

## Per conoscere meglio il Customer Obsession Circle e partecipare attivamente alla Community

Di seguito troverai un quadro informativo sul CO Circle: cosa è, il valore di partecipare, le modalità di Partnership, il Programma 2025 e l'invito a partecipare a una Ricerca.

### *Il Customer Obsession Circle*

Il CO Circle è, e intende diventare ad un livello sempre più elevato, **un network di scambio di competenze ed esperienze tra imprese**, finalizzato ad accelerare la realizzazione di esperienze “capaci di fare la differenza” (per i Clienti, i Collaboratori e i Cittadini).

La filosofia della Customer Obsession promossa dal Circle poggia su due pilastri: **leadership ai livelli più alti e integrazione sul Cliente di tutte le unità**. Coerentemente il Circle si propone di accompagnare tutte le funzioni aziendali nella trasformazione, non solo le funzioni specialistiche più vicine al Cliente.

Avviato nel settembre 2022 su iniziativa di The European House – Ambrosetti (oggi TEHA Group), il Circle ha finora cooptato nel tempo **28 Partner**,

Ad oggi, oltre 90 manager e specialisti hanno condiviso l'esperienza, i problemi e le soluzioni delle proprie organizzazioni su aspetti specifici della Customer Obsession. Hanno generato un patrimonio di video e documenti, in costante crescita, di grande valore per le Persone e le Organizzazioni interessate ad approfondire e migliorare. Oltre 550 manager di **191 organizzazioni** hanno partecipato agli incontri del Circle, che incoraggia il networking e lo sharing anche a livello individuale.

### *Senso e valore dell'associazione al Circle*

Riteniamo che partecipare attivamente e sviluppare ownership per il Customer Obsession Circle generi valore sotto due profili:

1. **Sostenibilità del business:** migliorando la capacità di acquisire, soddisfare e fidelizzare i Clienti (e le Persone), il Circle migliora la performance nel tempo delle organizzazioni.
2. **Sostenibilità sociale:** il Circle intende promuovere la pratica delle “esperienze positive” anche a livello sociale e culturale. Migliorare le esperienze significa migliorare la vita delle Persone.

Con un Circle più esteso e robusto potremo dare un contributo maggiore per migliorare l'umanità. Non ultimo, attraverso l'interscambio tra le Organizzazioni, il Circle accresce e patrimonializza il know-how “proprio” delle singole entità aziendali, rendendole più autonome e riducendone la dipendenza, a volte rischiosa, da fonti di know-how esterne (v. Mariana Mazzucato, The Big Con).

## ***Il Programma 2025***

Le attività del Circle seguono un percorso basato su più fronti convergenti, in cui tutti gli incontri sono fruibili in presenza e on-line.

Il [Programma 2025](#) prevede

- **3 Workshop Customer Obsession di 1 giornata:**
  1. Leadership, Visione e Trasformazione organizzativa (25.5.25);
  2. Progettazione della CX, AI e Abilitatori CO (10.7. 25)
  3. Misura e miglioramento delle esperienze (20.11. 25)
- Il **“Customer Obsession Forum”**, terza edizione, di 2 giornate (10 e 11 ottobre 2025)
- **10 Tavoli di lavoro** di 3 ore ciascuno, a Milano e web, presso TEHA Group:
  1. Data Science e Modelli Predittivi per la Customer Experience (20.3.25)
  2. La valorizzazione economica della CX e la previsione del ROI (3.4. 25)
  3. L’outer loop: trasformare il sistema di ascolto VOC in sistema di azione (15.4.25)
  4. La CX Orchestration: ruoli e modelli organizzativi (25.5. 25)
  5. Aumentare il tasso di risposta ai Customer Feedback (12.6.25);
  6. La Dashboard per allineare alla CX i KPI e le azioni delle unità (26.6. 25)
  7. AI e Text Analytics: benchmark tra le soluzioni disponibili (17.7. 25)
  8. La gestione Customer Obsessed dei Partner e delle Reti esterne (11.9. 25)
  9. L’ingaggio sulla Customer Obsession: mind map, casi e best-practice (25.9.25)
  10. La comunicazione esterna dei dati di soddisfazione (23.10.25)

Per maggiori dettagli e per iscriversi agli incontri: [Programma 2025](#)

## ***Invito a partecipare a una Ricerca sull’adozione in Italia delle Golden Rules di Customer Obsession***

Ti proponiamo di partecipare gratuitamente alla Ricerca sulle Best-Practices di Customer Obsession in Italia, che abbiamo attivato di recente.

La partecipazione avviene con la compilazione individuale di un Questionario (senza vincolo di numero di rispondenti per le diverse Organizzazioni).

Un’anticipazione dei primi risultati è prevedibile in occasione del 3° Forum Customer Obsession (10 e 11 ottobre 2025, Lago Maggiore) mentre la cerimonia di presentazione dei risultati è programmata il 22 gennaio 2026 a Milano.

Potrà essere richiesto un Report Riservato con i risultati della Tua organizzazione, e il progetto potrà essere gestito in ambito aziendale come occasione di allineamento e accelerazione interna.

### **Protocollo di Ricerca**

**Questionario.** Il questionario può essere inoltrato a un numero indefinito di Persone, ciascuna delle quali avrà facoltà di rispondere.

## ***Stile auspicato di partecipazione al CO Circle***

**A livello individuale**, viene molto apprezzata la disponibilità a condividere le esperienze, le sfide e le soluzioni della propria organizzazione, in un contesto di trasparenza e rispetto. Viene incentivato il networking tra Partecipanti, anche attraverso la sezione riservata del sito (alimenta il Tuo profilo).

Viene anche valorizzata la pubblicazione, su libera iniziativa individuale, di “situazioni e storie di Customer”, nel gruppo LinkedIn [CO Circle | Liberi pensieri sulla Customer Obsession](#) con la finalità di attivare e condividere insight e riflessioni, e allo stesso tempo rendere giorno per giorno vivo il Circle a prescindere dagli incontri periodici.

**A livello aziendale**, vengono molto apprezzati la partecipazione allargata a tutte le funzioni, per favorire prospettive e linguaggi comuni, e momenti periodici di riflessione in sede di comitato di direzione per fare il punto sugli insight emergenti dal Circle e valutarne la validità per l’azienda.

## Per sapere di più sul CO Circle: Documentazione

- Nota: [CO Circle – why, realtà attuale e promessa futura](#)
- [Programma 2025](#)
- Le **191 organizzazioni** che ad oggi hanno partecipato a incontri del Circle
- Gli oltre 80 **relatori/manager intervenuti**, i temi svolti e la documentazione disponibile
- Modalità di Partnership: [Proposta contrattuale](#)

## Customer Obsession Circle: i Partner

