



gnresearch
SHAPING EXPERIENCE

Behavioral Experience Value

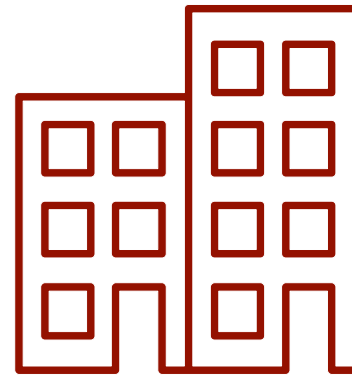
Agire per generare valore



gnresearch
SHAPING EXPERIENCE



GNResearch

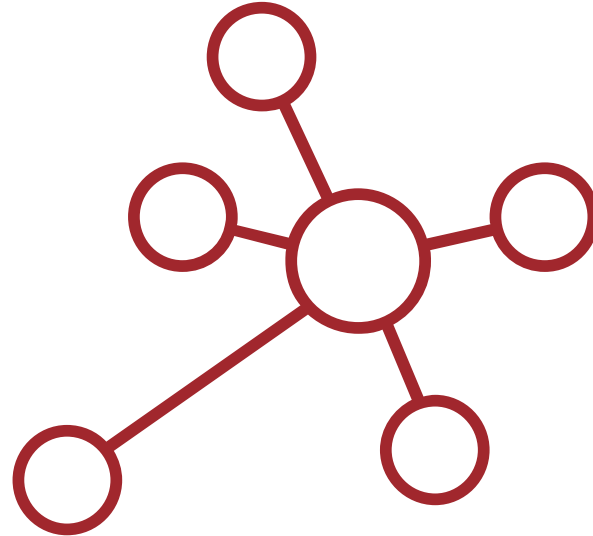


*If the path before you is clear
You are probably on someone else's*

John Campbell

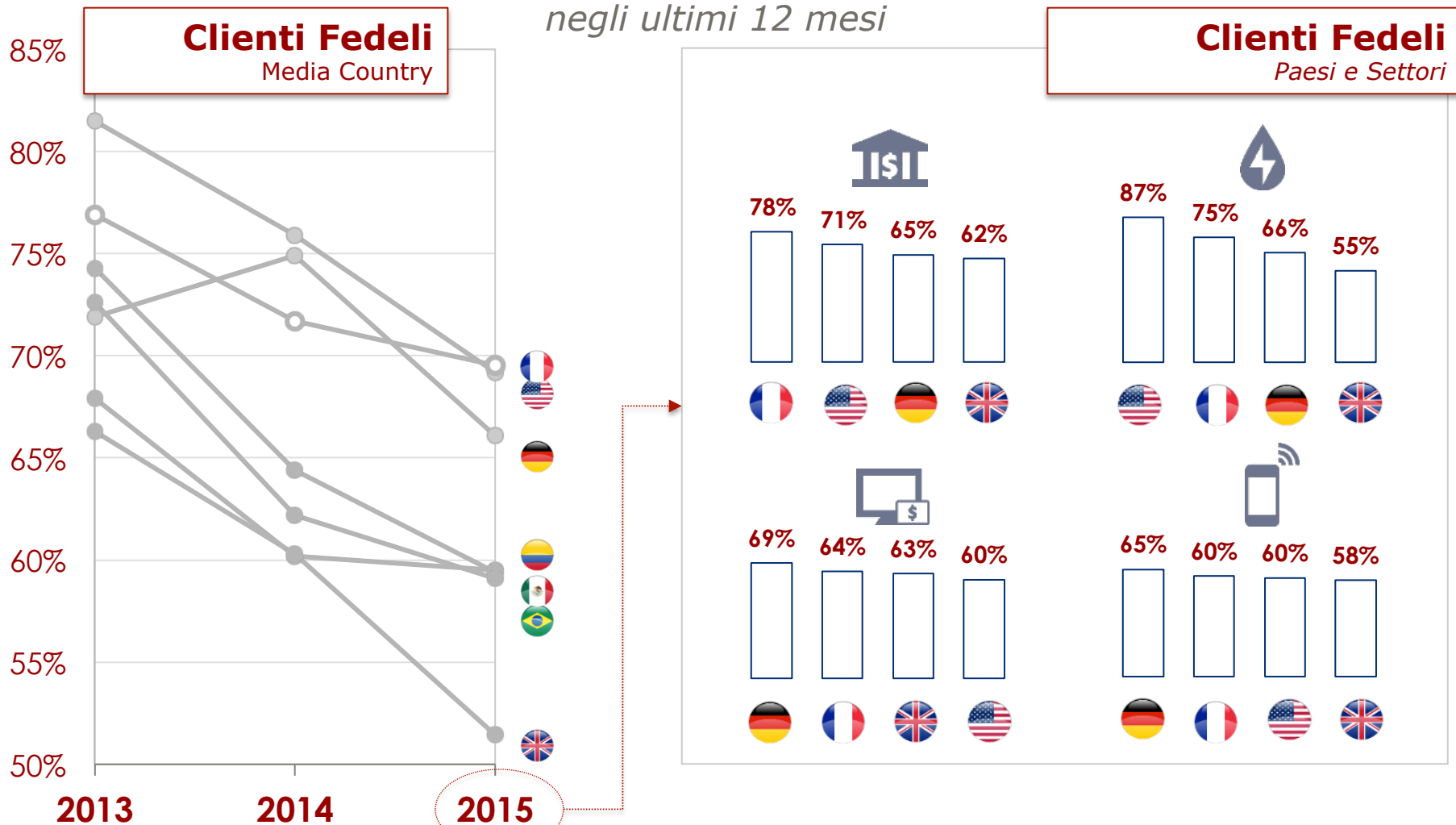


Vision



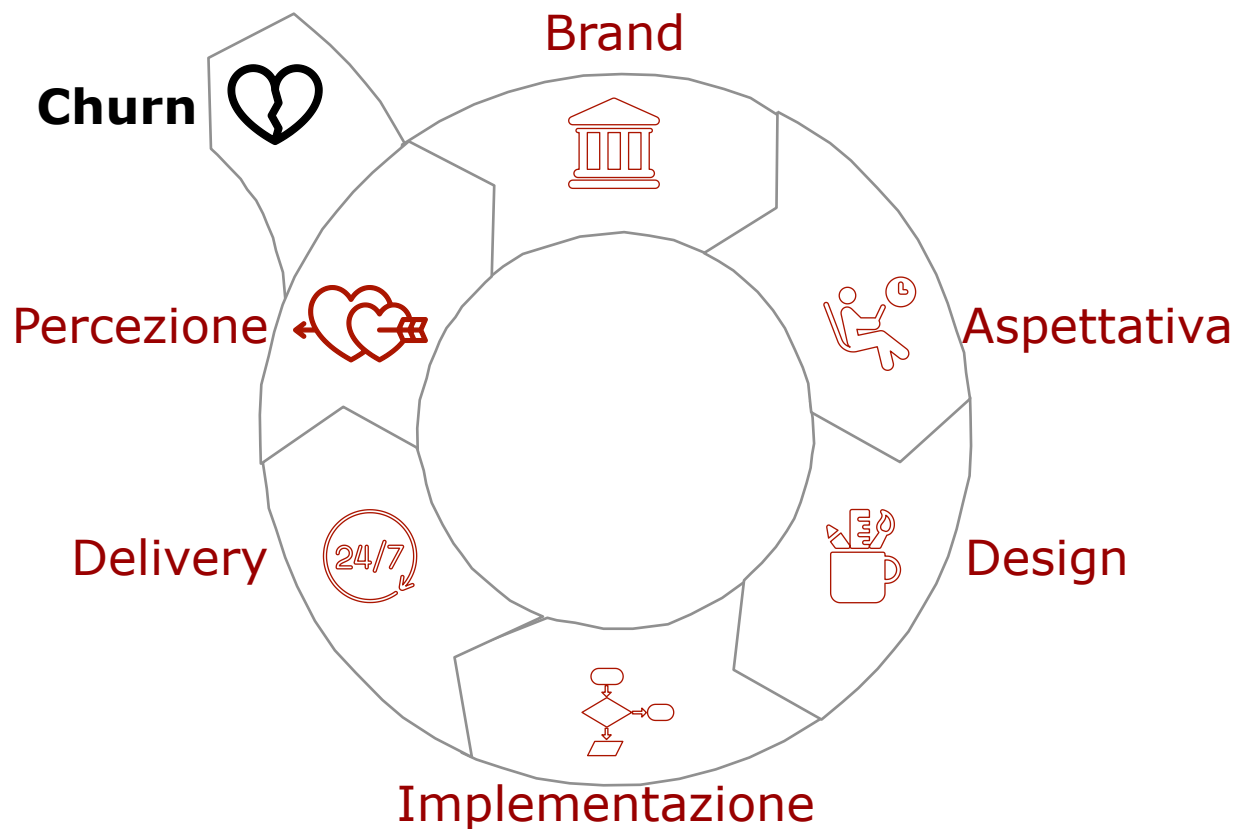
Il trend della CX

% di rispondenti che non hanno cambiato e non hanno neanche pensato di cambiare brand negli ultimi 12 mesi

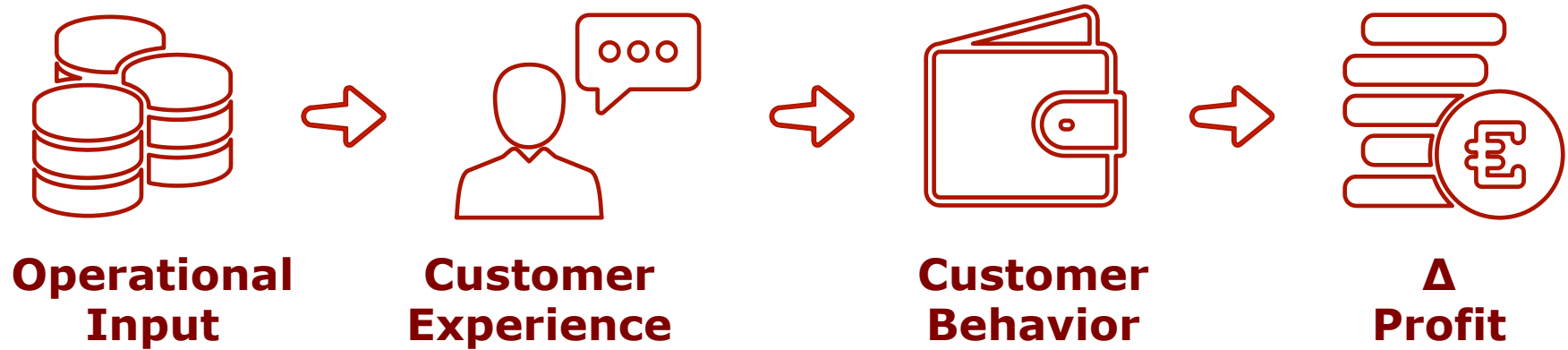


Il Customer Experience Cycle

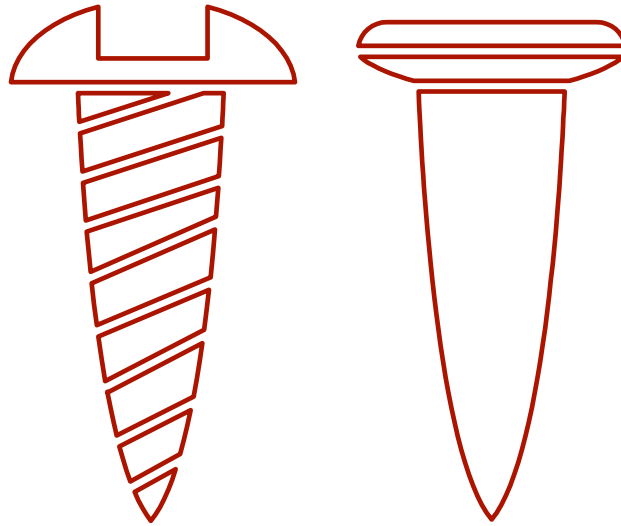
GNResearch supporta i propri Clienti nel generare Valore Economico misurabile attraverso il miglioramento della CX e la riduzione dei costi



La Value Chain



Come



Il Data Fishing

Creare, raccogliere e arricchire i dati

- Misurare la Percezione tramite Survey
- Raccogliere i dati esistenti, interni in un “Epicentre”
- Arricchire i dati, interpretando il “momentum” qualitativo

○ **Quantitative**
methods



○ **Qualitative**
methods



○ **Data selection**
strategy



Il Data Diving

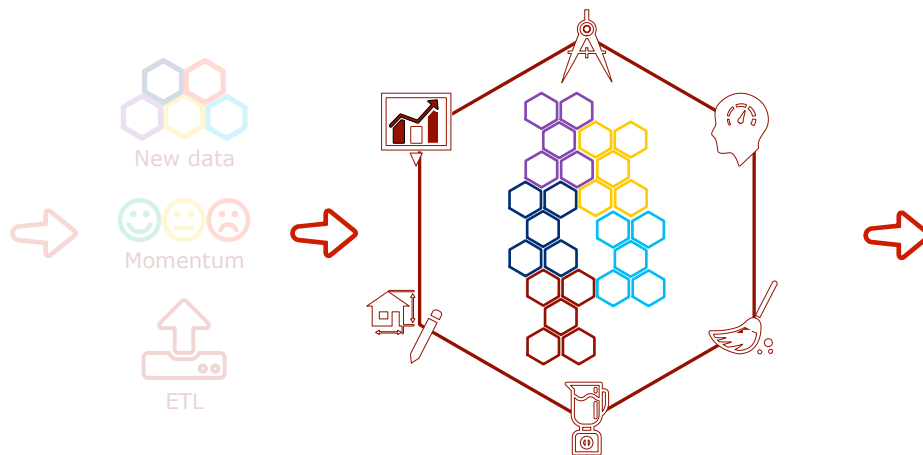
Modellare, organizzare e gestire i dati

- Data model e Data Management
- Pulizia e omogeneizzazione dei dati
- Definizione dei KPI e degli Analytics a supporto
- Sviluppo dei modelli Predittivi, della data visualization, ...

○ Quantitative methods

○ Qualitative methods

○ Data selection strategy



Data "epicentre"



gnresearch
SHAPING EXPERIENCE

Il Data Surfing

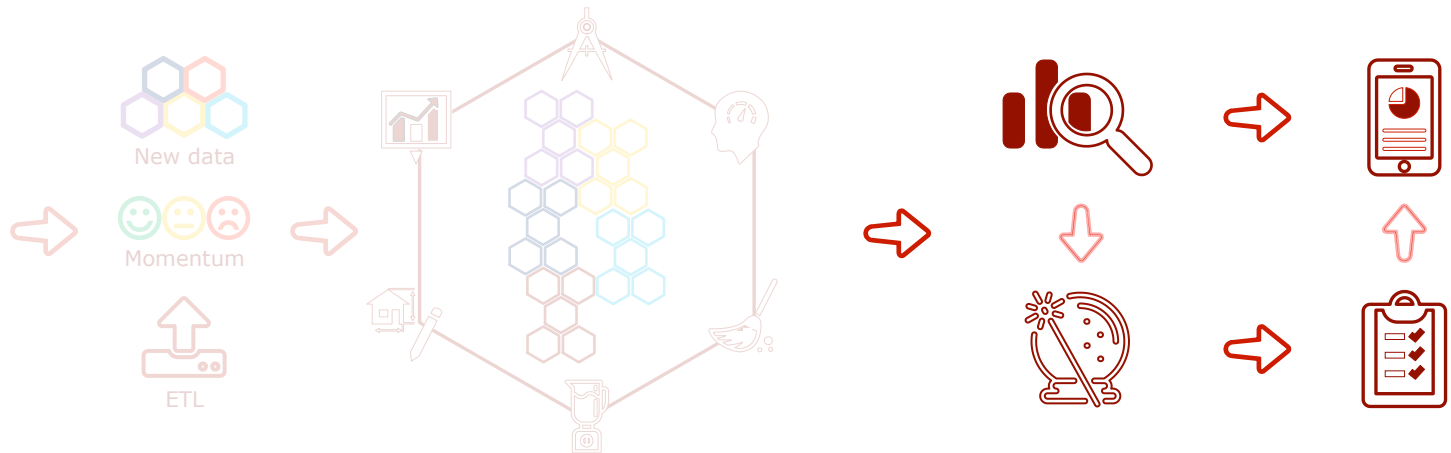
Analisi, predizione e prescrizione

- Analisi e Predizione Customer Behavior
- Definizione e esecuzione delle azioni di Change
- Miglioramento della Customer Experience
- Misura del ROI = + CX CLTV - Costi

○ Quantitative methods

○ Qualitative methods

○ Data selection strategy



InTouch®

Enterprise Feedback Management

- Approccio Customer Feedback Unificato
- Analisi delle Root Cause della CX e Change
- Trigger per 1-2-1 Close-the-loop
- Individual CX Score – Behavior ROI

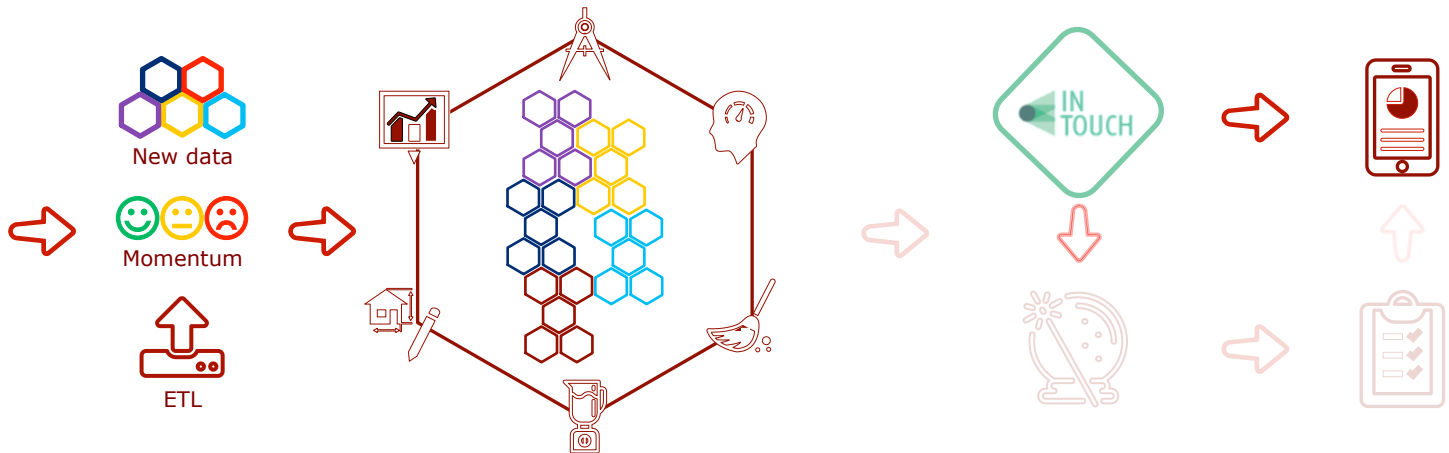
○ **Quantitative**
methods



○ **Qualitative**
methods



○ **Data selection**
strategy



OnTarget[®]

Prescriptive Analytics

- Organizzazione dati e Modellizzazione Predictive
- Identificazione delle Root cause del Comportamento
- Action Plan Strategici
- Ridisegno dei Processi Individuali Proattivi e Prescrittivi > ROI

○ **Quantitative**
methods



New data

○ **Qualitative**
methods

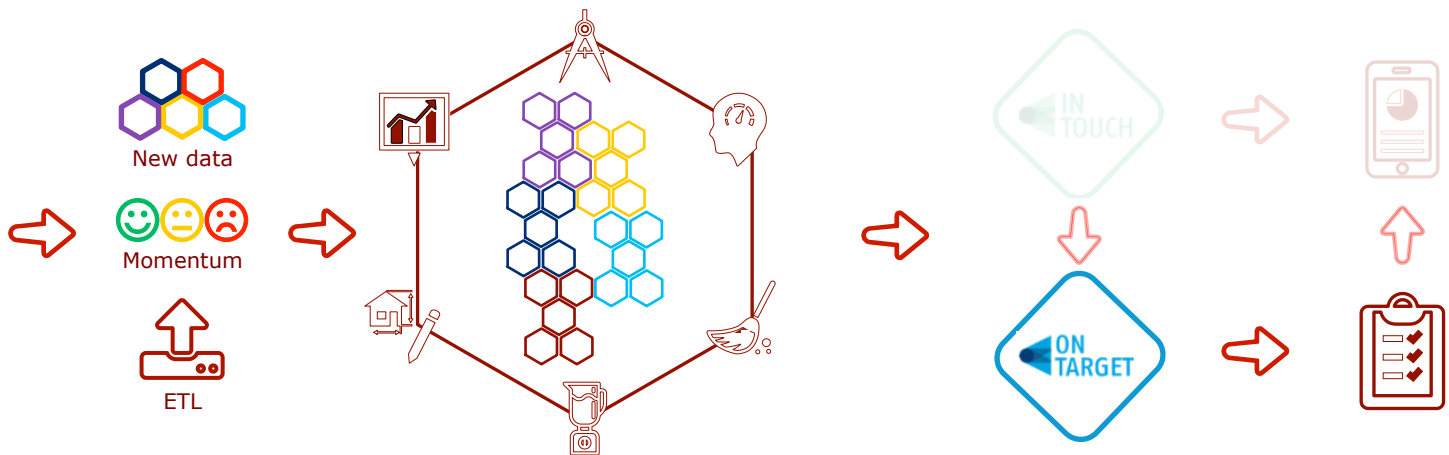


Momentum

○ **Data selection**
strategy



ETL



A real case



gas & power



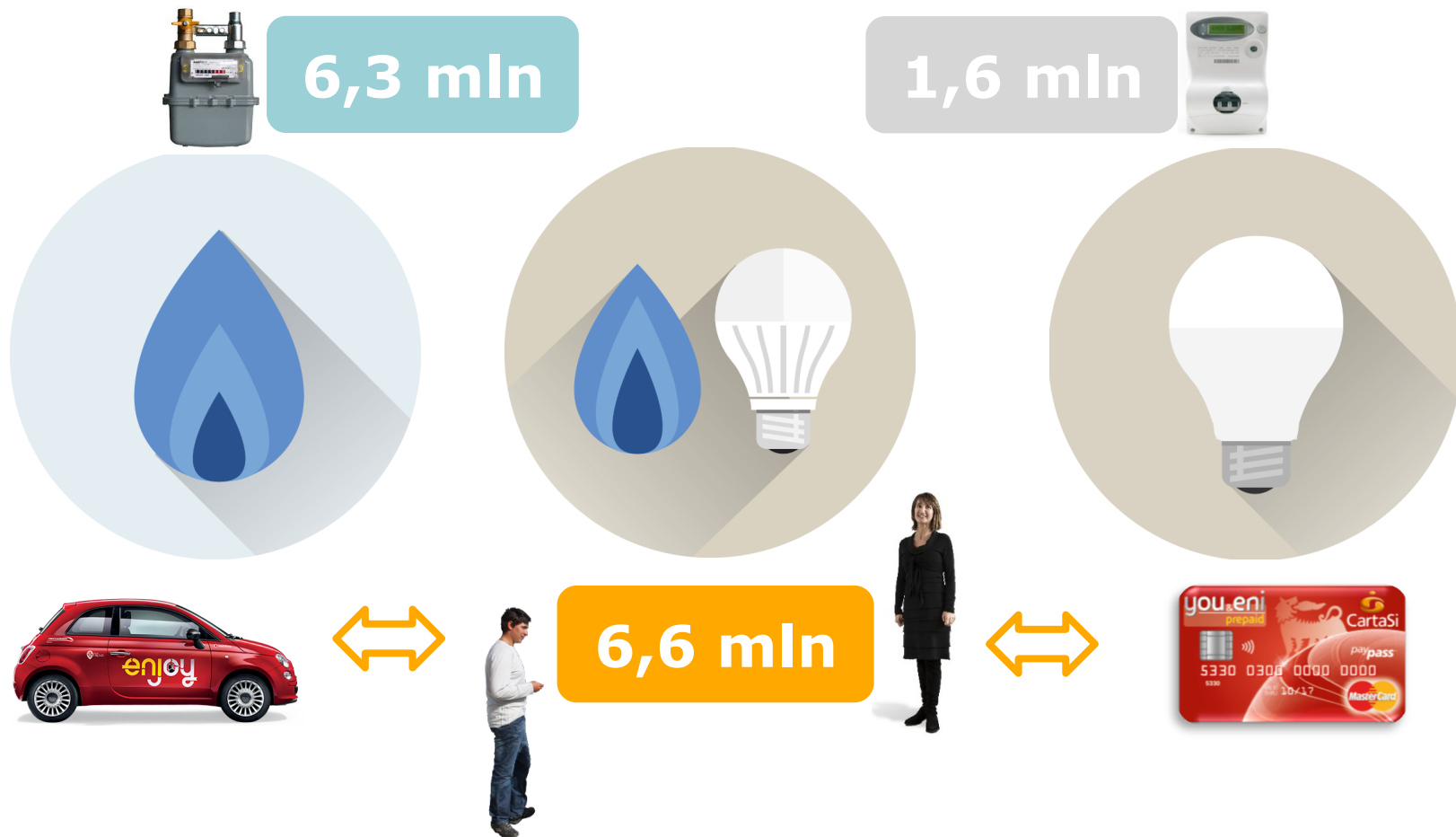
Dimensione Cliente 2016 - ABI

Alessandro Bernorio Customer Insight and Campaign Manager

eni.com

eni

Da dove partiamo

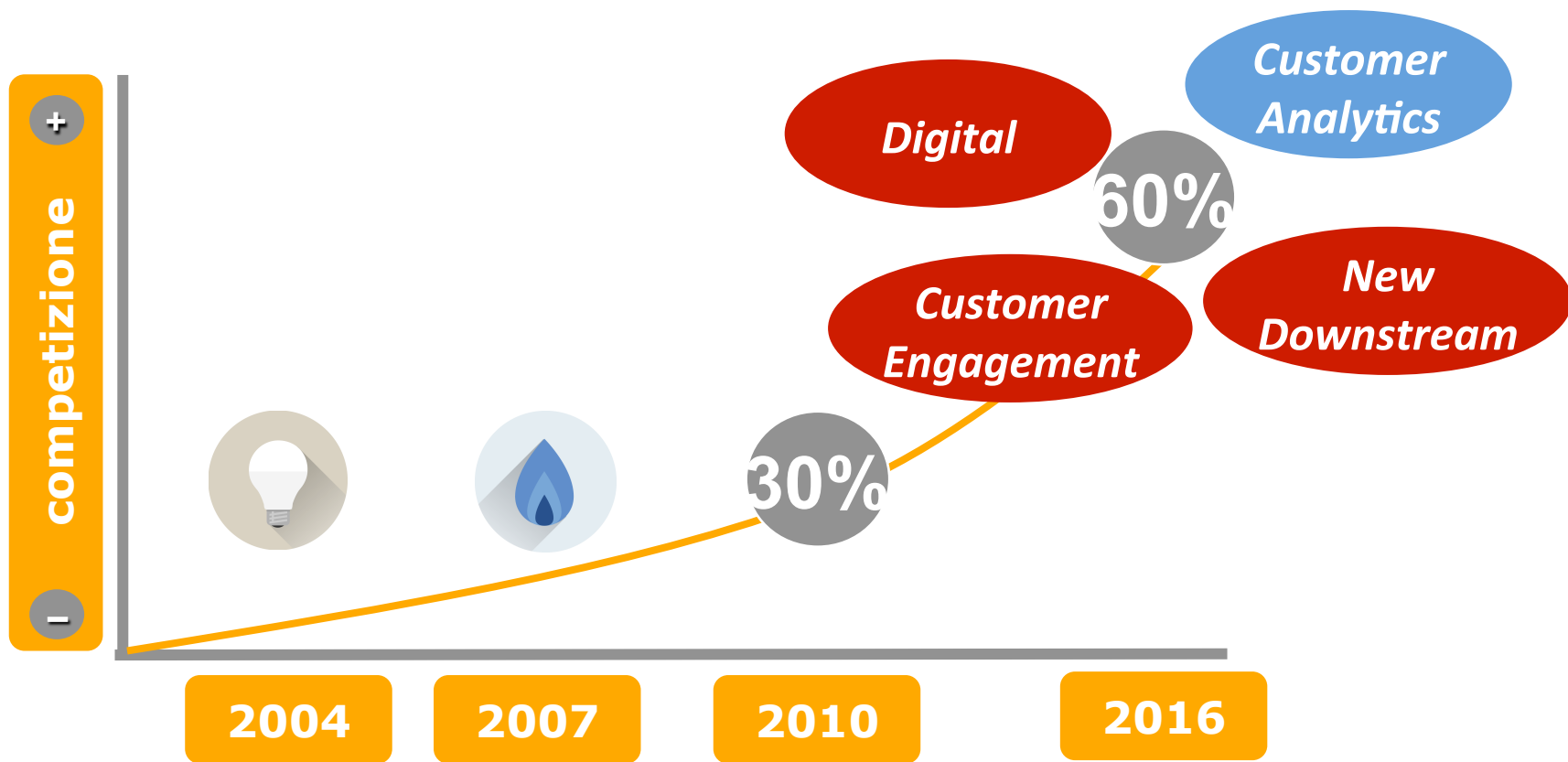


eni

IERI



eni



x% *Conoscenza mercato libero*



eni



www.enigaseluce.com

check up energetici

navigazione web

App

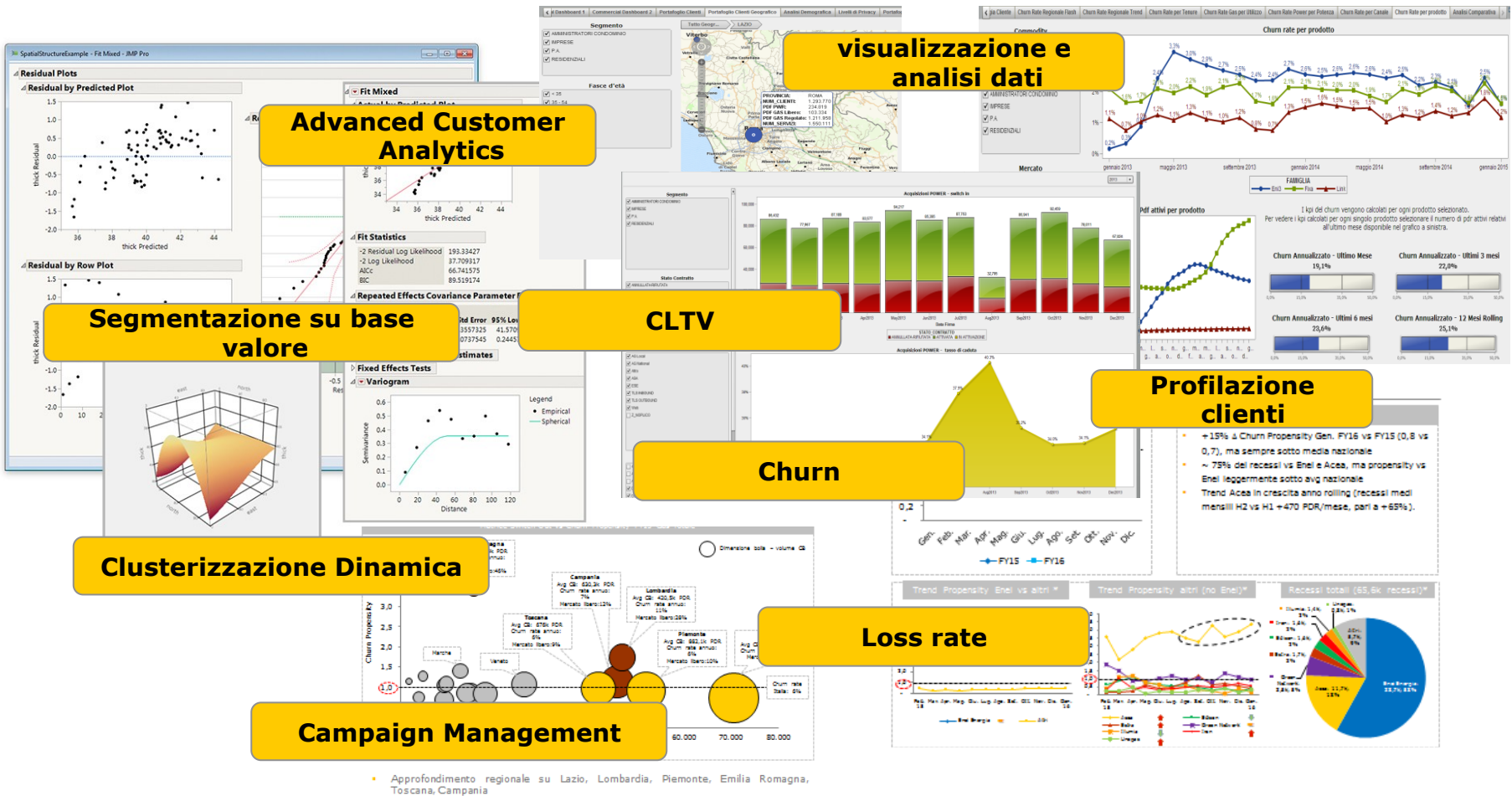


6,6 mln clienti
4 mln clienti you&eni
1 mln clienti energyservice
100k chiamate ogni giorno
5.000 informazioni
500k di fatti ogni giorno: chiamate, fatture, letture, ...
25mln di transazioni al giorno



eni

Il nostro percorso con gli Analytics



Advanced Customer Analytics

Segmentazione su base valore

CLTV

Churn

Profilazione clienti

Clusterizzazione Dinamica

Campaign Management

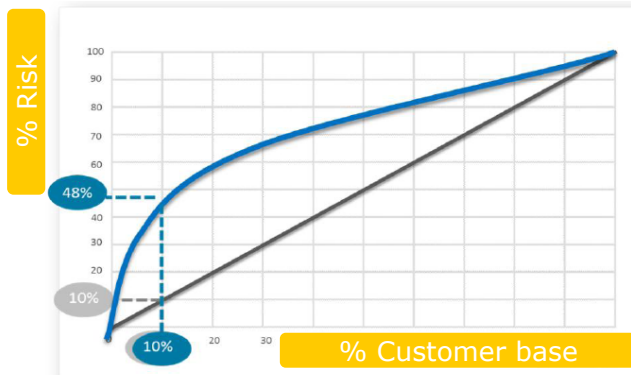
Loss rate

• Approfondimento regionale su Lazio, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Toscana, Campania



Churn prediction Model

Dall'analisi...



...all'azione



oltre **500 predittori e KPI** (anagrafici, comportamentali, fatturazione, reclami, selfcare...)

6 differenti **segnali** per identificare clienti residenziali e business su cui fare **retention**

4 differenti **algoritmi di prevention** per identificare clienti residenziali e business senza segnali ma comunque ad alto rischio

Chiamate outbound di caring con **script dedicati per ciascuna lista**

Oltre **1,3mln** clienti contattati da luglio 2013 con un attività continuativa

Riduzione del churn del 20% verso il campione di controllo e data enrichment (privacy, email, etc.)



Miglioramento Processi...



eni

Grazie



eni

Take out



Cosa abbiamo imparato

- Deploy rapido
- Cicli Corti con Stop&Go
- Approccio senza Silos
- Co-Creativo

Per generare Valore Economico attraverso una CX

- Individuale
- Proattiva
- Prescrittiva
- ROI-driven





gnresearch
SHAPING EXPERIENCE

Paolo Righetti
CEO – GN Research

tel.: +39 348 3339972
email: paolo.righetti@gnresearch.com



gnresearch
SHAPING EXPERIENCE

