

CASE STUDY



REALE GROUP

Reale Group sceglie Medallia per la gestione ottimale dei suoi clienti



+ 4,6

milioni di clienti

+ 3.700

dipendenti tra Italia, Spagna e Cile

Il 49%

dei detractor richiamati sono passati a "neutro"

Il 24%

dei detractor richiamati sono passati a "promotore"

REALE GROUP
Industry: Assicurazione

Medallia

S U M M A R Y

- Reale Group pone il cliente al centro della sua strategia aziendale con il motto “Together More”.
- Reale Group ha scelto Medallia come piattaforma per raccogliere e analizzare la “Voice of the Customer” (VOC) in modo strutturato e continuativo.
- L’implementazione di Medallia ha migliorato la customer experience (CX) e ottimizzato i customer journey, portando a una crescita significativa del Net Promoter Score (NPS) relativo alla qualità del servizio.
- L’utilizzo delle soluzioni Medallia ha comportato benefici come la riduzione dei costi di assistenza, dell’abbandono dei clienti e il supporto alla digital transformation dell’azienda.

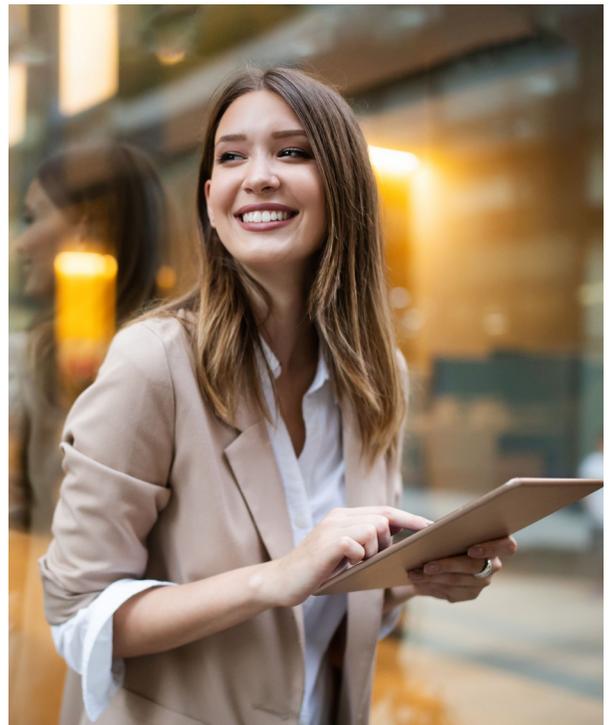
Sfida

In linea con i valori aziendali, il piano strategico quadriennale di Reale Mutua definito nel 2019 prevedeva tra i pillar quello di diventare una realtà ancor più “customer-centric”. La mission definita in seguito a una prima analisi è stata quindi quella di dotare l’azienda di competenze, metodologie e tecnologie che le permettessero di indagare meglio – rispetto a quanto era stato fatto fino a quel momento – la voce del cliente in modo da capire i suoi profondi bisogni, poterli analizzare in modo continuativo e agire fornendo risposte appropriate a tutti i suoi desiderata.

Le survey realizzate “una tantum” da società esterne si sono rivelate non sufficienti,

evidenziando la necessità di dotarsi di una piattaforma tecnologica in grado di ascoltare in maniera strutturata, continuativa e profonda la Voice of the Customer (VOC) attraverso un’analisi puntuale, necessaria a migliorare il sentiment della client base e raggiungere in questo modo importanti obiettivi di business.

Va premesso che l’adozione di una piattaforma per la gestione della CX in Reale Group è andata di pari passo con lo sviluppo in tutti i dipartimenti di una cultura sulla centralità del cliente attraverso l’organizzazione di meeting e training dedicati e l’individuazione di 30 ambassador, sostenuto dal potenziamento progressivo delle capability tecnologiche generali e di quelle organizzative necessarie per rispondere alle indicazioni che arrivano dai clienti e migliorare costantemente così i loro journey, oltre che le esperienze offerte.



Azione

“In una prima fase abbiamo lavorato con il team di Medallia per implementare la loro piattaforma e ascoltare e analizzare la voce del cliente in ogni touchpoint, dando priorità all’individuazione dei principali punti deboli, in gergo pain point, oltre a monitorare il livello di soddisfazione dei nostri assicurati e comprendere cosa influenzasse positivamente o negativamente i feedback. Nella seconda fase ci siamo concentrati invece su un approccio più strategico di utilizzo delle tecnologie messe a disposizione da Medallia per gestire concretamente la Customer Experience (CX) e migliorarla, dando vita a un reale Customer Experience Management”, aggiunge il manager di Reale Group.

In ciascuno di questi step, Reale Group si è avvalsa della piattaforma Medallia Experience Cloud per analizzare in maniera massiva i feedback richiesti ai clienti durante i diversi momenti chiave dei loro journey attraverso i touchpoint sia fisici che digitali, dando priorità ai journey maggiormente strategici. Ciò ha consentito all’azienda di poter raccogliere in breve tempo una quantità importante di insight sulle maggiori criticità e iniziare quindi tempestivamente a

comprendere dove e in che modo agire per ridurle.

“Oltre alla rapidità di messa a punto, abbiamo riscontrato ulteriori plus nell’implementazione delle soluzioni di Medallia che ci hanno davvero convinto della scelta fatta, a cominciare dalla facilità di utilizzo e dalla capacità di fornire informazioni dettagliate e già targettizzate per dipartimento”, prosegue Paolo Crivello di Reale Group.

Non va sottovalutato che la piattaforma di Medallia è oggi anche “l’accentratore” delle analisi dell’esperienza cliente in Reale Group. Contestualmente all’implementazione delle soluzioni di CXM (customer experience management), l’azienda ha avviato un progetto globale di creazione di un data lake in cloud che ha coinvolto la suite di Medallia, con positivi riscontri da parte di questa tecnologia di integrare i dati derivanti dai feedback dei clienti con quelli provenienti da altre fonti interne. La compagnia può beneficiare così di una maggiore profondità degli analytics al servizio di decisioni più potenti.

Impatto

I vantaggi derivanti dall'utilizzo di queste soluzioni sono stati molteplici: Reale Group ha affinato le modalità di ascolto della voce del cliente e migliorato i customer journey, ma ha anche potuto ottimizzare la CX attraverso il supporto della piattaforma nelle fasi di "close the loop" e "outer loop". Questo si è tradotto, per esempio, in un ritorno sugli efficientamenti operativi – come nel caso del servizio clienti – rivisti tenendo conto dei "punti di criticità" emersi dall'analisi della VOC, con interventi sulla qualità della risposta e sulla riduzione dei tempi di acquisto. Risultato: una netta crescita dell'NPS (Net Promoter Score) relativo alla qualità del servizio.

"Recentemente abbiamo condotto un'analisi per valutare gli effetti che l'attività di 'close the loop' ha avuto sul cliente e il suo livello di soddisfazione. Volevamo verificare se l'attività di ricontatto svolta dai colleghi clooper avesse migliorato la percezione del brand da parte del cliente detrattore e se questo si riflettesse in un miglioramento del NPS. Abbiamo studiato quindi i feedback gestiti dai clooper tra novembre 2021 e gennaio 2022 per poi concentrarci sui riscontri di chi ha risposto allo stesso sondaggio (relativo cioè alla stessa interazione) nei mesi successivi per poterne così valutare l'impatto diretto sui micro journey" dettaglia Paolo Crivello di Reale Group.

Analisi che hanno infatti evidenziato un trend positivo: in più del 90% dei casi il cliente ha espresso un feedback migliore nelle interviste successive, passando da "detrattore" a "neutro" nel 49% dei casi e addirittura da "detrattore" a "promotore" nel 24% dei casi.

Ma non è tutto: l'adozione della piattaforma di Medallia ha portato ulteriori benefici all'azienda come la riduzione del cost-to-serve e dell'abbandono dei clienti. Inoltre l'estensione dell'ascolto dei clienti anche sui canali virtuali, in particolare sul sito web, ha permesso di supportare il percorso di digital transformation della compagnia in essere e di rendere l'esperienza "self service" dei clienti ancora più soddisfacente.



“

Abbiamo iniziato a valutare diverse aziende che potessero supportarci in questo percorso e la scelta si è indirizzata su Medallia. La piattaforma Medallia Experience Cloud rappresenta infatti una soluzione all'avanguardia non solo nella raccolta dei feedback, ma anche nella loro analisi e nell'orientamento all'azione. Inoltre Medallia vanta un forte know how grazie ai numerosi clienti di tutti i settori e un approccio consulenziale d'impronta strategica, oltre che tecnologica: aspetti che ci hanno convinto della validità e dell'unicità della proposta

Paolo Crivello

Responsabile Customer Experience e Relationship Management.



What's next

Reale Group è attualmente impegnata nel correlare il net promoter score con altri dati commerciali che normalmente l'azienda monitora, come ad esempio il tasso di abbandono e di cross selling, per verificare il legame tra soddisfazione e metriche che influenzano il business. Il passo successivo sarà quello di analizzare la correlazione fra questo KPI e i dati ancora operazionali per arrivare infine a una valorizzazione economica alle azioni di CXM.

Un altro obiettivo futuro nell'ambito del progetto sarà creare una governance dei processi di outer loop, anche per dare continuità e rilevanza a questa fase, e il coinvolgimento del team di CX nel miglioramento dei touchpoint aziendali non fisici – a cominciare dall'ottimizzazione dell'App – e dei servizi digitali.

Informazioni su Medallia

Medallia è il pioniere e leader di mercato nell'esperienza di clienti, dipendenti, cittadini e pazienti. La pluripremiata piattaforma SaaS dell'azienda, Medallia Experience Cloud, è il sistema di raccolta dei segnali sull'esperienza che rende tutte le aziende consapevoli del sentiment e delle esigenze dei clienti e dei dipendenti. La piattaforma acquisisce miliardi di segnali sull'experience attraverso le diverse forme di interazioni, inclusi tutti gli strumenti vocali, video, digitali, IoT, social media e di messaggistica aziendale. Medallia utilizza soluzioni di intelligenza artificiale e la tecnologia di apprendimento automatico proprietari per rivelare automaticamente informazioni predittive che possano guidare azioni correttive e migliorative con ricadute sui risultati aziendali. I clienti Medallia riducono il tasso di abbandono, trasformano i detrattori in promotori e acquirenti, creano opportunità di cross-selling e up-sell immediate e guidano decisioni aziendali che incidono sui ricavi, fornendo chiari e potenti ritorni sugli investimenti. Per maggiori informazioni visitare il sito <http://www.medallia.com>.

Medallia

Copyright © 2023. Medallia Inc. All rights reserved.