



Governare l'impresa attraverso l'Esperienza Positiva

*Benchmarking e sharing per migliorare lo sviluppo sostenibile delle organizzazioni
e le esperienze dei Clienti, Cittadini e Collaboratori*

Proposta di Partnership (validità 12 mesi)

Customer Obsession Circle: i primi Partner





INDICE

1.	PREMESSA – PERCHE’ OGGI CUSTOMER OBSESSION NON BASTA PIU’ ...	3
2.	DALLA CUSTOMER OBSESSION ALL’ESPERIENZA POSITIVA	3
3.	FINALITA’ DEL CUSTOMER OBSESSION CIRCLE 2026	4
4.	BENEFICI PER LE ORGANIZZAZIONI PARTNER	4
5.	DESTINATARI E RUOLI-CHIAVE	4
6.	ARCHITETTURA DEL PROGRAMMA 2026	5
7.	MODALITA’ DI PARTECIPAZIONE	5
8.	RUOLO DI TEHA GROUP	5
9.	MODALITA’ DI ADESIONE, QUOTE E VISIBILITA’	5
10.	SOTTOSCRIZIONE DELL’ADESIONE AL CO CIRCLE	8

Customer Obsession Circle 2026

1. Premessa – Perché oggi Customer Obsession non basta più

Negli ultimi anni la Customer Obsession si è affermata a livello internazionale come uno dei principali driver di competitività, crescita e fiducia. Numerose ricerche dimostrano che le organizzazioni capaci di progettare e governare esperienze di qualità ottengono nel tempo risultati economici più solidi, maggiore fedeltà, minore sensibilità al prezzo e relazioni più durature con Clienti, Collaboratori e Stakeholder.

Modelli consolidati – come la Service-Profit Chain, gli studi sul Customer Lifetime Value, le evidenze provenienti dall'economia comportamentale e dalla Employee Experience – convergono su un punto chiave: la qualità dell'esperienza non è un effetto collaterale del business, ma una sua causa strutturale.

L'esperienza degli ultimi anni mostra però anche un limite evidente. In molte organizzazioni la Customer Obsession viene adottata in modo parziale o strumentale: come progetto isolato, come leva di ottimizzazione di breve periodo o come linguaggio dichiarato ma non sempre coerente con le decisioni reali.

Questo approccio rischia di produrre benefici temporanei, un progressivo deterioramento della fiducia, un aumento del carico emotivo su Clienti e Collaboratori e, nel tempo, un indebolimento della sostenibilità economica e reputazionale.

Da questa consapevolezza nasce l'evoluzione del Customer Obsession Circle.

2. Dalla Customer Obsession all'Esperienza Positiva

Il Customer Obsession Circle 2026 propone di compiere un passo ulteriore: assumere l'Esperienza Positiva come punto di arrivo e come criterio esplicito di lettura delle scelte organizzative.

Un'Esperienza è positiva quando:

- risponde in modo competente ai bisogni funzionali;
- genera una connessione emotiva autentica;
- trasmette valori coerenti e riconoscibili, orientando i comportamenti verso fiducia, rispetto e responsabilità reciproca.

In questo senso, l'Esperienza Positiva non è un concetto etico astratto né una promessa comunicativa, ma uno standard decisionale capace di coniugare valore economico, umano e sociale.

Il Customer Obsession Circle 2026 nasce per accompagnare le organizzazioni nel rendere l'esperienza un criterio reale di governo: delle priorità, dei trade-off, delle scelte organizzative, tecnologiche e di misurazione.

3. Finalità del Customer Obsession Circle 2026

Il Customer Obsession Circle è un'iniziativa continuativa di benchmarking, confronto e co-costruzione rivolta a organizzazioni private e pubbliche che desiderano:

- rafforzare la capacità di governare le esperienze in modo consapevole e sostenibile;
- superare approcci frammentati alla Customer e People Experience;
- adottare l'Esperienza Positiva come riferimento condiviso per le decisioni strategiche e operative.

Il Programma 2026 si colloca in una fase di maturità del percorso avviato negli anni precedenti e mira a:

- valorizzare e rielaborare il patrimonio di conoscenza già prodotto dal Circle;
 - tradurre insight e modelli in criteri applicativi e strumenti di governo;
 - coinvolgere in modo più diretto le funzioni chiave responsabili delle scelte (CEO, ESG, HR, Marketing);
 - integrare dati, tecnologia e Intelligenza Artificiale in una logica di gestione human delle esperienze.
-

4. Benefici per le organizzazioni Partner

L'adesione al Customer Obsession Circle 2026 consente alle organizzazioni Partner di:

- associare il proprio brand a un progetto di riferimento sul governo delle esperienze e sull'Esperienza Positiva;
 - accedere a un confronto qualificato con pari, esperti e testimoni nazionali e internazionali;
 - contribuire attivamente alla costruzione di modelli, bussole e strumenti condivisi;
 - rafforzare un mindset manageriale orientato alla responsabilità sull'esperienza generata;
 - favorire l'allineamento dei Leadership Team su linguaggi, priorità e criteri decisionali comuni;
 - disporre di output strutturati (sintesi, position paper, strumenti) utili all'adozione interna.
-

5. Destinatari e ruoli chiave

Il Customer Obsession Circle 2026 si rivolge a organizzazioni private e pubbliche che non si sentono "arrivate" e che intendono evolvere il proprio approccio all'esperienza.

I principali ruoli di riferimento includono:

- CEO e Top Management;
- ESG Manager e Sustainability Leader;

- Marketing e Brand Management;
- Risorse Umane e People & Culture;
- Customer / Experience Management;
- Innovazione, Trasformazione, Data e Tecnologia.

È auspicata la partecipazione coordinata di più funzioni della stessa organizzazione, al fine di favorire una reale integrazione delle scelte.

6. Architettura del Programma 2026

Il Programma 2026 si sviluppa come percorso progressivo e integrato e comprende:

- Le tre Bussole del Circle (Leadership, Progettazione, Misurazione dell'Esperienza);
 - Incontri su Data Management, AI e Customer Emotional Load;
 - Sessioni verticali dedicate a CEO/ESG, HR e Marketing;
 - Il Customer Obsession Forum annuale come momento di sintesi e rilancio.
 - Progetti di frontiera in logica di co-design;
 - Iniziative CO Circle Inside a supporto delle singole organizzazioni;
-

7. Modalità di partecipazione

La partecipazione al Customer Obsession Circle si realizza attraverso incontri in presenza e online, momenti di confronto strutturato, contributi ai lavori del Circle e accesso agli output prodotti.

Il Programma è definito e aggiornato nel corso delle Riunioni Partner.

8. Ruolo di TEHA Group

TEHA Group cura la governance, il coordinamento metodologico e operativo del Customer Obsession Circle, garantendo qualità dei contenuti, continuità del percorso e valorizzazione dei contributi dei Partner.

9. Modalità di adesione, quote 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**.

La partecipazione **online** 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
- elevata visibilità del Brand (dimensione doppia rispetto alla soluzione Partner) sui documenti prodotti (pubblicazioni e video), in occasione degli eventi in presenza e ogniqualevolta 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
- 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 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).

La partecipazione **online** 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 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 e ogniqualevolta 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.

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 e video degli incontri del Circle, dalla sua costituzione (oltre 100 documenti e interventi video di testimonianze aziendali e di esperti italiani e internazionali)
- 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.

10. SOTTOSCRIZIONE DELL'ADESIONE 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 del responsabile:

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:

-==00000==