



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

Concept di Progetto, Programma Anno 2

e

Proposta di Partnership

(validità 12 mesi)

I primi Partner





INDICE

• FINALITA, BENEFICI E DESTINATARI DEL		3
• COSTITUZIONE DEL		6
• MODALITA' DI PARTECIPAZIONE AL		7
• PROGRAMMA SVILUPPATO NELL' ANNO 1 (ottobre 22 - settembre 23)		8
• PROGRAMMA PREVISTO PER L'ANNO 2		9
• RUOLO DI THE EUROPEAN HOUSE AMBROSETTI E TEAM DI LAVORO		10
• MODALITA' DI ADESIONE, COSTI E VISIBILITA'		11
• SOTTOSCRIZIONE DELLA PARTECIPAZIONE AL CO CIRCLE		13

--ooOoo--

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

FINALITA' DEL



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 The European House – Ambrosetti e 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, The European House – Ambrosetti 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 The European House Ambrosetti 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.
- **Nel corso dell'Anno 2 è inoltre prevista l'attivazione di un sistema di Intelligenza Artificiale finalizzato a rendere fruibile in modo interattivo tutto il know-how sviluppato nell'ambito del Circle.**

PROGRAMMA SVILUPPATO NEL PRIMO ANNO DI ATTIVITA' DEL (ottobre 2022 – settembre 2023)



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 del primo anno ha previsto:

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 di 3 Workshop sui temi che sono stati ritenuti di maggior interesse dagli Associati:


- | | |
|------------------------------------|---------------|
| 1. Cultura e Leadership CO | febbraio 2023 |
| 2. Progettazione CX e Abilitatori | aprile 2023 |
| 3. Misura e miglioramento della CX | giugno 2023 |

I Workshop hanno avuto la durata di una intera giornata e hanno visto il contributo di esperti internazionali e di manager, intervenuti 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
- A valle del Forum, Position paper:  Agenda per la Customer-Obsession

Nel corso dell'anno si è lavorato inoltre per:

- **Sviluppare un modello di trasformazione vs la Superior Customer Experience**
- **Realizzare una ricerca sul processo di trasformazione e sul livello di Customer-centricity in Italia.**

PROGRAMMA PREVISTO PER IL SECONDO ANNO DI ATTIVITA' DEL (gennaio – dicembre 2024)



Ipotesi di Calendario incontri Anno 2 (soggetta all'approvazione dei Partner):

PROCESSO PARTECIPATIVO DI RACCOLTA INPUT E CONFRONTO PER LA COSTRUZIONE DEL PROGRAMMA ANNO 2: nel corso del mese di novembre 2023

YEAR 2 KICK-OFF MEETING (in presenza e via web): 1 dicembre 2023, h. 10.00-13.00, Hotel Principe di Savoia, Milano.

ELABORATORI: riunioni (in presenza e virtuali) di 2/3, dalle ore 11.00 alle 13.00

- **Elaboratorio Leadership, Strategia, Cultura e Trasformazione Customer Obsessed**

Date programmate:

- 31 gennaio 2024 (ore 11-13)
- 22 febbraio 2024 (ore 10-13)
- 16 maggio 2024 (ore 10-13)
- 13 giugno 2024 (ore 10-13)
- ottobre/novembre 2024 data da definire

- **Elaboratorio Progettazione CX, Intelligenza Artificiale e Abilitatori**

Date programmate:

- 18 gennaio 2024 (ore 11-13)
- 29 febbraio 2024 (ore 10-13)
- 11 aprile 2024 (ore 10-13)
- 20 giugno 2024 (ore 10-13)
- ottobre/novembre 2024 data da definire

- **Elaboratorio Misura e Miglioramento Customer Obsessed**

Date programmate:

- 25 gennaio 2024 (ore 11-13)
- 07 marzo 2024 (ore 10-13)
- 09 maggio 2024 (ore 10-13)
- 13 settembre 2024 (ore 10-13)
- ottobre/novembre 2024 data da definire

WORKSHOP: durata 1 giornata (10.00 – 17.00)

- Workshop Leadership, Strategia, Cultura e Trasformazione Customer Obsessed
giovedì 21 marzo 2024 - Milano
- Workshop Progettazione CX, Intelligenza Artificiale e Abilitatori
giovedì 23 maggio 2024 - Milano
- Workshop Misura e Miglioramento Customer Obsessed
giovedì 4 luglio 2024 - Milano

I contenuti degli Elaboratori e dei Workshop partiranno da quanto emerso nel corso dell'Anno 1 per sviluppare approfondimenti in temine di "come fare"/tecniche/metodi/best-practice.

FORUM ANNUALE CUSTOMER OBSESSION (2 gg)

Sdate ipotizzate: giovedì 4 e venerdì 5 ottobre 2024. Sede prevista: Venezia.

REALIZZAZIONE DELLA SURVEY GOLDEN RULES

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.

All'inizio di ogni annualità, gli incontri principali sono programmati sull'arco annuale, con facoltà di conferma finale con almeno 2 mesi di anticipo.

RUOLO DI THE EUROPEAN HOUSE – AMBROSETTI E GRUPPO DI LAVORO

The European House – Ambrosetti 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 The European House – Ambrosetti 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 aziendale prevedono due soluzioni alternative, caratterizzate da differenti facoltà e benefici:

- | | |
|------------------|---------------------------------|
| 1. Main Partner: | Quota aziendale di € 30.000+IVA |
| 2. Partner: | Quota aziendale di € 15.000+IVA |

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

Soluzione 1: 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 The European House Ambrosetti 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, lo spazio virtuale riservato alla collaborazione e allo scambio di know-how tra membri del Circle ed esperti e l'utilizzo del sistema di AI in corso di sviluppo.

Soluzione 2: 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, lo spazio virtuale riservato alla collaborazione e allo scambio di know-how tra membri del Circle ed esperti e l'utilizzo del sistema di AI in corso di sviluppo.

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
Presidente
THE EUROPEAN HOUSE - AMBROSETTI



ASSOCIAZIONE AZIENDALE AL CO CIRCLE

Società: _____

Firma Legale rappresentante: _____

Per accettazione:

Main Partner del Customer Obsession Circle
(30.000 Euro + IVA)

Per accettazione:

Partner del Customer Obsession Circle
(15.000 Euro + IVA)

Data: