



La valorizzazione della Customer Experience e la previsione del ROI

Milano, giovedì 3 aprile 2025, ore 10-13, in presenza e via web

c/o TEHA Group, Via Francesco Albani 21, Milano

Agenda (pag. 1 di 2)

Dalle 9.30 Accoglienza partecipanti
10.00 (10') Introduzione ai lavori
Maurizio Besozzi – CO Circle Leader

Il Valore Economico della CX: Definire gli Investimenti e Misurarne il Valore, la Redditività e il ROI

Diane Magers e Michael Hinshaw

Diane è former-CEO della CXPA, l'associazione mondiale dei professionisti di CX. I suoi più recenti studi sono centrati sull'impatto economico della CX. Da oltre 25 anni lavora sulla trasformazione delle esperienze come manager o advisor di brands come AT&T, Sysco, Dale Carnegie, Ciena, Sodexho, Sunday Spring Bank e MoneyGram.

Michael è un esperto internazionale nel campo della trasformazione della CX con il supporto della tecnologia, citato nei principali ranking di leader nella CX.

10.10 (30') **Comprendere il Valore e la Redditività della CX**

- La relazione tra CX e Performance Economica
 - L'impatto della CX sulla loyalty, sul fatturato e sulla riduzione costi
 - Il ruolo del Customer Lifetime Value (CLV) e dell'Earned Growth
 - Casi reali di business che hanno trasformato la CX in un centro di profitto
- La definizione dei diversi Tipi di Valore della CX
 - Tangibili: aumento del fatturato, riduzione del churn, riduzione costi
 - Intangibili: reputazione del marchio, ingaggio dei collaboratori, passaparola
- I principali Driver di Redditività negli Investimenti in CX

10.40 (40') **Metodologia e Schemi per la Previsione del ROI della CX**

- Principali Modelli di calcolo del CX ROI
 - Riferimenti sul Modello ROI
 - Il Modello Customer Lifetime Value (CLV)
 - Prevedere il fatturato per Cliente derivante dai miglioramenti CX
 - L'Analisi del Costo di Mantenimento vs. il Costo di Acquisizione
 - Perché il ROI basato sul Mantenimento è superiore a quello basato sull'Acquisizione
 - Misure e Metriche di Impatto sul Fatturato
- Schemi per la Previsione del CX ROI
- Errori comuni nella Previsione del CX ROI

Agenda (2 di 2)

- 11.20 (20') **Caso 1: Analisi del Valore e dell'Impatto in uno scenario di business proposto**
- Quali sono i principali drivers di redditività nel caso proposto?
 - Che impatto economico hanno la fidelizzazione e la soddisfazione del Clienti?
 - Quali sfide di redditività devono essere affrontate?
- 11.40 (20') **Caso 2: Definizione del ROI di una iniziativa di CX**
- Identificazione delle principali aree di costo (implementazione, training, manutenzione)
 - Previsione dell'incremento di fatturato (aumento tasso di conversione, riduzione del churn)
 - Utilizzo degli Schemi di ROI (modello CLV, ecc.)
 - Presentazione dei risultati
- 12.00 (10') Intervallo
- 12.10 (45') **Tavola Rotonda e Q&A: Sfide e Opportunità sul CX ROI**
- Quali sono le principali difficoltà nel dimostrare il CX ROI nei vostri business?
 - Quali metriche ottengono il maggior effetto con gli executive e gli stakeholders?
 - Come possiamo migliorare la collaborazione tra le diverse unità sugli investimenti in CX?
- 12.45 (15') **Sintesi & Passi Successivi**
- I principali Takeaways:
 - La CX è un driver fondamentale di Valore, Redditività e Sostenibilità
 - Esistono Schemi sperimentati per prevedere con efficacia il CX ROI
 - Gli investimenti in CX basati sul ROI possono correlare la CX con il successo del business
 - Risorse rese disponibili:
 - Schemi per il calcolo del CX ROI
 - Casi reali
 - Strumenti di misurazione della CX
 - Call to Action:
 - I partecipanti si impegnano a misurare il ROI di una iniziativa di CX nella propria realtà aziendale.

--oOo--

Customer Obsession Circle: i primi Partner

