

SETTORE DI
APPARTENENZA
AZIENDA CLIENTE
Distribuzione GAS

ESIGENZA E RISULTATI ATTESI

L'obiettivo dell'Azienda è migliorare il valore economico della relazione con i clienti (Utenze non domestiche).

Verificando

- per ogni caratteristica di prodotto, servizio e relazione il grado di soddisfazione;
- il grado potenziale di abbandono degli utenti in esame;
- la modalità di contatto preferita con gli uffici dell'azienda fornitrice del GAS;
- la pressione commerciale esercitata dall'attuale fornitore e da società diverse

SCHEMA DELL'INTERVENTO

L'indagine è stata realizzata intervistando un campione rappresentativo nazionale di 460 Utenti Commerciali, clienti dell'Azienda.

La metodologia di rilevamento utilizzata è quella telefonica, con supporto di un questionario strutturato.

Sales Maker nella prima fase dell'intervento ha provveduto alla definizione, di comune accordo con l'Azienda, dei fattori della qualità che caratterizzano il rapporto con i propri clienti, al fine di alimentare la continuità del miglioramento.

L'Azienda ha fornito a Sales Maker una lista dei propri clienti di numerosità pari a quattro volte quella prevista dal campione

I risultati dell'analisi sono stati presentati al Management Aziendale consegnando la Relazione conclusiva riportante le indicazioni strategiche.

SINTESI E CONCLUSIONI

Dalla sintesi delle analisi di customer satisfaction si è giunti a compilare la mappa delle priorità di intervento

Gli aspetti da presidiare, su cui mantenere un elevato standard di prestazione, sono quelli a cui gli utenti commerciali e sono:

- tempi di risposta ai reclami, sia scritti che verbali;
- tempi di attesa agli sportelli
- facilità di accesso telefonico agli uffici commerciali o tecnici
- velocità di risposta alle richieste commerciali dei clienti come ad esempio un preventivo per una nuova fornitura o un aumento della potenza del gas erogato.

Altre considerazioni emerse dall'Indagine sono che circa uno cliente su tre abbandonerebbe da subito l'attuale fornitore di GAS, con una considerevole quota di utenti commerciali indecisi (24%).

Le modalità di contatto preferite sono il numero verde, preferito dal 74% dei rispondenti.

Anche un sito web, che consenta l'effettuazione di operazioni tramite Internet ed e-mail ha elevate potenzialità di utilizzo tra gli utenti commerciali.

Segue...

CASE HISTORY

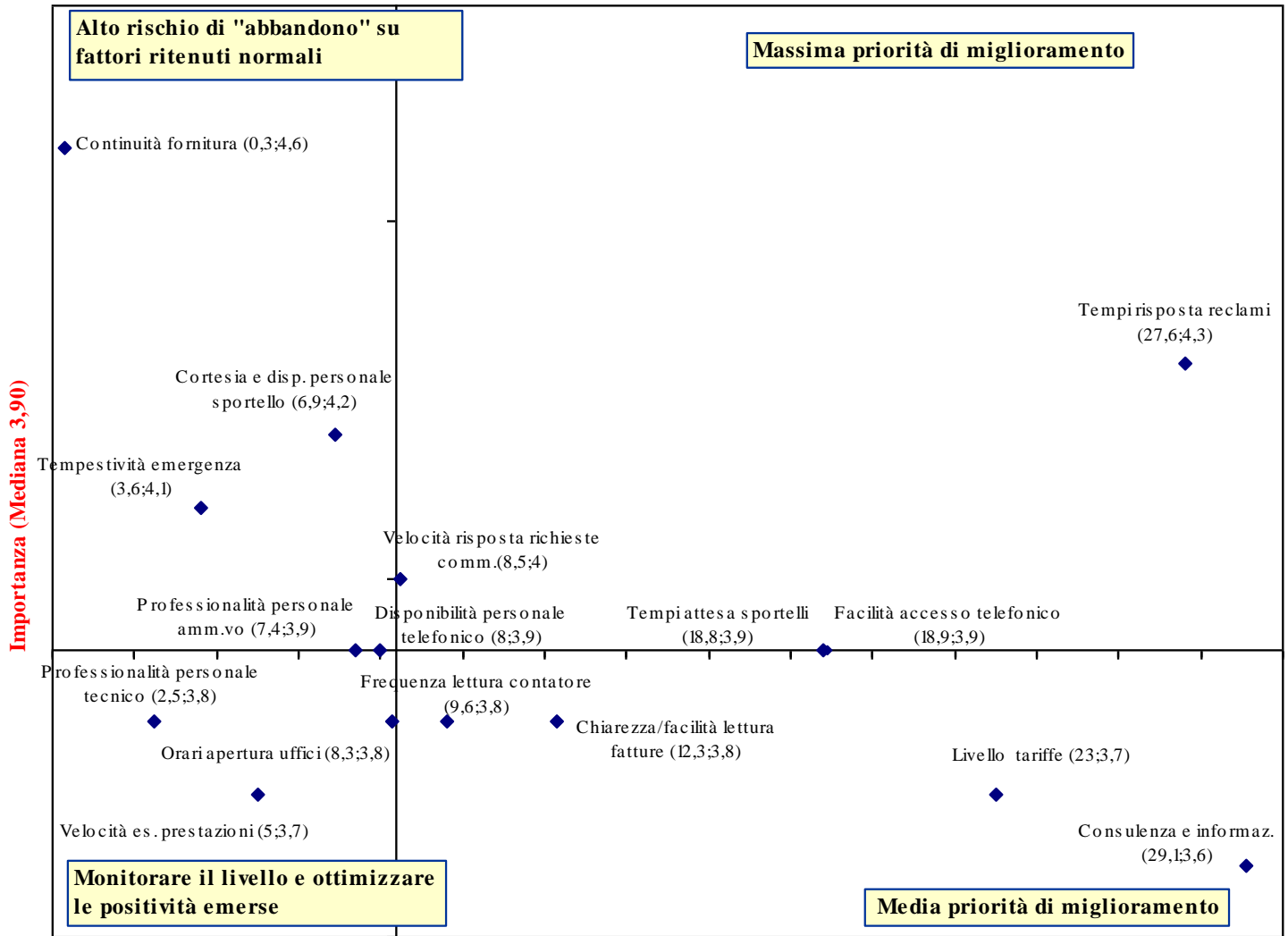


**Sales
Maker**

IL MIGLIORAMENTO DEI
RISULTATI DI VENDITA

www.salesmaker.it
info@salesmaker.it
Tel. 0331/677894

Mapa di Priorità - Complessiva



CASE HISTORY



% Insoddisfazione (Mediana 8,40%)

**Sales
Maker**

IL MIGLIORAMENTO DEI
RISULTATI DI VENDITA

www.salesmaker.it
info@salesmaker.it
 Tel. 0331/677894