



Feedback Management

Come SNCF trasforma casi di insoddisfazione in opportunità per aumentare la Customer Satisfaction

CASE STUDY - SNCF



Il cliente



SNCF, la Società nazionale delle ferrovie francesi, è uno dei principali gruppi di trasporto europei con 5 milioni di viaggiatori giornalieri in Francia.

Il suo obiettivo è facilitare gli spostamenti, semplificare il trasporto di persone e merci e sviluppare un nuovo concetto di mobilità.

L'azienda è sempre attenta ai bisogni e alle aspettative di tutti i suoi clienti. Al fine di facilitare questo ascolto, ha scelto la soluzione **Sleepers Feedback Management** per essere ancora più vicina ai suoi clienti e migliorare la Customer Satisfaction.





192k Followers



SETTORE

Trasporti



SITE WEB

Sncf.com



CLIENTE DI SKEEPERS DAL

2021



PRODOTTI

Feedback Management



Dylan Brière

Project Manager – Voice of the Customer

Cercavamo una soluzione per individuare i punti di frizione con i nostri clienti, prevenirli e massimizzare la soddisfazione del cliente, proprio partendo dall'individuazione e dall'analisi efficace di questi episodi.



Le sfide



Ottimizzare la Customer Experience con la Voce del Cliente

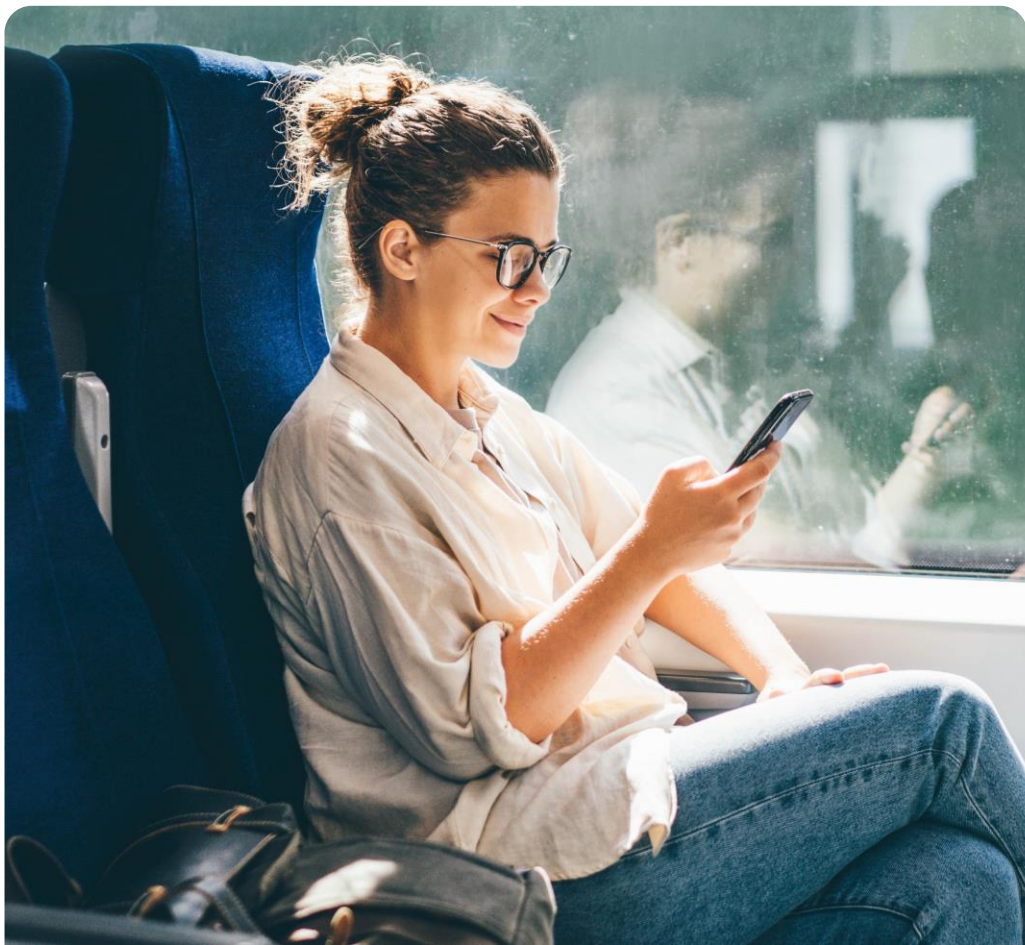
SNCF voleva utilizzare i feedback dei suoi clienti per migliorare la loro esperienza col brand.

In un mercato sempre più competitivo, SNCF sa bene che per distinguersi è necessario coltivare una relazione di valore con i propri clienti.

SNCF era quindi alla ricerca di **una soluzione con cui creare dei sondaggi «su misura»** per testare la soddisfazione dei clienti e aiutare i team a migliorare costantemente la qualità dei servizi offerti.



Le sfide



Trasformare in opportunità gli episodi di insoddisfazione

Anche i clienti di SNCF posso sperimentare occasionalmente dei momenti di frizione con l'azienda.

Per SNCF questi episodi sono molto importanti: individuarli infatti consente all'azienda di lavorare su di essi, trasformando un punto debole in un'opportunità.

SNCF aveva bisogno di una soluzione che permettesse di: **comprendere in tempo reale le esigenze e le insoddisfazioni avvertite dai clienti**, ottimizzare il processo di gestione di questi episodi e sensibilizzare tutti i team aziendali coinvolti.



Le soluzioni



Sviluppo di un tool di feedback su misura

Insieme a Sleepers, SNCF ha sviluppato un tool su misura per raccogliere i feedback dei clienti in situazioni particolarmente delicate (ritardi, annullamenti, cambi...).

Il tool si attiva in corrispondenza di eventi precisi al fine di raccogliere «a caldo» il feedback del cliente su un episodio che può aver generato una frizione.



Le soluzioni



Ecco le principali caratteristiche dell'applicazione:

- **Agile:** invio del questionario entro 48 ore dall'episodio.
- **Adattabile:** personalizzazione delle domande in base all'evento vissuto.
- **Integrato:** integrazione con i dati operativi (durata del viaggio, percorso, staff presente...).

Punti chiave per la preparazione del questionario:

- **Contestualizzazione** dell'episodio.
- **Definizione** e adattamento delle domande.
- **Invio** di un messaggio di scuse e di un questionario.



Le soluzioni



Analisi dei dati raccolti per un miglioramento continuo

Una volta raccolti i dati, SNCF li analizza e sulla base di queste analisi mette in atto un piano di azione specifico.

Ecco i principali step del processo:

- **Analisi** dei dati.
- **Individuazione** delle problematiche prioritarie.
- **Definizione e programmazione** delle azioni da intraprendere.
- **Misurazione** dell'impatto delle nuove misure adottate.

I **risultati** sono **condivisi** con centri operativi, responsabili e durante incontri formativi, sottolineando a tutti l'importanza di sfruttare le situazioni negative per individuare le aree di miglioramento e trasformare quegli episodi in opportunità!



I vantaggi



Ecco i principali vantaggi che SNCF ha individuato nella soluzione Feedback Management:

- **Agilità della soluzione** nella personalizzazione delle domande.
- **Analisi dei dati in tempo reale** grazie alle dashboard della piattaforma.
- **Report molto intuitivi** e facili da configurare o duplicare.
- **Condivisione dei dati** in tempo reale con i team coinvolti.

Clienti che hanno subito un ritardo importante possono a volte avere un tasso di soddisfazione superiore a chi ha subito un ritardo lieve: **è la gestione dell'evento che determina la percezione del cliente.**

La raccolta e l'analisi dei feedback dei clienti danno l'opportunità concreta di migliorare la Customer Experience e la percezione che i clienti hanno del brand, trasformando episodi di frizione in opportunità per aumentare la soddisfazione del cliente.



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

Richiedi una demo

