



CO CIRCLE

IN PRESENZA & VIA WEB

Guidare l'esperienza

Leadership, cultura e scelte organizzative per una reale Customer obsession

giovedì **16 aprile 2026**, ore 10:00 – 13:00

c/o TEHA, Via Francesco Albani 21, Milano

CO CIRCLE

CONTAMINAZIONI TRA IMPRESE

Nota introduttiva

Negli ultimi anni molte organizzazioni hanno investito in strumenti, metriche e iniziative per migliorare la Customer Experience.

L'esperienza mostra che la qualità dell'esperienza non dipende soltanto da processi, tecnologie o strumenti di ascolto, ma soprattutto dal modo in cui le organizzazioni **prendono decisioni, distribuiscono responsabilità e progettano il proprio funzionamento.**

In altre parole, la centralità del Cliente è prima di tutto **una questione di leadership, cultura e organizzazione.**

L'obiettivo dell'incontro è favorire un **confronto aperto tra imprese** sulle scelte organizzative, culturali e manageriali che rendono possibile orientare l'intera organizzazione verso l'esperienza del Cliente.

Dalle esperienze più avanzate emergono in particolare **tre sfide chiave di leadership e trasformazione organizzativa:**

- ✓ La prima riguarda **il ruolo della prospettiva del Cliente nei processi decisionali e nella governance aziendale.**
Molte organizzazioni riconoscono l'importanza dell'esperienza, ma faticano a integrare in modo sistematico la prospettiva del Cliente nei luoghi dove si definiscono priorità, investimenti e scelte strategiche.
- ✓ La seconda riguarda **l'empowerment delle Persone che rappresentano l'azienda davanti al Cliente.**
Nella maggior parte dei settori, l'esperienza viene vissuta e giudicata nei momenti di interazione con il frontline: operatori, consulenti, tecnici, personale di servizio. La capacità di queste Persone di agire con autonomia, responsabilità e fiducia diventa quindi un fattore decisivo per la qualità dell'esperienza.
- ✓ La terza sfida riguarda **il superamento dei silos organizzativi.**
I Clienti vivono l'esperienza lungo customer journey che attraversano diverse funzioni aziendali, mentre le organizzazioni restano spesso strutturate per unità operative separate. Questo rende complesso garantire coerenza, continuità e responsabilità lungo l'intero percorso dell'esperienza.

L'incontro nasce con l'obiettivo di creare **uno spazio di dialogo tra imprese**, favorendo la contaminazione tra esperienze diverse e contribuendo allo sviluppo di una riflessione condivisa su come promuovere modelli di leadership e organizzazione capaci di generare **esperienze positive per Clienti, Collaboratori e Cittadini.**

A chi è rivolto l'incontro e perché partecipare?

L'incontro è rivolto a **CEO, Direzioni HR, Customer Experience e Customer Care, Operations, Marketing, Digital & IT**, e più in generale, ai manager interessati a sviluppare modelli di leadership, cultura e organizzazione orientati alla Customer Obsession.

In particolare, l'incontro offrirà l'occasione per approfondire:

- *Il ruolo della leadership nel promuovere la centralità del Cliente*
- *Le modalità con cui la prospettiva del Cliente può entrare nei processi decisionali e nella governance aziendale*
- *Le leve organizzative e culturali per sviluppare l'empowerment del frontline*
- *Le modalità con cui le organizzazioni stanno affrontando il superamento dei silos funzionali*
- *Le scelte manageriali necessarie per governare l'esperienza lungo i customer journey*
- *Il contributo che queste trasformazioni possono offrire allo sviluppo di esperienze positive per Clienti, Collaboratori e Cittadini.*

Programma a pagina successiva

Programma orientativo

10.00 (15')

Apertura dei lavori

Maurizio Besozzi – Customer Obsession Circle Leader

Dalla centralità del Cliente dichiarata alla Customer Obsession reale

- Perché la centralità del Cliente resta spesso un principio dichiarato
- Le trasformazioni necessarie in leadership, cultura e organizzazione
- Tre sfide chiave:
 - il Cliente nei processi decisionali
 - empowerment del frontline
 - superamento dei silos organizzativi

10.15 (75')

Prospettive aziendali

Testimonianze di imprese impegnate nello sviluppo di modelli di leadership, cultura e organizzazione orientati alla Customer Obsession.
(testimonianze aziende in fase di definizione)

11.30 (15')

Coffee break

11.45 (75')

Tavola Rotonda

Guidare l'esperienza: leadership, empowerment e superamento dei silos

Interventi previsti da parte di manager aziendali e rappresentanti del mondo manageriale e professionale.

Domande guida

1. Il Cliente nelle decisioni

Chi rappresenta davvero il Cliente nei luoghi dove si prendono le decisioni?

Quanto la prospettiva del Cliente entra concretamente nei processi di definizione delle priorità e degli investimenti?

2. Il ruolo della leadership

Promuovere la centralità del Cliente richiede spesso cambiamenti culturali e organizzativi profondi.

Quale ruolo può avere la leadership nel rendere questo cambiamento possibile?

3. Empowerment del frontline

Molte esperienze positive o negative nascono nei momenti di interazione tra Cliente e frontline. Quanto autonomia hanno oggi le persone che rappresentano l'azienda davanti al Cliente?

4. Superare i silos

I Clienti vivono l'esperienza lungo journey che attraversano diverse funzioni aziendali.

Come è possibile governare questa esperienza oltre i silos organizzativi?

5. La decisione più difficile

Guardando alla vostra esperienza, qual è stata la decisione più difficile che avete dovuto prendere per rendere più reale la centralità del Cliente nella vostra organizzazione?

13.00

Conclusione dei lavori