

Conoscere il proprio Cliente

In un contesto economico caratterizzato da un rapido e significativo cambiamento, guidato principalmente dall'innovazione digitale, i modelli di business consolidati sono stati via via sgretolati ed i comportamenti e le aspettative dei Clienti sono in costante evoluzione.

Per rimanere competitive, pertanto, per le aziende diventa essenziale passare da una **visione** esclusivamente transazionale del cliente ad una più **olistica**, basata su relazioni personalizzate, ed utilizzare un **approccio organico alle azioni di marketing, branding, sales e pricing**:

- *considerare le interazioni legate alle attività di customer service come strategiche, in quanto consentono di rafforzare la propria relazione con il cliente, approfondirne i bisogni, raccogliere i feedback sui propri prodotti e sulla delivery, aumentare la customer retention;*
- *trasformare tutti gli aspetti delle Operations per evolvere verso un modello 'customer-centric', favorendo l'abbattimento di silos aziendali e ottimizzando le consegne cross-channel;*
- *ottimizzare il trade spending, garantendo il tracking completo del processo, favorendo la piena integrazione con la parte di SPOP (Sales, Promotions and Operations Planning), migliorando la fase di analisi post-evento e la profittabilità delle iniziative (requisito rilevante per le aziende che producono Consumer Goods).*

I nostri servizi

Sales Effectiveness

- *Sales Organization, Management & Operating Model (Organizational Design, Deployment Model, VCT)*
- *Sales & Distribution Processes and Systems*
- *Execution Excellence & Continuous Improvement (Sales Productivity, Workforce Management)*
- *Risks Identification and Management*

Progressive Service Operations

- *Customer Experience & Service Strategy (Customer Facing)*
- *Middle & Back Office Operations (Business Facing)*
- *Service Processes and Systems*
- *Service Delivery Excellence (through different channels)*
- *Risks Identification and Management*

Trade Spending Optimization (TSO)

- *TSO Diagnostic (identification of gaps, in terms of processes and capabilities, that have to be addressed)*
- *Design To Be Strategic Processes (Planning, Execution, Payment and Analysis)*
- *Integration with SPOP*
- *TSO Systems*
- *Risks Identification and Management*

Ivan Lavatelli

Partner | Operations
+39 348 2298 332
ivan.lavatelli@pwc.com