



CO Customer Obsession
Circle

Per migliorare le esperienze, e quindi la vita, delle Persone:

Clienti, Cittadini, Collaboratori

Benchmarking e sharing per organizzazioni

private e pubbliche alla ricerca del vantaggio competitivo

Proposta di Partnership

(validità 12 mesi)

Customer Obsession Circle: i primi Partner



© 2024 TEHA Group S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Questo documento è stato ideato e preparato da TEHA Group per le Persone cui è stato indirizzato. Nessuna parte di esso può essere in alcun modo diffusa a terze parti, o riprodotta per terze parti o da queste utilizzata, senza l'autorizzazione scritta di TEHA Group.



INDICE

- FINALITA, BENEFICI E DESTINATARI DEL  3
- COSTITUZIONE DEL  6
- MODALITA' DI PARTECIPAZIONE AL  7
- PROGRAMMA DELLE ATTIVITA' 8
- RUOLO DI TEHA GROUP E TEAM DI LAVORO 9
- MODALITA' DI ADESIONE, COSTI E VISIBILITA' 10
- SOTTOSCRIZIONE DELLA PARTECIPAZIONE AL CO CIRCLE 12

--ooOoo--

*Dedicato alle organizzazioni che vogliono migliorare le esperienze,
e quindi la vita,
delle Persone:
Clienti, Cittadini, Collaboratori*

The European House Ambrosetti ha ideato e realizzato, a partire da ottobre 2022, il Customer Obsession Circle **per tre motivi:**

1. Perché una Customer Experience (CX) superiore è un fattore di successo per le Imprese

- **La gestione del Cliente è tra le priorità dei CEO non solo italiani.** Siamo nell'epoca della Customer experience: i Clienti acquistano e riacquistano un prodotto/servizio in funzione della qualità della loro esperienza di acquisto e di fruizione.
- Una CX superiore **assicura maggiore fidelizzazione dei Clienti** e come conseguenza maggiore redditività e ritorno per gli azionisti. Per le organizzazioni non profit e le amministrazioni pubbliche, la soddisfazione del Cittadino rappresenta un dovere istituzionale e genera un ritorno politico positivo.

2. Per aiutare le organizzazioni private e pubbliche italiane a adottare le migliori best practice.

- ❖ Da recenti ricerche svolte sulle imprese in Italia, risulta che nell' 83% delle aziende l'AD monitora le attività CX e nel 50% è direttamente coinvolto nei progetti relativi. Ciò non ostante, il 31% delle aziende che adottano un approccio sistemico e il 64% di quelle che adottano un approccio basato su singole progettualità in realtà non concretizzano il progetto CX.
- ❖ Il Customer Obsession Circle intende portare e condividere con le aziende italiane l'esperienza di business degli "over the top" globali. I top players internazionali considerano la CX il principale driver di business, e in base alla percezione-obiettivo da generare sul Cliente, in un processo di reverse-engineering, migliorano i processi interni ed il business model.
- ❖ Public Sector: il tema Citizen Experience è avvertito "a parole" ma non ha ancora raggiunto la soglia di concretezza desiderata. Il Customer Obsession Circle si propone di accelerare questo processo.

3. Per comprendere il grado di evoluzione Customer-centric della propria organizzazione e identificare le azioni più adatte

- Nel rispetto della specificità di ogni organizzazione, dei suoi tempi e dei suoi modi, disporre di un modello di riferimento per la trasformazione CX fondato sull'esperienza dei migliori assicura un linguaggio comune, stimola la collaborazione, accelera la trasformazione e ne rende più certi i risultati.

La Reason-why del Customer Obsession Circle (definita nel corso del primo anno con i Partner fondatori) si poggia su due pilastri:

- Condivisione delle best-practice di Customer-centricity
- Accelerazione del processo di trasformazione delle organizzazioni Partner verso CX superiori.

Nel corso del primo anno di attività, ed in occasione del 1° Forum Annuale Customer Obsession (Venezia, 6 e 7 ottobre 2023), la finalità del Circle, originariamente centrata unicamente sul Cliente, si è estesa al miglioramento delle esperienze dei Collaboratori e dei Cittadini, integrando tre ruoli che, a livello quotidiano, vengono vissuti dalla maggior parte delle Persone.

Di fatto, migliorare le tre esperienze tipiche (Cliente, Cittadino, Collaboratore) significa migliorare la vita delle Persone e, a livello macro, contribuire al miglioramento dell'umanità.

Il Customer Obsession Circle è pensato in ottica continuativa e, nel corso degli anni, ha l'obiettivo di diventare il punto di riferimento per le organizzazioni italiane per la ricerca e la promozione di esperienze (Cliente, Cittadino, Collaboratore) di livello superiore.

Lo sviluppo di contenuti di alto valore (temi rilevanti, relatori, casi aziendali, best practice) è sostenuto dal network di TEHA Group e, alla data attuale, dalla collaborazione di Amazon, cui va il nostro sentito ringraziamento.

BENEFICI DEL 

Riteniamo che l'adesione al Customer Obsession Circle da parte di un'organizzazione possa apportare **benefici** quali:

- L'associazione del **brand aziendale**, in qualità di Partner del CO Circle, a **valori** di attenzione alla Persona (Cliente, Collaboratore, Cittadino) e di qualità del servizio, che oltre ad essere driver di redditività e sviluppo sono **etici in sé e consolidano il valore e la sostenibilità** dell'organizzazione
- La **generazione di idee e conoscenza nuova**, anche grazie al coinvolgimento di esperti internazionali e di CX/Experience manager di elevata reputazione
- Uno **scambio di esperienza e networking qualificato** tra i membri del Circle e le altre imprese e organizzazioni che saranno invitate a fornire contributi nel corso del programma in virtù della loro qualificazione ed esperienza
- Un aiuto al mantenimento di un **Mindset allo stato dell'arte** sulla trasformazione delle organizzazioni verso la Customer Obsession e l'Experience management come fonte di vantaggio competitivo. Nella misura in cui il Management Team parteciperà ai lavori del Circle e/o sarà tenuto al corrente degli insigh generati, ci si potrà attendere un **rafforzamento dell'allineamento**, l'adozione di **decisioni e logiche operative più integrate** a livello aziendale (meno silos) e **un'azione più veloce e convinta sulle priorità**.

DESTINATARI DEL  : ORGANIZZAZIONI E RUOLI-CHIAVE

Organizzazioni interessate

Il Customer Obsession Circle è aperto a tutte le organizzazioni private e pubbliche che non si sentono già arrivate e che desiderano migliorare la capacità di immaginare e erogare Experience superiori per Clienti/Cittadini e Collaboratori.

Ruoli-chiave cui si rivolge il Customer Obsession Circle

Il Customer Obsession Circle si propone di rafforzare il Customer/Citizen e il People Mindset dei Management Team, favorendone l'allineamento sul modello/best practice di riferimento, sui valori e sulle priorità in ottica Cliente/Cittadino/Collaboratore.

La partecipazione di un'organizzazione al Customer Obsession Circle è proposta ai C-level responsabili di generare Esperienze superiori (in particolare ruoli di direzione generale, commerciale, marketing, innovazione, ricerca e sviluppo, sistemi informativi, organizzazione, risorse umane).

Per ogni organizzazione è previsto e auspicato il coinvolgimento dell'intero Leadership Team, cui di fatto risale la responsabilità della CX/EX, con il vantaggio di creare un linguaggio comune e di accelerare la declinazione nella propria realtà aziendale degli stimoli emergenti.

Oltre ai ruoli di general management, la partecipazione al CO Circle è prioritariamente indicata per le seguenti figure manageriali:

- Customer Experience; Customer Excellence; Service Quality; Experience Design
- AI/ITC/Omnichannel/Digital strategy
- Operation management; Sales operation
- Innovation & Transformation
- HR; Culture & Development
- Brand management; External Communication
- Sales & Marketing.

COSTITUZIONE DEL



Il Customer Obsession Circle si è costituito grazie all'adesione dei primi Partner fondatori in occasione del "Kick-off Workshop" tenutosi a Milano il 30 settembre 2022.

E' stato un evento di presentazione e dibattito sulle priorità e sulle azioni da mettere in campo per la valorizzazione e la crescita complessiva della Customer Experience. Durante l'evento sono stati discussi e identificati i temi di interesse prioritario degli iscritti/interessati al Customer Obsession Circle.

Fin dalla prima manifestazione di interesse da parte di ogni organizzazione, è stato dato ampio spazio all'ascolto delle sue aspettative, delle sfide e degli ostacoli in materia di CX, al fine di cucire la "reason-why", le attività ed i contenuti del Customer Obsession Circle sulle reali necessità dei Partecipanti.

Oggi la facoltà di aderire al Customer Obsession Circle viene offerta a tutte le organizzazioni italiane, private e pubbliche.

Alle organizzazioni che decidono di associarsi al Customer Obsession Circle successivamente all'avvio del progetto, TEHA Group, S.p.A., subentrata nella responsabilità del CO Circle dal luglio 2024, assicura l'allineamento sui contenuti già elaborati tramite appositi incontri, in presenza o via Web, e mette a disposizione tutta la documentazione in precedenza prodotta (presentazioni PDF e video).

La responsabilità di TEHA Group di assicurare la governance e la qualità del Customer Obsession Circle è condivisa con i Partner, in particolare nel corso dei Partners Meeting periodici aperti ai rappresentanti di ogni Partner.

La partecipazione al Customer Obsession Circle si realizza attraverso molteplici modalità di collaborazione, di condivisione delle best-practice di Experience Management (Clienti, Cittadini, Collaboratori) e di confronto sul processo di trasformazione verso Esperienze superiori.

In particolare, le attività di lavoro ad oggi adottate nel Customer Obsession Circle comprendono:

- **La costituzione di gruppi di lavoro (Elaboratori), che attraverso incontri in presenza o via web approfondiscono i temi di maggiore interesse dei Partecipanti**
- **La realizzazione di Workshop, di solito della durata di una giornata, in presenza o via web, sui macro-temi identificati di maggior interesse dagli Associati**
- **La realizzazione di un Forum annuale (2 gg), a conclusione del programma del primo anno, sullo stato dell'arte della CX**
- **La partecipazione al Circle-ware, lo spazio virtuale di collaborazione e scambio di know-how tra membri del CO Circle ed esperti, che offre la possibilità di:**
 - Profilarsi indicando i propri interessi principali in materia di CX
 - Dialogare tra Associati attraverso lo scambio di messaggi tra singoli Associati (messaggistica individuale) o l'invio di messaggi a tutti gli Associati (bacheca)
 - Accedere a tutta la documentazione prodotta e messa a disposizione dai membri del CO Circle
 - Partecipare alle discussioni e ai lavori nei vari Elaboratori tematici
 - Offrire e richiedere contributi sui temi di specifico interesse individuale.

PROGRAMMA DELLE ATTIVITA'

Il programma del Customer Obsession Circle viene definito in sede di Riunioni dei Partner ed è soggetto a progressive modifiche e integrazioni in relazione ai temi via via identificati e ai loro tempi di sviluppo nell'ambito del Circle.

Gli incontri e le riunioni sono di regola programmate con almeno un mese di preavviso.

Il programma annuale di norma prevede:

1. L'esercizio, lungo l'intero anno, di tre Elaboratori sui seguenti macro-temi:

- Cultura e Leadership Customer Obsessed
- Progettazione della Customer Experience e degli Elaboratori
- Misurazione e Miglioramento della Customer Experience

Gli Elaboratori si svolgono mediante incontri in presenza e online, con frequenza mensile/bimestrale.

2. La realizzazione annuale di 3 Workshop sui temi che sono stati ritenuti di maggior interesse dagli Associati:

1. Cultura e Leadership CO
2. Progettazione CX e Abilitatori
3. Misura e miglioramento della CX

I Workshop prevedono la durata di una intera giornata e il contributo di esperti internazionali e di manager su casi aziendali significativi/best-practice.

3. La partecipazione continuativa al CO Circle-ware, anche per analisi di alcuni temi specifici:

- Il processo di trasformazione verso la Customer Obsession
- B2B vs B2C: differenze e similitudini
- AI – Intelligenza artificiale
- Innovation DNA
- Privacy e compliance vs la profilazione
- Interazione Persona/Macchina
- Marketing e CX: sinergia o strabismo?
- Cybersecurity e CX

4. La realizzazione del Forum annuale (2 gg)

- Stato dell'arte nella Customer-Obsession
- Key-issues e best-practice

REALIZZAZIONE DELLA SURVEY GOLDEN RULES

Ogni Partner ha inoltre diritto alla realizzazione, nell'ambito della propria organizzazione, di una Survey utile ad identificare il grado di maturità dell'organizzazione in termini di Customer Obsession.

I temi sopra ipotizzati rappresentano la miglior ipotesi alla data e potranno essere modificati in accordo con i Partner del CO Circle e in funzione degli interessi emergenti nel corso dell'anno.

Il Customer Obsession Circle, come sopra descritto, ha una logica rolling annuale.

RUOLO DI TEHA GROUP E TEAM DI LAVORO

TEHA Group cura operativamente tutte le attività del progetto in stretto coordinamento con i membri del Customer Obsession Circle.

Nello specifico il nostro ruolo è relativo a:

- impostazione metodologica del lavoro e individuazione dei temi prioritari di focalizzazione;
-
- gestione operativa delle diverse attività;
-
- coordinamento delle attività relative alla ricerca;
-
- elaborazione delle analisi e degli approfondimenti (di natura quantitativa e qualitativa) e preparazione dei contenuti per la ricerca sulla base delle indicazioni del gruppo di lavoro
-
- raccolta di contributi sulle best practices di CX/Experience management a livello internazionale
-
- organizzazione e gestione delle riunioni del Customer Obsession Circle e redazione dei verbali delle stesse
-
- organizzazione e gestione degli incontri di approfondimento (Elaboratori e Workshop)
-
- organizzazione e gestione dell'evento annuale (Forum finale).

Per la realizzazione delle attività di ricerca e dei Workshop TEHA Group costituisce appositi Gruppo di Lavoro composto dai rappresentanti delle organizzazioni facenti parte del Customer Obsession Circle.

Laddove utile i Gruppi di Lavoro potranno essere integrati da professionalità esterne qualificate.

MODALITÀ DI ADESIONE, COSTI E VISIBILITÀ

Il presente contratto ha validità di 12 mesi dalla data di sottoscrizione.

Le modalità di associazione prevedono TRE soluzioni alternative, caratterizzate da differenti facoltà e benefici:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. AZIENDA Main Partner | Quota aziendale di € 30.000+IVA |
| 2. AZIENDA Partner: | Quota aziendale di € 15.000+IVA |
| 3. Associazione INDIVIDUALE | Quota individuale di € 6.500 + IVA |

Di seguito si precisano le facoltà che caratterizzano le singole soluzioni di associazione al CO Circle.

Soluzione 1: AZIENDA Main Partner = € 30.000+IVA

L'associazione aziendale in qualità di **Main Partner** prevede la possibilità di far partecipare **in presenza a qualsiasi attività del Circle fino a 10 Persone** (dell'impresa associata, oppure ospiti a discrezione del Partner, ad esempio clienti/fornitori/esperti esterni): riunioni mensili degli Elaboratori, 3 Workshop di una giornata, 1 Forum annuale di 2 giornate.

La partecipazione **online** (agli Elaboratori, ai Workshop, al Forum annuale e a qualsiasi altra riunione) è estesa **fino a 50 Persone** dell'azienda partner.

I benefici relativi alla partecipazione prevista sono:

- partecipazione alla «cabina di regia, che si riunirà in momenti ad hoc (di persona o in conference call), oltre alle riunioni del percorso del Customer Obsession Circle propedeutiche agli eventi (Elaboratori, Workshop e Forum)
- elevata visibilità del Brand (dimensione doppia rispetto alla soluzione Partner) sui documenti prodotti (pubblicazioni e video), in occasione degli eventi in presenza (3 Workshop e Forum finale) e ogniqualvolta possibile nelle comunicazioni a mezzo media e social
- partecipazione a tutte le riunioni e ai meeting previsti dal piano di lavoro.
- accesso a tutti gli output di progetto (documentazione Elaboratori, Workshop e Forum; Agenda per la Customer Obsession; video riprodotti nel corso degli incontri, eventuali ricerche, ecc.)
- possibilità di indicare temi/relatori per gli incontri del Customer Obsession Circle e il Forum finale
- coinvolgimento nelle attività di comunicazione del Customer Obsession Circle
- possibilità di richiedere a TEHA Group una call/incontro con il Management Team aziendale a valle dei Workshop previsti e del Forum finale, allo scopo di favorire l'interiorizzazione nella realtà aziendale specifica degli insight generati e favorire l'allineamento e i processi decisionali aziendali in ottica di miglioramento delle esperienze (Clienti, Cittadini, Collaboratori)
- l'accesso al Circle-ware e al gruppo CO Circle Liberi Pensieri, lo spazio virtuale riservato alla collaborazione e allo scambio di know-how tra membri del Circle ed esperti.

Soluzione 2: AZIENDA Partner = € 15.000+IVA

L'associazione aziendale in qualità di **Partner** prevede la possibilità di far partecipare **in presenza a qualsiasi attività del Circle fino a 3 Persone** (dell'impresa associata, oppure ospiti a discrezione del Partner, ad esempio clienti/fornitori/esperti esterni): riunioni mensili degli Elaboratori, 3 Workshop di una giornata, 1 Forum annuale di 2 giornate.

La partecipazione **online** (agli Elaboratori, ai Workshop, al Forum annuale e a qualsiasi altra riunione) è estesa **fino a 10 Persone** dell'azienda partner.

I benefici relativi alla partecipazione prevista sono:

- partecipazione alle riunioni Partner, che si terranno in momenti ad hoc (circa 2 all'anno) per un confronto sui programmi e sull'andamento del Circle
- visibilità del Brand (con una dimensione pari al 50% rispetto alla soluzione Main Partner) sui documenti prodotti (pubblicazioni e video), in occasione degli eventi in presenza (3 Workshop e Forum finale) e ogniqualvolta possibile nelle comunicazioni a mezzo media e social
- partecipazione a tutte le riunioni e ai meeting previsti dal piano di lavoro.
- accesso a tutti gli output di progetto (documentazione Elaboratori, Workshop e Forum; Agenda per la Customer Obsession; video riprodotti nel corso degli incontri, eventuali ricerche, ecc.)
- possibilità di indicare temi/relatori per gli incontri del Customer Obsession Circle e il Forum finale
- coinvolgimento nelle attività di comunicazione del Customer Obsession Circle
- l'accesso al Circle-ware e al gruppo CO Circle Liberi Pensieri, lo spazio virtuale riservato alla collaborazione e allo scambio di know-how tra membri del Circle ed esperti.

Soluzione 3: Associazione INDIVIDUALE = € 6.500+IVA

L'associazione individuale è intestata a una singola Persona, titolare dell'associazione.

Il Titolare partecipare **in presenza o via web a qualsiasi attività del Circle e incontro del CO Circle.**

I benefici relativi all'associazione individuale sono:

- partecipazione a tutte le riunioni e ai meeting previsti dal piano di lavoro.
- accesso a tutti gli output di progetto (documentazione Elaboratori, Workshop e Forum; Agenda per la Customer Obsession; video riprodotti nel corso degli incontri, eventuali ricerche, ecc.)
- possibilità di indicare temi/relatori per gli incontri del Customer Obsession Circle e il Forum finale
- l'accesso al Circle-ware e al gruppo CO Circle Liberi Pensieri, lo spazio virtuale riservato alla collaborazione e allo scambio di know-how tra membri del Circle ed esperti.

SOTTOSCRIZIONE DELLA PARTECIPAZIONE AL CO CIRCLE

Il CO Circle ha una prospettiva continuativa nel tempo.

Il presente contratto ha validità di 12 mesi dalla data di sottoscrizione.

Vi preghiamo di farci pervenire, sottoscritta, copia del presente documento in segno di benestare, apponendo di seguito la firma in corrispondenza della soluzione di associazione prescelta.

Con i nostri migliori saluti,

Marco Grazioli

TEHA GROUP S.P.A.



ASSOCIAZIONE PER UN ANNO AL CO CIRCLE

Società:

Firma Legale rappresentante:

Per accettazione (apporre la firma in corrispondenza dell'opzione scelta):

AZIENDA Main Partner
(30.000 Euro + IVA)

AZIENDA Partner
(15.000 Euro + IVA)

Associazione INDIVIDUALE:
(6.500 Euro + IVA)

Nome e Cognome del Titolare dell'Associazione INDIVIDUALE :

Ruolo:

Data: