

# Il Customer Experience Journey oltre la vendita

Integrare la gestione del credito per trasformare il “fastidio amministrativo” in valore, fidelizzazione e cash flow.



## Il Problema

Le mappe di viaggio tradizionali si interrompono dopo la vendita o l'assistenza, creando un divario tra teoria e realtà operativa.

## La Realtà

Il viaggio si conclude realmente solo quando il corrispettivo economico è al sicuro e il cliente è pronto a riacquistare.

## La Visione Sagres

Ignorare la fase del credito significa rischiare di distruggere il valore creato da marketing e vendite proprio sul traguardo.

# Il ‘momento della verità’ dimenticato: Gestione del Credito come CX

L'Italia è leader per ritardi nei pagamenti B2B. Il recupero crediti è spesso l'assente ingiustificato nella CX.

---

## Approccio Tradizionale



- Aggressivo e burocratico
- Il cliente si sente minacciato
- Promesse di pagamento false
- Risultato: **Churn** (Abbandono)

## Approccio Integrato



- **Educazione al pagamento**
- **Responsabilizzazione** del debitore
- Recupero come gestione della relazione
- Risultato: **Fidelizzazione**

---

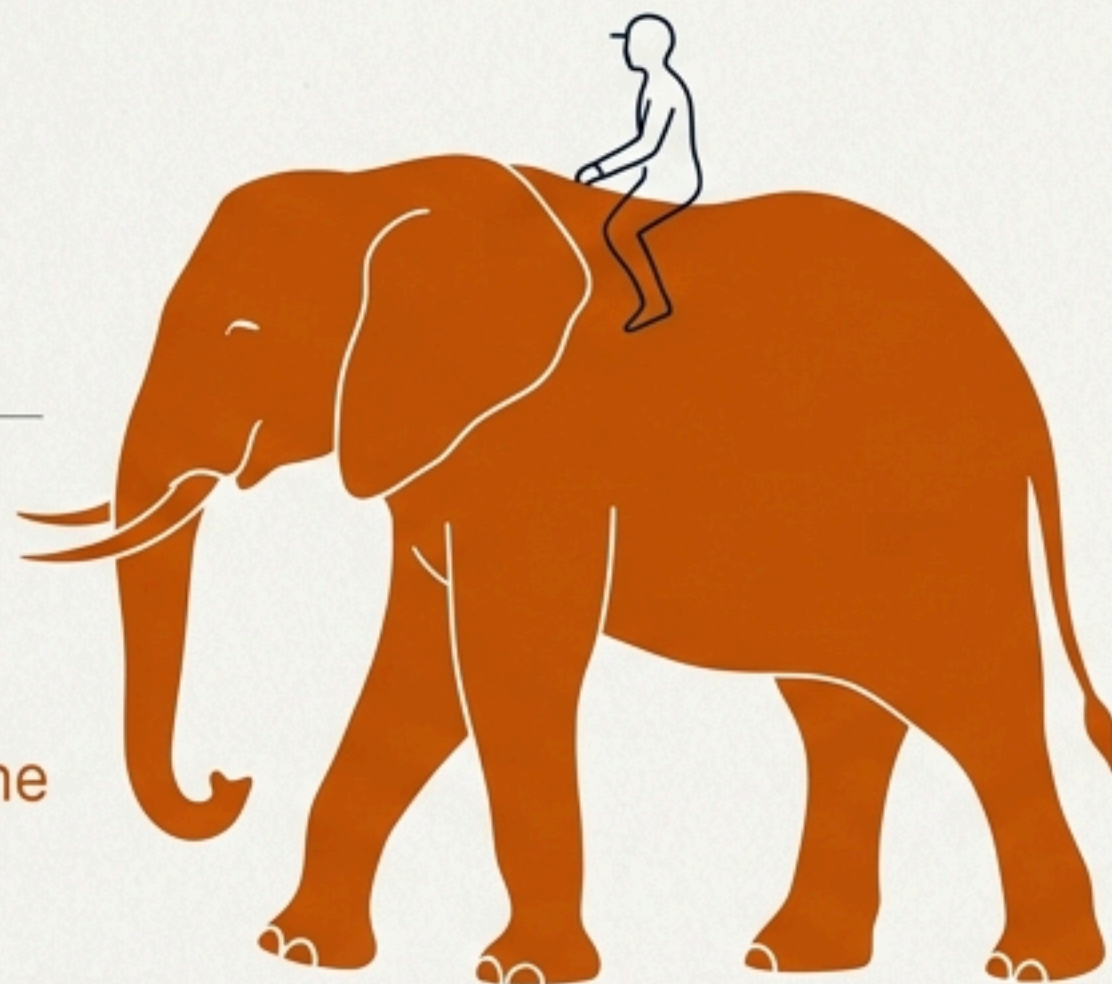
*“Un approccio sgarbato durante il recupero crediti può distruggere in pochi minuti anni di ottimo lavoro commerciale.”*

# L'elefante emotivo guida la direzione: Umanizzare il B2B

Il 70% dei decisori B2B ritiene che **fiducia e relazioni contino** più del prezzo.

## Sistema 1: L'Elefante

- Veloce
- Intuitivo
- Emotivo
- Guida la direzione



## Sistema 2: Il Guidatore

- Lento
- Logico
- Razionale
- Giustifica la rotta

## Il Concetto: Cliente Viscoso

Un cliente fedele per inerzia (abitudine), non per amore. È fragile come il vetro: un solo picco emotivo negativo (es. sollecito sgarbato) rompe la viscosità e lo trasforma in un detrattore.

# Pain Is Good (PIG Strategy): La gestione strategica dell'attrito

Eliminare ogni 'pain point' è costoso e crea esperienze piatte. La strategia è focalizzare le risorse sui 'Branded Pleasures' e accettare i 'Good Pains'.



**IKEA**

**Pain:** Montaggio fai-da-te.

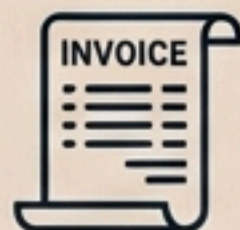
**Pleasure:** Design a basso prezzo.



**Starbucks**

**Pain:** Prezzo alto / Fila.

**Pleasure:** Esperienza 'Third Place'.



**Gestione Credito**

**Pain:** Pagare una fattura scaduta.

**Pleasure:** Consulenza e flessibilità (Piano di rientro).

*“Il dolore del pagamento diventa un'esperienza positiva se l'esattore agisce come un consulente.”*

# Dagli interrogatori alle conversazioni autentiche

---

## Il Vecchio Metodo



Questionari a risposta chiusa (20+ domande).  
Percepiti come un "pain point" aggiuntivo  
(frizione).

## Il Metodo Sagres



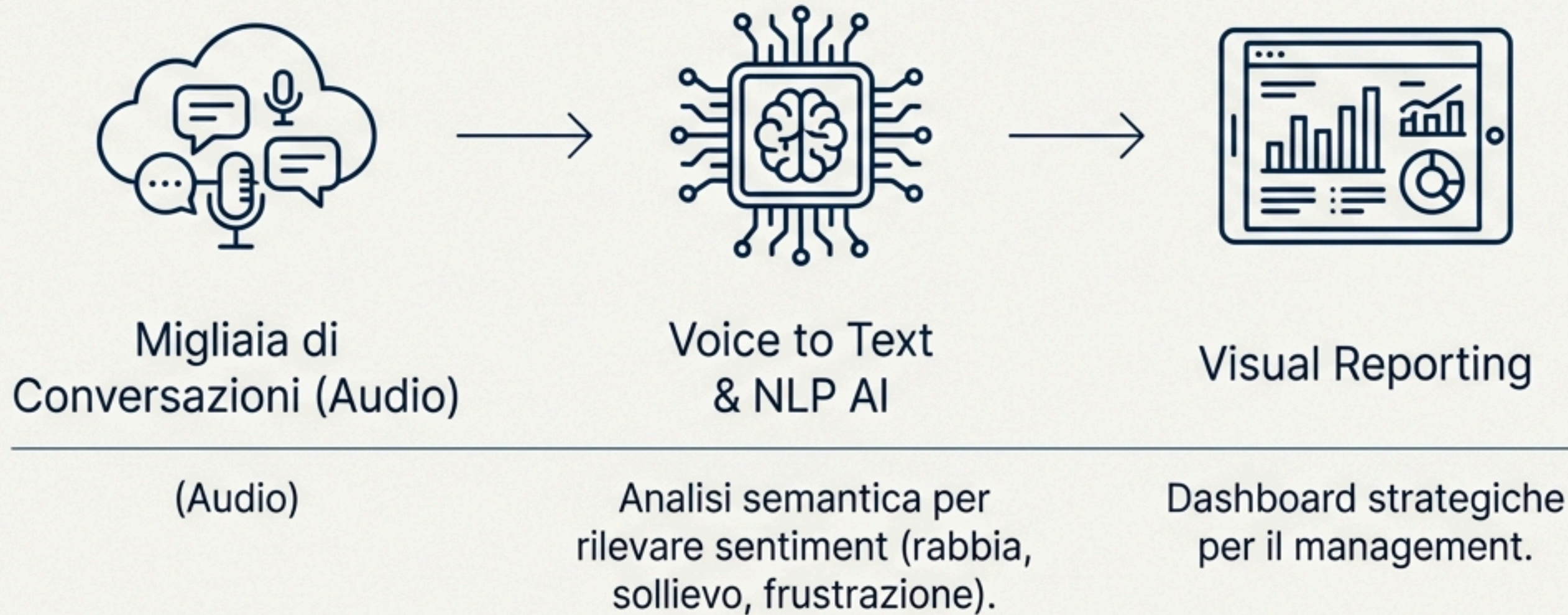
Domande Aperte (Voce del Cliente).  
"Qual è la ragione del suo voto?" o  
"Cosa renderebbe l'esperienza perfetta?".

---

**Obiettivo:** Intercettare l'inatteso. Scoprire driver di insoddisfazione che l'azienda non aveva ipotizzato.

# Tecnologia come ponte per l'empatia su scala

Trasformare milioni di parole destrutturate in strategia.



La tecnologia non sostituisce l'uomo, ma permette di vedere i dettagli 'di pancia' che i file Excel nascondono.

# Net Promoter System (NPS): Oltre il semplice punteggio

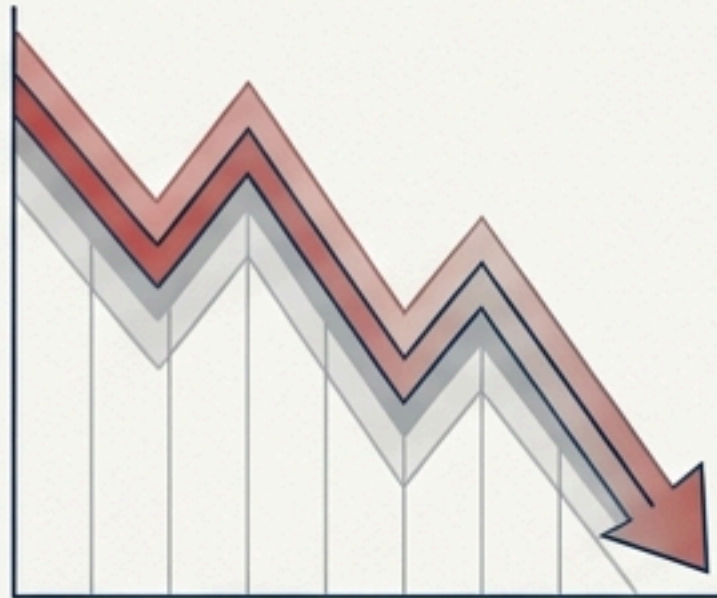
L'NPS è un **sistema, non un solo numero**. Non sommare indici diversi indiscriminatamente.



# Case Study Energy: La gentilezza è una leva economica (ROI) Confronto tra agent Inter

Confronto tra agenzie di recupero per un gigante dell'energia.

## Agenzie Aggressive

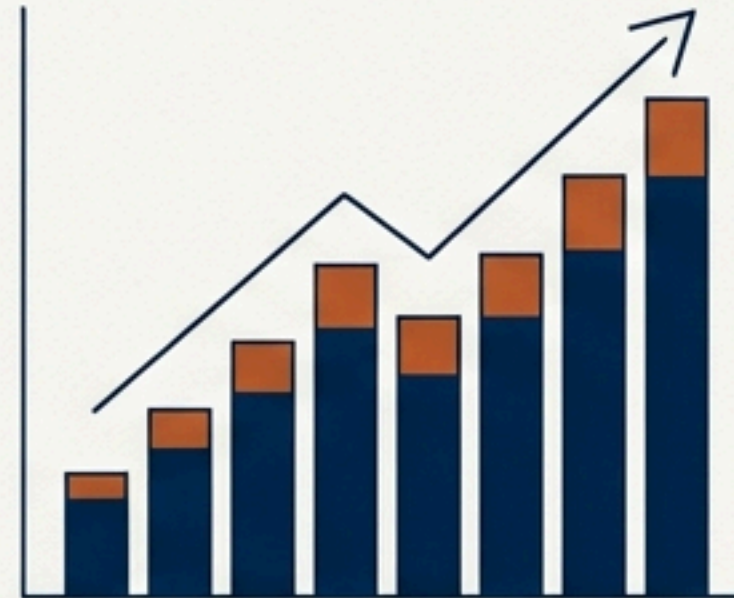


↓ 😞 Basso NPS

🔗 Alto tasso di promesse non mantenute

👤 Alto Churn (Fuga clienti)

## Agenzie Empatiche (Sagres)



↑ 😊 NPS Superiore

💰 Percentuali di incasso effettive più alte

🤝 Retention (Clienti fedeli)

L'aggressività porta a false promesse.  
L'ascolto porta a piani sostenibili e **cassa reale**.

# Case Study Schindler: Co-creazione e trasformazione culturale

**Evoluzione:  
Il “Collector” diventa  
“Brand Ambassador”**

Collaborazione totale tra  
Vendite e Credito per  
educare al pagamento fin  
dall'emissione della fattura.



**2x**

Raddoppio dei  
Ricavi in 5 anni

**-50%**

Capitale Circolante  
Netto dimezzato



**CX + Finance**

Trasformazione da problema  
amministrativo a leva commerciale

# La CX senza cambiamento è solo un hobby costoso.

---

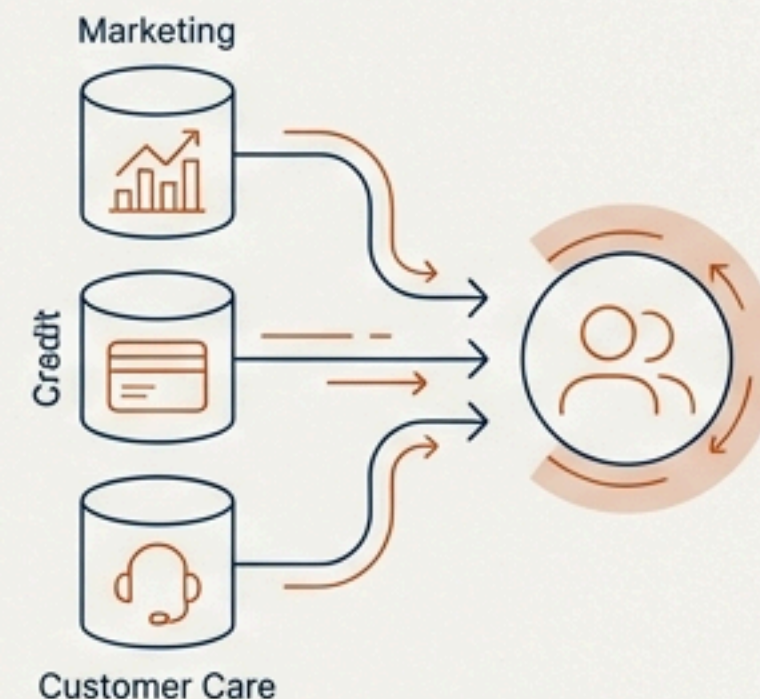
Misurare non basta. Serve azione.



**1. Abbattere i Silos:** I dati del credito devono parlare con Marketing e Customer Care.



**2. Citizen Experience:** Anche il settore pubblico beneficia della gestione umanizzata (es. ATER Potenza).



**Dietro ogni fattura c'è una persona. Investire nei momenti "difficili" protegge il fatturato e il futuro.**