Ricerca sulle Golden Rules di Customer Obsession nelle organizzazioni italiane

PROTOCOLLO DI RICERCA

CONTENUTI

Finalità della Ricerca-intervento

Benefici e facoltà derivanti dalla partecipazione alla Ricerca

Destinatari dell'invito, modalità di partecipazione e tempistiche del progetto

Modello di riferimento

Modalità di rilevazione

Garanzie di anonimato

Sostegno al Progetto di Ricerca

--oOo--

Finalità della ricerca

Molte organizzazioni di successo perseguono l'evoluzione della propria strategia, cultura e organizzazione nella logica della Customer Obsession.

Le Organizzazioni "Customer Obsessed" sono consapevoli che assicurare ai Clienti (ed ai Collaboratori) esperienze in grado di fare la differenza generi fidelizzazione, cross-selling, aumento del Customer Lifetime Value e incremento sostenibile nel tempo del fatturato e della redditività.

Il Customer Obsession Circle, con il contributo delle imprese Partner e di esperti internazionali e italiani, ha selezionato 50 "Golden Rules" nell'intento di definire, con un elevato grado di dettaglio, le principali caratteristiche delle Organizzazioni "Customer Obsessed".

La ricerca su propone di:

- Offrire alle Organizzazioni partecipanti un Modello di riferimento per la Customer Obsession. Un modello "pratico", costituito da best-practice.
- Rilevare presso le Organizzazioni operanti in Italia il grado di condivisione e di adozione delle Golden Rules di CO (Customer Obsession)
- Definire un primo Indice di Customer Obsession delle Organizzazioni italiane, sulla base delle percezioni dei rispondenti, nell'intento di rilevarne l'evoluzione nel tempo
- Far emergere casi aziendali e progetti in tema di Customer Obsession che possano essere oggetto di confronto e apprendimento condiviso
- Offrire alle singole Organizzazioni partecipanti un'occasione di riflessione interna, mobilitazione ed accelerazione verso la Customer Obsession a partire dal proprio Report Aziendale e dal confronto con le altre Organizzazioni emergente dai Risultati della Ricerca.

Benefici e facoltà derivanti dalla partecipazione alla Ricerca

Le Persone/Organizzazioni che parteciperanno alla Ricerca restituendo il Questionario completato:

- **riceveranno gratuitamente il Report della Ricerca** (con facoltà di utilizzo e diffusione nell'ambito dell'Organizzazione di appartenenza)
- **riceveranno gratuitamente un Invito** a partecipare alla cerimonia di presentazione dei Risultati della Ricerca, il 22 gennaio 2026 a Milano

Le singole Organizzazioni potranno inoltre scegliere di gestire al proprio interno il progetto in un'ottica di Ricerca-Intervento. Alcune possibili modalità:

- al fine di aumentare la significatività dei risultati della propria Organizzazione potranno gestire attivamente, in coordinamento con TEHA Group, la composizione e la numerosità del campione dei rispondenti. In caso contrario, gli inviti a partecipare saranno inoltrati autonomamente da TEHA Group, con la possibilità che siano meno numerosi e mirati.
- al fine di conoscere i propri risultati, ogni Organizzazione potrà richiedere, al costo simbolico di € 3.500 + IVA, un Report Aziendale riservato che riporterà i risultati medi dell' Organizzazione, il numero dei Rispondenti, il posizionamento aziendale percentile - sulle singole Golden Rules, sulle 10 aree e complessivo - i punteggi dei Best-performer e i commenti qualitativi (anonimi) formulati in sede di compilazione dei Questionari.
- se interessata, ogni Organizzazione potrà richiedere assistenza professionale a TEHA Group/CO Circle
 - per la definizione e coinvolgimento del campione aziendale
 - per lo svolgimento di una o più sessioni in sede aziendale di riflessione e asseverazione dei risultati emersi, allineamento, decision-making e accelerazione a partire dalle evidenze emerse nel Report Aziendale
 - per una progettazione personalizzata del Report Aziendale, in relazione alla segmentazione del campione aziendale (es: per livelli, funzioni, ecc.)
 - per eventuali altre finalità di interesse aziendale connesse alla Customer Obsession.

La progettazione e la valorizzazione di questi eventuali interventi professionali, opzionali rispetto alla Ricerca di base, saranno definite in relazione alle esigenze specifiche espresse dalla singola Organizzazione committente.

Destinatari dell'invito, modalità di partecipazione e tempistiche del progetto

L'invito a partecipare alla Ricerca è aperto a tutte le Organizzazioni italiane ed è gratuito.

La partecipazione prevede la compilazione individuale di un Questionario, che richiede almeno due ore.

La ricerca viene attivata a partire dal mese di maggio 2025 e prevede come data ultima per la restituzione dei Questionari il 10 settembre 2025.

L'attivazione iniziale avverrà mediante una mail di invito a circa 5.000 Manager, selezionati individualmente tenendo conto del loro ruolo in relazione alla Customer Obsession, operanti in oltre 400 Organizzazioni in Italia, scelte per la loro rilevanza nel sistema delle imprese italiane. Verranno effettuati nel corso del tempo alcuni "kind remind".

Inoltre, il Protocollo di Ricerca sarà pubblicato su web e sui social, prevedendo la facoltà di richiedere di partecipare alla Ricerca.

Per richiedere di partecipare: maurizio.besozzi@ambrosetti.eu; giorgio.navarini@ambrosetti.eu

E' possibile e auspicata la restituzione di più questionari per ogni Organizzazione: maggiore sarà il numero dei Questionari per Organizzazione, maggiore sarà la significatività dei dati forniti.

Nella definizione dei risultati complessivi, ogni Organizzazione avrà lo stesso peso: nei casi di più questionari della stessa Organizzazione verranno utilizzati i dati medi.

Modello di riferimento

La ricerca analizza 50 Golden Rules di Customer Obsession, emerse dal confronto nel CO Circle tra le imprese Partner ed esperti internazionali e italiani.

Le Golden Rules fanno riferimento a 10 aree:

1. Il Purpose aziendale e Promessa al Cliente Customer Obsessed
2. Il Vertice Customer Obsessed
3. Il Management Customer Obsessed
4. Il Mindset e la Motivazione Customer Obsessed
5. Gli Obiettivi Customer Obsessed
6. La Trasformazione e l'Organizzazione Customer Obsessed
7. La Progettazione della Customer Experience
8. Le Leve abilitanti della Customer Experience
9. La Misurazione della Customer Experience
10. Il Miglioramento della Customer Experience

Le Golden Rules sono espresse nella forma di comportamenti osservabili e auspicati (best-practice).

Modalità di rilevazione

Il Questionario di Ricerca proposto richiede mediamente 2 ore per una compilazione attenta e documentata. Può essere interrotto e ripreso in qualsiasi momento.

Il Questionario ha lo scopo di documentare la percezione delle Organizzazioni italiane:

- sull'adozione di 50 "best-practice" di Customer Obsession (Sezione 1)
- sull'approccio adottato e sui progetti in corso relativamente a 8 temi-chiave in materia di Customer Obsession (Sezione 2)

Questionario - Sezione 1

Propone 50 "Golden Rules" di Customer Obsession, espresse nella forma di comportamenti osservabili.

A ciascuna domanda viene chiesto di assegnare un punteggio, da 1 a 10, alla Sua Organizzazione (intesa come Impresa/Azienda) considerando due aspetti:

Importanza:

in che misura considera importante e desiderabile il comportamento descritto per il successo futuro della sua Organizzazione?

Adozione:

in che misura ritiene che nella sua Organizzazione si pratici realmente il comportamento descritto. La invitiamo a riferire le Sue risposte all'Organizzazione in generale, non a come si comporta Lei.

E' prevista l'opzione **Nessuna Risposta**, qualora non si abbiano elementi sufficienti per rispondere oppure la domanda non risulti chiara.

Per ogni domanda è prevista anche una sezione **Note descrittive**, molto importante ai fini della ricerca e, purtroppo, impegnativa. Il suo scopo primario è di aiutare a consolidare/dimostrare i punteggi assegnati fornendo informazioni "oggettive": risultati raggiunti, progetti, esempi esplicativi, nonché sfide e problemi affrontati, punti di attenzione e suggerimenti. Grazie fin d'ora a chi darà un contributo generoso.

Garanzia di anonimato

THEA Group si fa garante e responsabile della riservatezza delle risposte fornite sotto due aspetti:

- **anonimato dei rispondenti:** nessun dato sarà collegabile con la Persona che lo avrà fornito, sia nel Report della Ricerca sia nelle informazioni fornite alle singole Organizzazioni partecipanti
- **riservatezza dei risultati delle singole Organizzazioni:** nel Report della Ricerca i risultati saranno forniti a livello di sintesi, complessiva o per aggregati, senza alcun riferimento ai punteggi e al posizionamento delle singole Organizzazioni.

Sostegno al Progetto di Ricerca

Abbiamo scelto di consentire la partecipazione alla Ricerca a titolo gratuito, di invitare gratis i Partecipanti alla cerimonia di presentazione dei risultati e di fornire loro gratis il Report della Ricerca,

allo scopo di favorire la massima diffusione della cultura della Customer Obsession,

che consideriamo un fattore di successo per il sistema delle imprese e allo stesso tempo un valore di sostenibilità sociale su cui meriti creare attenzione e sostegno: le esperienze positive favoriscono una vita e una umanità migliore – a livello di Cliente, Collaboratore e Cittadino.

La realizzazione della Ricerca ha tuttavia un costo stimabile nell'ordine di € 100.000.

Ottenere il sostegno economico necessario a finanziare la Ricerca da parte di alcune Organizzazioni partecipanti darebbe maggior solidità, respiro e prospettiva alle attività del Customer Obsession Circle.

Auspichiamo che un numero sufficiente di Organizzazioni si propongano in qualità di sostenitori della Ricerca e dei valori di business e sociali da essa promossi, ottenendone la meritata visibilità.

Ad esempio, 10 Organizzazioni con un contributo di € 10.000= consentirebbero di finanziare la Ricerca.

Ad esse il nostro Grazie sentito.

Maurizio Besozzi - CO Circle Leader - maurizio.besozzi@ambrosetti.eu - +39 347 7777 320