvero orientati al cliente. È una forma mentis che porta ad avere un unico obiettivo: fornire il miglior servizio possibile.

Molte aziende non si sono ancora accorte - ma dovranno farlo al più presto - che la customer experience passa sempre più dai servizi di contorno e che non basta vendere un buon prodotto per rendere contento il cliente finale. Questo, naturalmente, non significa che è sempre vero il vecchio detto «il cliente ha sempre ragione». Tutti abbiamo avuto a che fare con persone scortesie, che usano toni sbagliati o che pretendono senza aver alcun diritto. Significa però che, in alcuni casi, uscire dalle procedure standard può essere utile e vantaggioso per tutti.

*\* Managing Director di EasyHunters*