



Customer centricity: la strategia di Allianz per costruire una customer experience perfetta

CASE STUDY - ALLIANZ



Il cliente



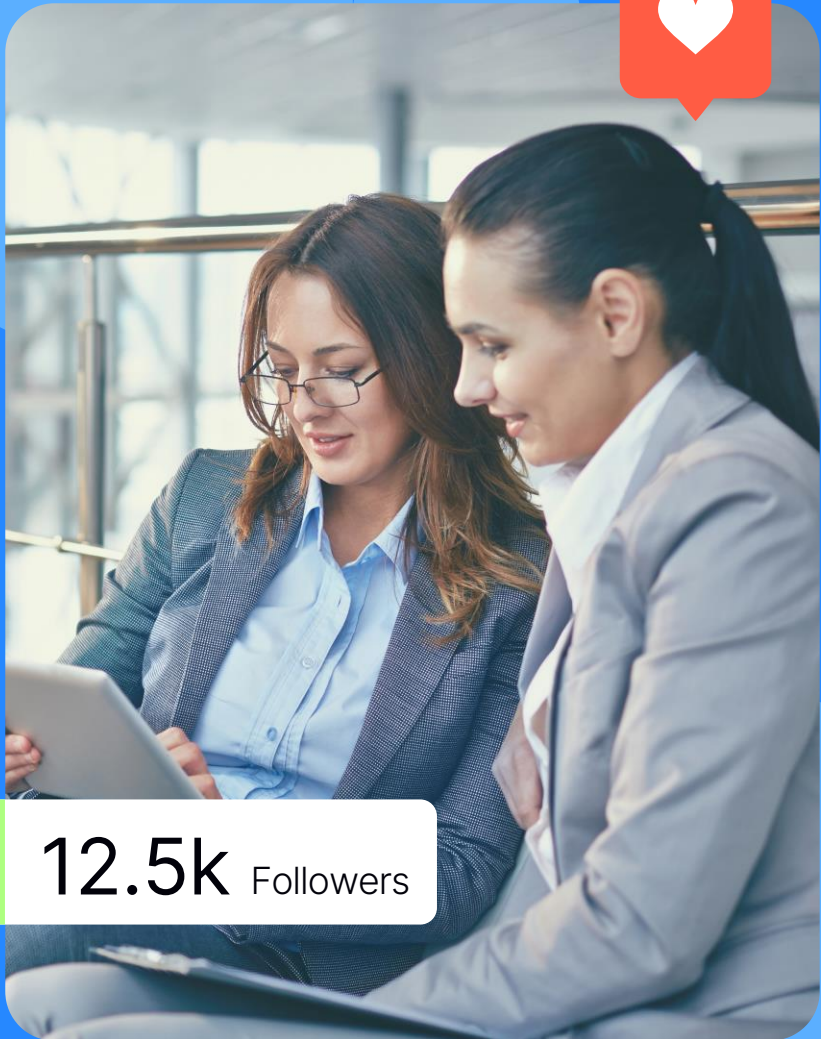
Allianz è tra le più importanti compagnie assicurative al mondo, leader nell'offerta di servizi finanziari, bancari e assicurativi. Presente in più di 70 paesi, conta più di 100 milioni di clienti.

La customer satisfaction è una componente centrale della strategia di Allianz France.

Con oltre 10.500 dipendenti in Francia, il brand aveva bisogno di migliorare le interazioni azienda / consumatore, aiutando i propri collaboratori a rendere i clienti più soddisfatti.

In un settore competitivo e difficile come quello assicurativo, conoscere e migliorare la soddisfazione dei propri clienti è indispensabile: ecco perché Allianz France ha scelto Skeepers Feedback Management





12.5k Followers



SETTORE

Banche e assicurazioni



SITO WEB

www.allianz.fr



CLIENTE SKEEPERS DESDE

2021



PRODOTTI

Feedback Management



Mathieu Talleux

Telephone Solutions & Client Contact Center Manager

Il gruppo ha raggiunto risultati tangibili, migliorando la customer loyalty e abbassando i costi, attraverso questionari più brevi e frequenti. Gli insight sono il motore che guida le strategie operative e di business. Con Skeepers possiamo offrire la migliore esperienza cliente possibile, rivolgendoci in modo personalizzato a ciascun cliente.



Le sfide



Fidelizzare i clienti migliorando il loro livello di soddisfazione

Allianz voleva puntare sulla individualizzazione, sul riconoscimento e sull'empatia, prestando la massima attenzione ai suoi clienti come individui.

Questo avrebbe permesso un **più alto livello di customer retention**, ma non solo: i clienti più soddisfatti si sarebbero trasformati in **veri e propri Brand Ambassador**, pronti a consigliare i servizi Allianz e a far crescere il brand.

Per raggiungere questi risultati il brand aveva bisogno di ascoltare la «Voce del cliente», raccogliendo feedback da analizzare e da tradurre in azioni concrete da parte dei suoi collaboratori.



Le sfide



Crescere all'interno di un mercato competitivo e in continuo mutamento

“Oggi ogni collaboratore conosce i modi e i tempi per rispondere a un'insoddisfazione del cliente. Abbiamo le capacità per misurarla e per identificare le priorità: in questo modo siamo più agili e miglioriamo quotidianamente i processi e l'approccio al cliente.”

Nel mercato assicurativo non basta più puntare sul prezzo o sui servizi: per crescere e per distinguersi dalla concorrenza Allianz voleva puntare sul cliente.

Ma cosa rende un cliente soddisfatto? Il segreto è **coinvolgere i collaboratori Allianz**, dando loro tutti gli strumenti e le informazioni per rendere i loro clienti pienamente soddisfatti. E queste informazioni arrivano proprio dai feedback dei clienti!



Le soluzioni



Catturare la Voce del cliente

Allianz ha adottato con Feedback Management un sistema per raccogliere feedback diretti da analizzare e gestire in modo efficace per prendere decisioni data-driven e definire le priorità. Ecco in che modo:

- Invio di SMS per misurare l'NPS subito dopo il contatto telefonico.
- Identificazione dei principali motivi di soddisfazione e insoddisfazione della clientela (tempi d'attesa, qualità della risposta, capacità d'ascolto, ecc.) al fine di adattare al meglio i servizi.



Le soluzioni



- **Immediato «re-engagement» dei clienti insoddisfatti** grazie all'integrazione tra Feedback Management e il CRM. La flessibilità del tool permette ai team di adattare in pochi click i flussi delle chiamate, facendo ricontattare il cliente dal consulente più adatto. Ogni punteggio sotto il 6 fa scattare un alert con il motivo dell'insoddisfazione e il cliente viene subito richiamato.

La gestione real-time degli episodi di insoddisfazione consente di risparmiare tempo e di rialzare il livello di soddisfazione del cliente.



I risultati

+7 punti

Aumento del Net Promoter Score

L'aumento del punteggio NPS indica una maggiore fedeltà dei clienti e volontà di consigliare Allianz a conoscenti e amici. Un alto NPS è indice di crescita per un'azienda.

50.000

Survey inviate al mese

La survey viene inviata immediatamente dopo il contatto telefonico con il Customer Service.



I risultati

- Conoscenza delle esigenze e dei bisogni dei clienti per una migliore customer retention.
- Miglioramento delle competenze dei dipendenti e della loro capacità di gestire con più efficacia le relazioni con la clientela, il tutto finalizzato ad aumentare la soddisfazione dei clienti!
- Maggiore agilità per ottimizzare processi e strategie.
- Maggiore focus da parte dei manager sulla creazione di valore aggiunto e sulla definizione delle giuste priorità.

+2 punti

Aumento del Satisfaction Score

L'aumento di questo parametro indica una maggiore soddisfazione dei clienti Allianz rispetto all'esperienza offerta dal brand. I clienti soddisfatti sono clienti fidelizzati!



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

[Richiedi una demo](#)

