

PRAXIDIA DIALOG

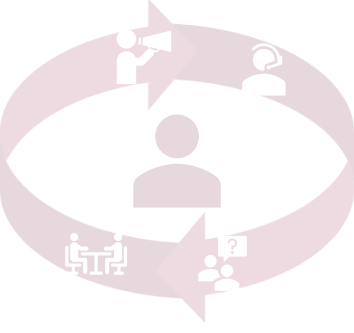
Generare valore dal feedback del cliente

Ad ogni interazione tra il brand e i suoi clienti, e in ogni touchpoint, si generano effetti misurabili sulla CX. Questi effetti impattano a loro volta sui comportamenti del cliente a valle delle interazioni, e, in ultima istanza, sulla generazione o distruzione di valore per il brand.

Praxidia dialog è in grado di gestire in un unico ambiente survey multiple con obiettivi, metodologie di rilevazione e campioni diversi, garantendo il trade-off ottimale tra la riduzione al minimo della *survey fatigue* e la necessità di estrarre conoscenza approfondita da ogni singolo feedback.

L'obiettivo è quello di misurare e gestire la CX attraverso un ecosistema di più touchpoint – generando al tempo stesso un ROI positivo lavorando sull'engagement e sull'Experience del cliente, rendendo più efficienti i processi e i relativi costi. All'interno di **Praxidia Dialog** possono anche essere inclusi dati esterni alle survey, quali ad esempio dati di CRM, di transazioni, avvenuti attraverso il servizio clienti, feedback inviati spontaneamente, che messi a sistema con i dati raccolti permettono di legare i processi interni con l'Experience del cliente per una accurata root-cause analysis. I feedback raccolti possono essere analizzati sia centralmente, per una fase di learning "strategica", che distribuiti in maniera differenziata a tutti gli stakeholder dell'organizzazione cliente.

Ogni utilizzatore della piattaforma Praxidia Dialog riceve esattamente i report e gli strumenti di azione che gli sono necessari per la gestione della propria sezione di CX, attraverso due processi interdipendenti e complementari, entrambi gestibili e tracciati dalla piattaforma stessa:



INNER LOOP: Un processo bottom-up di gestione tempestiva dei singoli clienti. Praxidia Dialog mette a disposizione un modulo di apertura e gestione di action plan adattabili ai diversi processi aziendali dell'organizzazione cliente e mirati a gestire la CX con un approccio one-to-one

OUTER LOOP: Un processo top-down di periodica revisione dei risultati di CX e ridisegno dei processi di erogazione della stessa a partire dalla percezione del cliente e dall'analisi delle root cause

