



Un modello di Customer Experience

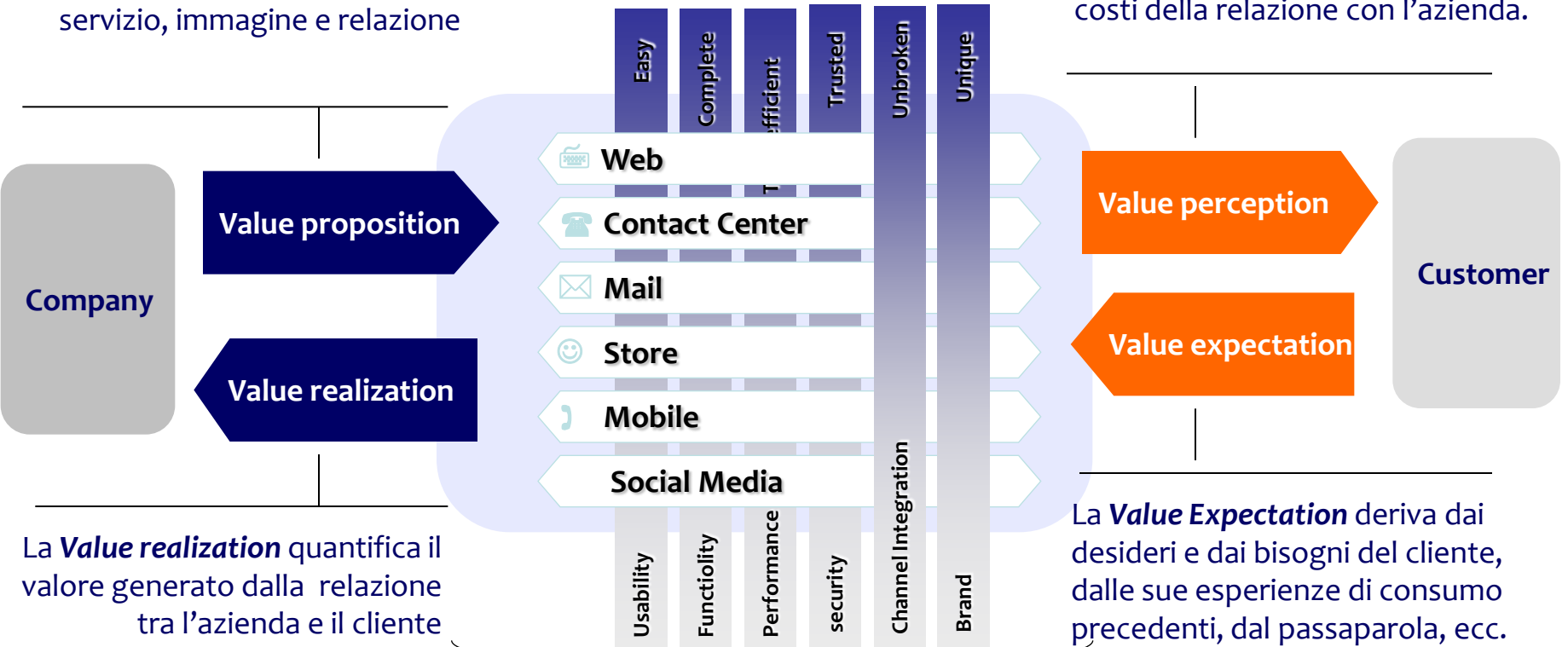
Andrea Farinet



1. Un modello di Customer Experience

La **Value Proposition** è la strategia dell'azienda in termini di unicità del mix di prodotto, prezzo, servizio, immagine e relazione

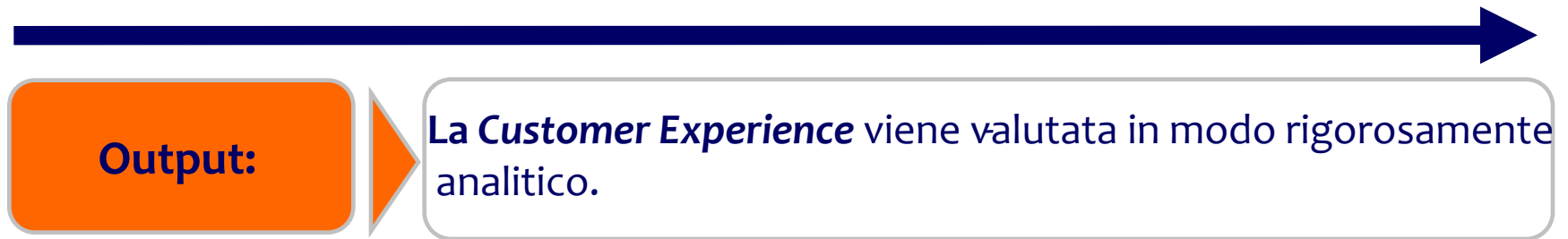
La **Value Perception** è la valutazione comparativa che il cliente effettua sui benefici e i costi della relazione con l'azienda.



Customer Experience è il risultato dell'interazione tra il cliente e l'azienda, i suoi prodotti e i suoi servizi

1.1 La valutazione della Customer Experience

Quali sono i **profili utente** e gli **scenari di interazione** che devo soddisfare? Quali servizi devo offrire attraverso quali canali?



1.1 La valutazione della Customer Experience

Lo studio dal punto di vista del cliente si svolge attraverso:

I canali: luoghi fisici, web, contact center, servizio postale, postazioni multimediali, cataloghi, social media ecc.;

I Moments of Truth: quali momenti fondamentali di interazione tra il cliente e l'organizzazione.

Gli Irritant: quali sono promesse dell'azienda o aspettative del cliente che vengono disattese e che provocano frustrazione.