



Feedback Management

Come Le Figaro migliora la customer experience e fidelizza il suo pubblico

CASE STUDY – LE FIGARO



LE FIGARO



Il cliente



Le Figaro aveva l'obiettivo di **definire, gestire e ottimizzare la customer experience su tutti i canali**, al fine di offrire un'esperienza fluida, personalizzata e di qualità per tutti i servizi offerti.

Le Figaro ha seguito con attenzione le aspettative e i bisogni dei clienti: per ottenere un alto livello di soddisfazione, l'ascolto resta infatti la soluzione più efficace.

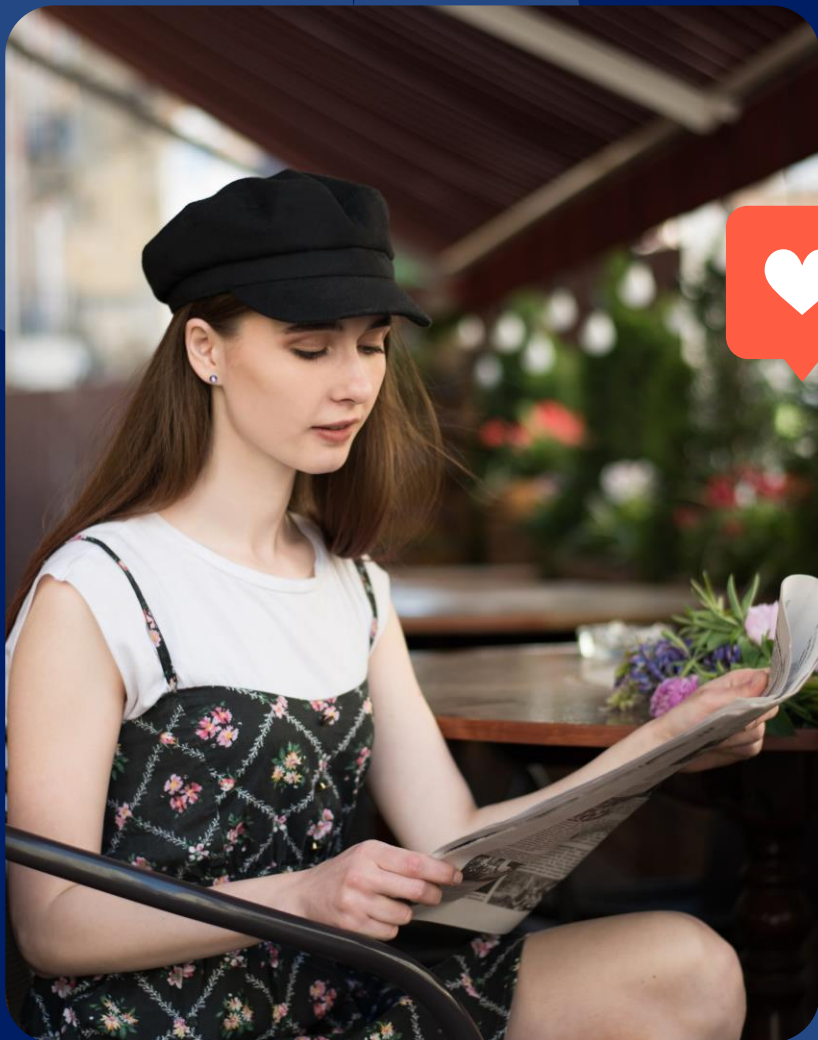
Grazie ai risultati ottenuti, il gruppo ha potuto creare dei nuovi servizi e fornire un supporto individuale a ciascun lettore.

La relazione con i clienti è stata completamente personalizzata in modo che ogni abbonato si potesse sentire unico, apprezzato e premiato per la sua fedeltà.

Grazie a Skeepers Feedback Management, Le Figaro ha fatto della **customer experience un elemento distintivo** per differenziarsi dalla concorrenza, mantenere alta la qualità in tutte le interazioni con i clienti e instaurare con essi un rapporto duraturo e di fiducia.

Ascoltando e valorizzando i propri clienti, il gruppo ha rafforzato la customer satisfaction e la fedeltà al brand.





SETTORE

Editoria



SITO WEB

www.lefigaro.fr



CLIENT SKEEPERS DEPUIS

2021



PRODOTTO

Feedback Management

Il Gruppo Le Figaro è un editore multimediale, player di riferimento nel mondo digitale.

Le Figaro è in Francia il più importante sito di news, con quasi 7 milioni di visitatori unici ogni mese. È anche il principale gruppo editoriale francese su mobile.



Le sfide



- Sfruttare una customer knowledge molto approfondita per sviluppare un customer journey fluido su tutti i canali.
- Rendere il gruppo il migliore del settore in termini di strategia user-centric.
- Rafforzare la customer satisfaction, la fidelizzazione e le opportunità di coinvolgimento nella relazione con il brand.



Le soluzioni



Quanto è stato difficile confermare l'ordine?

1 = poco difficile 5 = molto difficile

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Avanti

Misurare il CES e aumentare le vendite

Il team di customer experience era alla ricerca di una soluzione per **ridurre le difficoltà in fase di registrazione**, problematica segnalata da alcuni abbonati. Il team voleva inoltre valutare la chiarezza dell'offerta premium del gruppo.

È stato creato un questionario per misurare il Customer Effort Score (CES), che identifica lo "sforzo" percepito durante il processo di sottoscrizione.



Le soluzioni



Quanto è stato difficile confermare l'ordine?

1 = poco difficile 5 = molto difficile

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Avanti

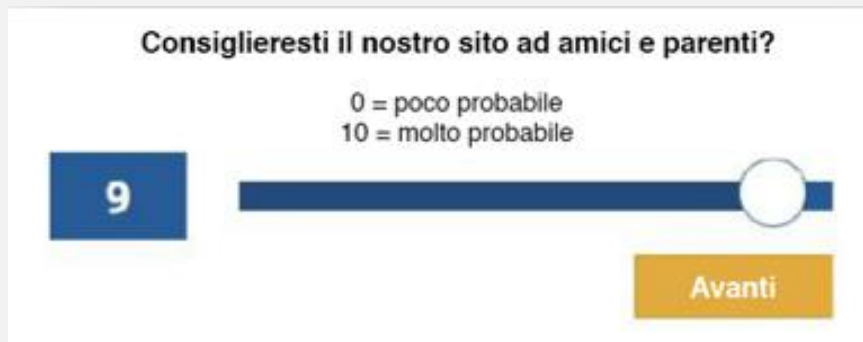
Vengono poi utilizzate due pagine di ringraziamento distinte per reindirizzare automaticamente l'utente in base alla risposta data (se ha giudicato lo sforzo minimo o significativo). **Grazie all'individuazione e all'eliminazione dei principali ostacoli nel processo di registrazione, il gruppo può aumentare le conversioni!**

Con Skeepers Feedback Management, Le Figaro ha potuto:

- **Ottimizzare** il funnel di vendita.
- Migliorare il **tasso di conversione**.
- **Aumentare** le nuove vendite.



Le soluzioni



Consigliaresti il nostro sito ad amici e parenti?

0 = poco probabile
10 = molto probabile

9

Avanti

Misurare il Net Promoter Score

Al termine del questionario, una domanda NPS permette di sapere **quanto i clienti sono propensi a consigliare Le Figaro a parenti e amici.**

A seconda della valutazione lasciata dall'utente, vengono mostrate delle sotto-domande specifiche per individuare cosa è piaciuto di meno (detrattore), i suggerimenti per migliorare (neutro) o cosa è stato apprezzato di più (promotore).



Le soluzioni

Nel complesso sei soddisfatto del nostro Servizio Clienti?

☐ Per niente soddisfatto

☐ Poco soddisfatto

☐ Abbastanza soddisfatto

☐ Molto soddisfatto

Per quale/i motivo/i ci hai contattato?

☐ connessione / assistenza tecnica

☐ pagamento / incasso / fatturazione

☐ rinnovo dell'iscrizione

☐ richiesta di informazioni

☐ disdetta dell'abbonamento

☐ altri

Migliorare le performance del servizio clienti

Le Figaro utilizza inoltre campagne di monitoraggio della customer satisfaction che permettono di **migliorare costantemente le prestazioni del suo servizio clienti**. Dopo ogni chiamata all'assistenza, viene inviato automaticamente al cliente un questionario.



Le soluzioni

Nel complesso sei soddisfatto del nostro Servizio Clienti?

☐ Per niente soddisfatto

☐ Poco soddisfatto

☐ Abbastanza soddisfatto

☐ Molto soddisfatto

Per quale/i motivo/i ci hai contattato?

☐ connessione / assistenza tecnica

☐ pagamento / incasso / fatturazione

☐ rinnovo dell'iscrizione

☐ richiesta di informazioni

☐ disdetta dell'abbonamento

☐ altri

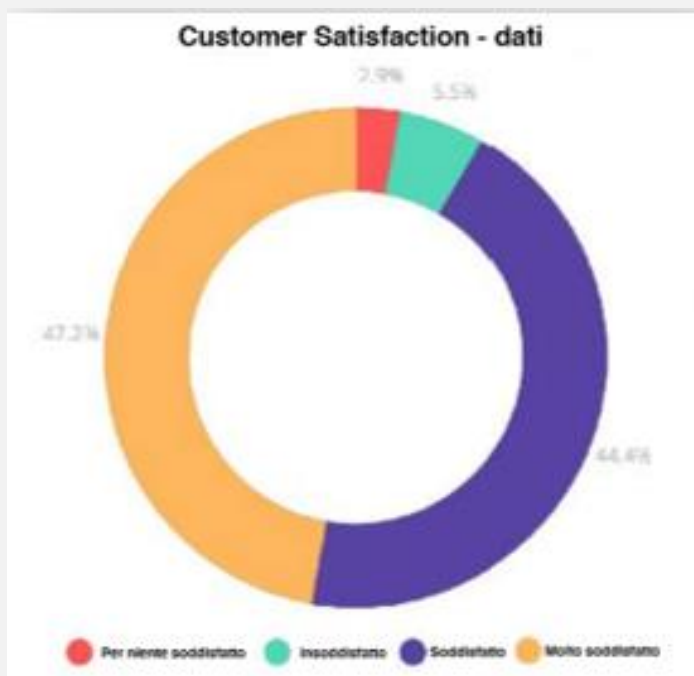
L'obiettivo è **ottenere un feedback a caldo del cliente** circa il motivo della richiesta di supporto, il numero di chiamate effettuate per risolvere il problema e il tempo di attesa prima della risposta. È anche un modo **per valutare le prestazioni dei collaboratori**: la gentilezza, la qualità della risposta data e il tempo di risoluzione del problema.

Queste campagne consentono al gruppo di:

- **Ridurre** il numero di richieste di supporto.
- **Migliorare** i KPI del Customer Service.



Le soluzioni

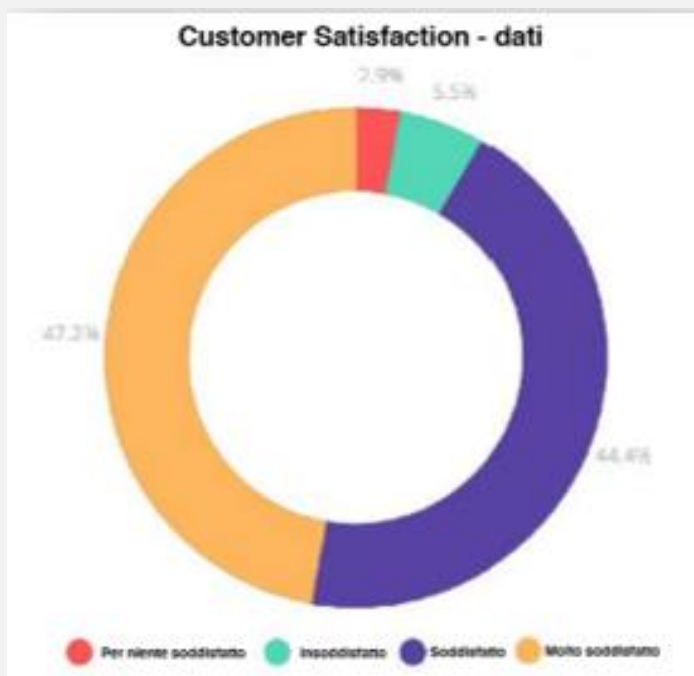


Condivisione di report statistici

Le Figaro ha impostato degli invii programmati di report statistici. Questi report sono **condivisi automaticamente con i dipendenti interessati**, su base giornaliera, settimanale o mensile. Gli **elementi analizzati sono molteplici e personalizzati in base alle esigenze**: analisi del percorso di acquisto, risultati dei questionari post-contatto, analisi mensile dei KPI, numero dei clienti promotori, confronto del livello di soddisfazione tra gli abbonati a un'offerta gratuita e a un'offerta a pagamento e, infine, report per condividere con i team le recensioni lasciate dai visitatori del sito.



Le soluzioni



Le Figaro utilizza i report statistici per:

- **Ottimizzare** continuamente i suoi servizi.
- Monitorare l'**esperienza del cliente**.
- Diffondere in tutto il gruppo un **approccio customer centric**.



Le soluzioni



1. **Potenziamento di Google Analytics:** i dati raccolti tramite Feedback Management, incrociati con i dati di tracciamento di Google Analytics, consentono **di monitorare la navigazione dei clienti e di conoscere la loro soddisfazione e il loro coinvolgimento**. In questo modo, i team di Le Figaro migliorano la customer knowledge, il processo decisionale e la personalizzazione dei contenuti.
2. **Export via FTP:** Le Figaro ha predisposto, all'interno del proprio account Feedback Management, un export di dati contenente l'elenco dei promotori. Ogni giorno una nuova lista viene esportata via FTP.



Le soluzioni



3. **Invio di un link di condivisione:** un'e-mail automatica, contenente un link per promuovere Le Figaro ad amici e parenti, viene inviata a ciascun promotore tramite un trigger post-risposta. L'obiettivo è **aumentare il numero degli abbonati, coinvolgendo i clienti più propensi a consigliare il brand ai propri cari.**
4. **Integrazione con la Data Management Platform:** l'integrazione con la DMP permette a Le Figaro di sfruttare al meglio i dati sul lungo periodo: che si tratti di clienti promotori, neutri o detrattori, si programmano azioni mirate per **migliorare la segmentazione e la personalizzazione delle interazioni aggregando variabili e dati.**



I risultati

+50%

Abbonati in soli
12 mesi

x4

Processo decisionale
più veloce

- Analisi e azioni post-risposta continue.
- Nuove idee e proposte per i clienti.
- Aggiornamento della Data Management Platform.
- Trasferimento di dati a Google Analytics.



I risultati

+13%

Clienti molto
soddisfatti in 12 mesi

+6 punti

Punteggio NPS degli
abbonati in 6 mesi



CASE STUDY – LE FIGARO

La testimonianza di Le Figaro: Pascale LEVEQUE

Responsabile Customer Experience



"Abbiamo scelto Feedback Management per fornire a tutti i team una migliore **conoscenza dei nostri clienti**, sia per quanto riguarda la loro soddisfazione, sia per risolvere alcuni punti deboli. Con la soluzione di Skeepers, la gestione della customer experience si semplifica: la piattaforma offre tutte le funzionalità necessarie per **alimentare costantemente la customer knowledge**.



CASE STUDY – LE FIGARO

La testimonianza di Le Figaro: Pascale LEVEQUE

Responsabile Customer Experience



Feedback Management ci consente di monitorare tutti i **punti di contatto con il nostro brand** senza essere mai invadente con i nostri utenti. Questo ci fornisce, nel tempo, dei benchmark che ci permettono di determinare i nostri obiettivi. Effettuiamo tutte le misurazioni possibili, interagendo online con l'utente e personalizzando la sua esperienza. Eseguiamo tutte le analisi di cui abbiamo bisogno e prendiamo le decisioni giuste utilizzando le dashboard decisionali di Feedback Management.

Infine, il **supporto dei team è ottimo** e consideriamo Skeepers un vero e proprio partner che ci aiuta costantemente! La piattaforma ci fornisce anche idee per azioni post-feedback al fine di migliorare l'esperienza dei nostri clienti, il tasso di conversione e la fidelizzazione."



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

[Richiedi una demo](#)

