

↔ Feedback Management

Norauto: una strategia vincente per l'ascolto e la conoscenza del cliente

CASE STUDY – NORAUTO

 Skeepers

Norauto



Il cliente



Leader europeo della manutenzione e degli accessori per automobili, Norauto è al fianco degli automobilisti da quasi 50 anni.

La strategia omnichannel del brand è supportata da una rete di oltre 650 centri nel mondo (9 paesi).

Nominato "Top Employer France", Norauto ha quasi 11.200 dipendenti in tutto il mondo.

Da sempre attento all'ascolto dei consumatori, il brand ha scelto in Francia la nostra soluzione Skeepers Feedback Management con l'obiettivo di migliorare ancora di più l'esperienza dei suoi clienti.





SITO WEB

www.norauto.fr



SETTORE

Automotive



CLIENTE DI SKEEPERS DA

2021



PRODOTTI

Feedback Management

Gaëlle MBODJ

Customer Experience &
Business Intelligence Manager

Stavamo cercando una soluzione flessibile e da gestire in autonomia, che sostituisse la nostra vecchia piattaforma di raccolta dati. Insight & Feedback Management è stato semplice e veloce da implementare. Apprezziamo soprattutto i consigli e le competenze che lo staff di Sleepers condivide con noi ogni giorno.



Le sfide



Migliorare la Customer Experience e la Customer Loyalty

Norauto si distingue per l'offerta di soluzioni innovative e accessibili che garantiscono agli automobilisti viaggi più semplici e sicuri.

Il brand aveva la necessità di condurre delle indagini per migliorare i suoi servizi e garantire dei prodotti che rispondessero continuamente alle esigenze dei suoi clienti.

In questo modo Norauto avrebbe potuto ottimizzare la Customer Experience e aumentare il livello di fedeltà dei suoi clienti.



Le sfide



Creare in autonomia questionari flessibili e personalizzati

Per conoscere al meglio i suoi clienti, Norauto voleva attivare dei questionari sia sul sito sia via e-mail.

La gestione delle survey doveva essere flessibile e semplice, dando allo staff di Norauto la possibilità di intervenire agilmente e in totale autonomia sulle campagne.

Inoltre Norauto aveva l'esigenza di creare questionari personalizzabili e dinamici, da **adattare anche a situazioni e a scenari complessi**.



Le soluzioni



Sviluppo di 3 tipi di campagne

- **Indagini sui prodotti** programmate dai product manager e dal dipartimento marketing. Questi questionari si attivano per e-mail dopo un acquisto online o nel punto vendita.
- **Survey per la conoscenza del cliente** con l'obiettivo di monitorare e misurare la soddisfazione del cliente. Queste survey consentono di comprendere le abitudini di acquisto (ad esempio gli orari preferiti dai clienti) e il livello della relazione con il brand (ad esempio la condivisione di valori come la sostenibilità).
- **Campagne di registrazione** ad eventi privati nei centri Norauto (come l'apertura di un nuovo punto vendita). Dopo l'evento il cliente riceve un questionario di gradimento.



I risultati

34.000

feedback raccolti
a inizio 2020



The image shows a digital survey form for Norauto. At the top, the Norauto logo is on the left, and a smiling man's face is on the right. Below the logo, the text 'RACCONTACI TUTTO!' is written in white on a yellow background. The main body of the form contains the following text: 'La tua soddisfazione è al centro delle nostre preoccupazioni, vorremmo conoscere la tua opinione riguardo al tuo servizio del 26/11/2019 nell'officina Norauto TOULOUSE PURPAN'. Below this is the question 'CHE VALUTAZIONE DAI AL SERVIZIO DELL'OFFICINA PRESSO NORAUTO PURPAN?' followed by five yellow stars. A note says 'Per favore clicca sul numero di stelle corrispondente ai tuoi sentimenti'. At the bottom, it says 'Stai tranquillo, ti ci vorranno solo pochi minuti!' and a blue button labeled 'ECCO LA MIA OPINIONE'.

- **Ottimizzazione dell'offerta grazie ai feedback dei clienti** in merito a packaging, design, utilizzo... I questionari hanno aiutato Norauto ad individuare delle lacune nella comunicazione sul prodotto e a comprendere meglio il comportamento di acquisto dei consumatori (criteri della scelta, uso dei prodotti...).
- **Miglioramento delle pratiche di merchandising** grazie alla raccolta dei feedback sull'esperienza in store. In questo modo Norauto è riuscito a concentrare l'attività dello staff in negozio sui compiti principali, con un notevole risparmio di tempo e un aumento dell'efficienza dei team.
- **Conoscenza dei collaboratori Norauto** grazie ai questionari di Sleepers Feedback Management inviati dal brand ai suoi dipendenti!

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real about feedback

[Richiedi una demo](#)

