

CXO DAY - Customer Experience Officer

30 Giugno 2022, Milano - UNAHOTELS Expo Fiera

Agenda CXO DAY - CUSTOMER EXPERIENCE OFFICER

08:30 | Registrazione dei partecipanti

08:55 | Apertura dei lavori a cura di IKN e del Chairman

09:00 | Tavola Rotonda

Customer Analytics e sviluppo di data platform per una CX integrata: dalla profilazione all'engagement per una UX soddisfacente. Come disegnare, modellare e adattare il dato utente?

- In un contesto iper-competitivo e iper-connesso, come generare valore nella transazione digitale?
- **CX e privacy**: come gestire le informazioni utente e cessione 3rd parties?
- Il ruolo dei touch point digitali e fisici nella misurazione del dato nell'interazione cliente-azienda: come analizzare le esigenze dei clienti generando insight di valore con la data analysis?
- **Voice commerce e Conversational marketing** con gli strumenti di virtual assistant e chatbot: come utilizzare i dati per la potenziare l'AI conversazionale fornendo un servizio 24/7 self service e coinvolgente?

- **Giorgio Gerardi** - Responsabile Customer Operations e Servizi Assistenza Clienti **Poste Italiane**
- **Kristoff Copmans** - EMEA Practice Lead **Sitecore**
- **Salvatore Zaccagnino** - Customer Insight Manager **illimity**

Modera la discussione:

- **Adriano La Vopa** - Co-Founder **ain't a GAME play seriously**

09:30 | Speech

Xcally: Artificial Intelligence nel Contact Center per una CX omnichannel

Analizziamo come uno strumento di gestione innovativa delle customer relation è capace di integrare in una singola user experience fonti di varia provenienza, come: voce, chat, e-mail, video, sms, social network e WhatsApp for business.

- Innovazione digitale nel customer care service: l'utilizzo dell' AI nella CX quali vantaggi ha prodotto?
- Come è possibile convergere i processi di business con tecnologie di intelligenza artificiale, robotica, video-relazione e business automation?

- **Diego Gosmar** - Head of International Operations **INGO Group**

09:45 | Case Study

Agile & Change Management: elementi di strategie e innovazione oltre il digital

Gli strumenti di Agile hanno permesso un cambio di "mindset" e di change management al fine di: massimizzare il valore che creano per il cliente e, aumentare la loro produttività diventando più agili.

Attraverso l'esperienza di Europ Assistance analizziamo come il cambiamento organizzativo e la formazione agile delle figure che lavorano in azienda contribuiscono al miglioramento della UX e della qualità di relazione con il cliente digitale.

- Come l'approccio agile ha contribuito alla valorizzazione dell'esperienza interna e alla valorizzazione del valore del cliente?
- Cosa vuol dire per voi avere una cultura di team? Quali benefici ha portato questo cambio di passo sui processi di customer centricity?

- **Enrico Tardocchi** - Head of Business Excellence & Customer Centricity **Europ Assistance Italia**

09:55

Panel

Keep in Touch with your customer: i vantaggi e il cost saving dell'integrazione tra CRM e Contact Center per una customer experience di successo

- Come **organizzare, automatizzare e sincronizzare** vendite, marketing, customer service sia **inbound** sia **outbound** per una gestione integrata dei clienti
- Come selezionare un **partner tecnologico funzionale**, che sia in grado di integrare l'**ecosistema IT** con tutti i **touch point** di contatto col cliente
- Come misurare i **KPI** di efficacia, efficienza e qualità di un contact center: **First Call Resolution** e **Call Duration** – per mantenere sotto i 4min la capacità di risoluzione e risposta ad un problema - **Cost per Call** costi di telemarketing per risolvere le controversie – **Customer satisfaction** come non scendere sotto il 90% del livello di **engagement** e **brand awarness**

Moderà la discussione:

- **Denise Cumella** - Founder **One Hour Marketing / Libri di impresa**
- **Alessandra Iaccarino** - Responsabile Customer Center **Sara Assicurazioni**
- **Michela Greco** - European CRM & Data Intelligence **Eurofins BioPharma**
- **Vittorio D'Alessio** - Sales Director Italia **Infobip**
- **Claudia Ghinfanti** - Head of Marketing & Communication **Alleanza Assicurazioni**
- **Maria Francesca De Biase** - Country Customer Manager **IKEA Italia**

10:45

Speech

CX e Instant Caring: fattori di riposizionamento del Brand e difesa della Digital Reputation

- Come utilizzare Dati e Service Design per trasformare l'esperienza del servizio e digitalizzare la Customer Journey
- **Alberto Pacifici** - Head of Marketing and CX **Dst - LIVETECH**

11:00

Case Study

Gamification marketing e Loyalty program: oltre il sistema a punti delle carte fedeltà per aumentare la customer satisfaction a favore di nuove CX interattive

Modelli di engagement immersivi attraverso l'uso di strumenti ludici e interattivi a potenziamento della CX

- Dal gioco alla raccolta punti: quali servizi e partnership potenziano l'engagement?
- Dal volantino al social marketing: il gioco costruisce la brand awareness e potenzia la vendita cross-channel, come?
- **Lorenzo Monzo** - Digital Marketing Manager **Gruppo VEGÉ**

11:15

Speech

Engagement Rewarding: the next step of gamification!

Customers just want to have fun: diverse ricerche mostrano che "Smiles and laughter can pay dividends".

- **Engagement Rewarding**: rendere ludico l'approccio diventa una leva essenziale di fidelizzazione e persuasione del cliente
- **Dalla teoria alla pratica**: la raccolta e l'azionabilità dei dati sui clienti è la chiave per poter attivare queste dinamiche. Come può supportarci la tecnologia?

Intervento a cura di Oracle

11:30

Networking Break

12:00

Tavola Rotonda

CX userfriendly a controllo del cliente "self-made": come potenziare la vendita e la fidelizzazione nell'iperconnettività riducendo i costi di gestione

Focus Insurance/Banking

- Quali sono gli **ostacoli culturali** che una compagnia assicurativa e una banca tradizionale devono sconfiggere con la **vendita di servizi on-line**?
- Chatbot vs operatore telefonico: quali usi per potenziare le relazioni? Quali diversi linguaggi possibili?
- Costi di gestione e di formazione degli addetti al **customer service**, quali benefici a lungo termine? Social media per l'ingaggio e strumenti per la profilazione utenti: quando il **digital** è indispensabile?
- **CX digitale** come elemento indispensabile per la fidelizzazione: come è possibile generare un'**experience più attrattiva**, entusiasmante e, soprattutto, emotivamente coinvolgente? Quali settori merceologici sono di aspirazione?
- Come è cambiata con gli stati emergenziali (pandemia e conflitto bellico), la percezione che i clienti hanno sul servizio assicurativo e finanziario? Quali esigenze sono emerse e quali i servizi proposti in risposta all'emergenza?

- **Marco Buccigrossi** - Direct Business Director **Verti Assicurazioni**
- **Andrea Zanzottera** - Head of Data Intelligence & Cross Selling **Banca Widiba**
- **Letizia D'Abbondanza** - Direttore Customer **AXA Italia**
- **Riccardo Negri** - Account Sales Manager **Eglue**

Modera la discussione:

- **Cristiano Nordio** - Co-founder **ain't a GAME** *

12:40

Speech

Punti ciechi nei dati: Nemici di una customer experience di qualità

- Casi d'uso di programmi di fidelizzazione e strategie di iper-personalizzazione
- **Frederic Zalma** - Head of Sales South Europe **Treasure Data**

12:55

Case Study

Metaverso e CX: esperienze virtuali per sperimentare un nuovo modo di interazione con il cliente destinato a rivoluzionare le modalità di acquisto

- Come generare esperienze sensoriali che combinino virtuale e reale
- Digital art, Metaverso e NFT: un fenomeno di moda o una risorsa per la nuova cx digitale?
- **Monica Palacios** - User Experience Designer **Deliveristo**

13:10

Networking lunch

14:15

Case Study

Follow4follow: nuove politiche di advertising per un drive to store coinvolgente

Analisi di un percorso di CX omnicanale che guidi i clienti sui diversi canali

- Come ingaggiare i clienti sui diversi touch point e rendere unica e irripetibile la sua CX?
- Come scegliere il giusto content e ottenere un buon ritorno in awarness?
- Come parliamo sui social media e con chi? Come raccontiamo i nostri valori sui diversi canali di comunicazione in tempi di pandemia e conflitti globali?
- **Aldo Innamorato** - Responsabile marketing e comunicazione **Zuiki**

14:30

Panel

Get Good Vibes to your Customer: quando la customer experience si arricchisce di emozioni colpendo i 5 sensi

Focus Retail

- **Design & Shopfitting.** Nuovi format di allestimento: dai totem digitali al **digital signage in store**, come sfruttare il visual merchandising per rendere la CX interattiva e narrare al proprio brand nel pdv?
- Ambientazione multisensoriale che veicola sensazioni significative, in grado di rafforzare la fedeltà a prodotti, brand e store. Dalla musica ai profumi: come "giocare" con le emozioni per conquistare il cliente?
- **Pop up shop, Temporary shop e Shop In Shop:** esempi di successo di CX che hanno conquistato il cliente per format, posizione, innovazione prodotto
- **Express yourself:** la nuova era del customer journey tra digital e personalizzazione del gusto

Moderà la discussione:

- **Denise Cumella** - Founder **One Hour Marketing / Libri di impresa**
- **Rossella De Vita** - Co-Founder **Gusto 17**
- **Tunde Pecsvari** - Chief Executive Officer **MACHA**
- **Danilo Gasparini** - Chief Executive Officer and CO-founder **BUN**

15:00

In Event Workshop

Utilizzare l'intelligenza artificiale nei contact center per una CX degna di Netflix

Offrire un'esperienza facile e senza ostacoli ai propri clienti è il modo migliore per fidelizzarli, e marchi come Netflix, Peloton e Farfetch sono tra i leader del settore. I consumatori di tutto il mondo si sono abituati a percorsi personalizzati e senza interruzioni. Tuttavia, molti non sanno che l'Intelligenza Artificiale (AI) alza l'asticella di questo standard di riferimento per l'esperienza del cliente. Avere un'esperienza di marca connessa lungo l'intero percorso del cliente è essenziale per trasformare la CX nel modo giusto. Esploreremo i risultati della CX guidata dall'IA nei contact center e come creare un'esperienza cliente simile a quella di Netflix, con i passaggi cruciali per intraprendere con successo un viaggio nell'IA.

- **Paolo Galizia** - Enterprise Solution Engineer **Talkdesk**
- **Andrej Carli** - Country Leader & Account Executive Italia **Talkdesk**

15:20

Networking Break

15:50

Case Study

Strumenti di valore per un customer engagement efficace nelle Utilities: due case a confronto

15.50-16.05 La diversificazione della community per una brand reputation efficace per ottimizzare e massimizzare la customer engagement

- Una nuova sinergia per essere competitivi sul mercato: Politiche di Prezzo & Community lifestyle
- La diversificazione delle community per attrarre nuovi lead: come e quali settori colpire?
- Il Linguaggio creativo e il cost sharing per ottimizzare la Brand awarness
- **Alessandra Monti** - Marketing, CRM & Product Innovation Manager **Axpo Italia e Pulsee**

16.05-16.20 Da Contact Center a piattaforma di Customer Engagement

Come una Utilities e una Telco si propongono come asset di trasformazione per il Contact Center per realizzare una piattaforma Intelligente di Customer Engagement e servire i clienti su tutti i canali, ridurre i costi di gestione del cliente, ed aumentare profitto e soddisfazione dei clienti:

- Call Center Vs Contact Center
- AI e approccio omnicanale per creare una customer engagement di successo
- le 4 fasi necessarie per una customer journey di successo : brand building, digitalizzazione, personalizzazione e contenuti tailor made
- **Veronica Trovato** - Responsabile Customer Care & Service **Enercom**

16:20

Case Study

Measuring Customer Insight e personalizzazione dell'esperienza cliente: come potenziare la CX degli utenti attraverso l'ascolto attivo

- Il target setting annuale e il dialogo di performance come strumenti di steering della roadmap implementativa di CX.
- **Laura Salvadori** - Customer Insights & Journey Governance Customer Value Management **E.ON Energia**

16:35

Tavola Rotonda

Patient Journey nel post pandemia: come i web analytics aiutano a migliorare l'ascolto dei clienti e la definizione degli insight

Focus Pharma

- Come ottenere un **feedback reale** sull'esperienza del cliente? Quale ruolo della farmacia? Farmaci da banco vs generici: come raccogliere dati informali e anonimi sull'uso dei farmaci sui canali digitali?
- Quali sono gli elementi misurabili che identificano il successo o l'insuccesso di un prodotto medicale?
- Strategie di marketing farmaceutico e parafarmaceutico patient centric: quali informazioni sono dispensabili per la riuscita dell'acquisto consapevole?
- **Packaging, advertising e informativa** del farmacista: quali i consigli per un percorso di acquisto sicuro e affidabile?

Modera la discussione:

- **Gian Carlo Mocci** - Fondatore dell'Italian Experience Organization - ITEXOR **Presidente dell'Associazione Italiana Customer Experience - AICEX**
- **Nicolò Petrone** - CEO **1000Farmacie.it**
- **Maurizio Canzonetta** - Head of Multichannel Excellence **Angelini Pharma**

17:05

Chiusura dei lavori

