

**CUSTOMER  
EXPERIENCE  
KPI**

**CX**

**NPS**  
Net Promoter Score



**CES**  
Customer Effort Score



**CSAT**  
Customer Satisfaction Score



**CR**  
Customer Retention



**CLI**  
Customer Loyalty Index



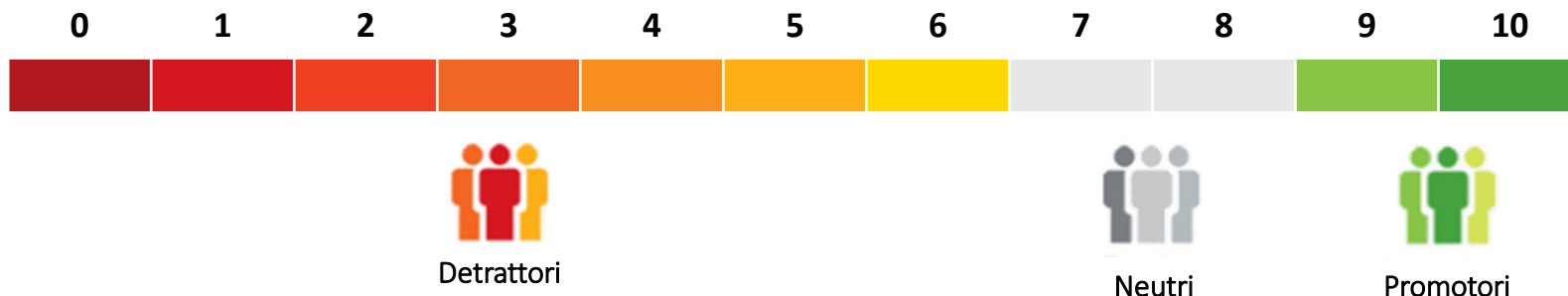


---

## CUSTOMER EXPERIENCE

L'NPS è uno strumento di benchmarking per la soddisfazione del cliente. Il metodo NPS misura la disponibilità dei clienti a consigliare un'azienda a un amico o a un conoscente

*Utilizzando un valore da 0 a 10, con quanta probabilità consigliereste il prodotto X dell'azienda Y ad amici?*



**TESEO**

MARKETING RESEARCH



---

## CUSTOMER EXPERIENCE

Il CES misura il grado di impegno richiesto al cliente per risolvere il suo problema tramite il servizio offerto. Questo punteggio consente di identificare la soddisfazione dei clienti dopo l'uso di un servizio, chiedendo loro di valutare quanto è stato facile interagire con l'azienda.

*Su una scala da 1 (= sforzo molto basso) a 5 (= sforzo molto alto), quanto è stato difficile risolvere il tuo problema?*



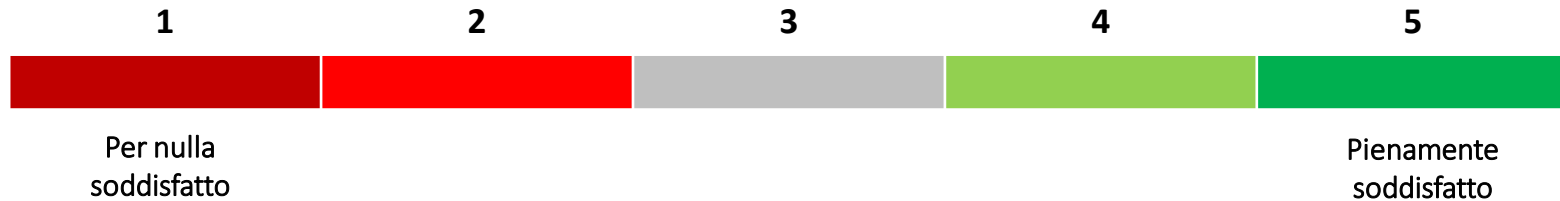


---

## CUSTOMER EXPERIENCE

Il CSAT si pone obiettivo di misurare il livello di soddisfazione dei clienti rispetto ad un prodotto, un servizio o una interazione con l'azienda.

*Quanto è soddisfatto nel complesso del prodotto/servizio ricevuto?*





## CUSTOMER EXPERIENCE

La CR è la capacità di un'azienda di trattenere i propri clienti in un determinato periodo di tempo.

### COME CALCOLARE IL CUSTOMER RETENTION RATE?

$$\frac{(\text{Numero di clienti alla fine del periodo scelto} - \text{numero di clienti acquisiti durante quel periodo})}{\text{numero di clienti all'inizio del periodo}} \times 100$$

La Customer Retention si ferma ad un dato puramente economico: il cliente effettua altri acquisti. Il cliente però può continuare a comprare perché non trova un altro fornitore che lo soddisfi, che gli faccia uno sconto maggiore o che gli spedisca la merce più celermente. Certo, effettua acquisti ripetuti, ma alla prima occasione questo cliente ci tradirà andando ad acquistare da un competitor.

Quando si parla invece di Customer Loyalty ci si riferisce a clienti che non solo reiterano gli acquisti ma che consigliano ad altri la nostra azienda, sviluppando anche una sorta di affetto nei confronti del nostro marchio.

# TESEO

MARKETING RESEARCH



## CUSTOMER EXPERIENCE

Il CLI è uno strumento standardizzato utilizzato per monitorare la fedeltà dei clienti nel tempo. Visto che la fedeltà dei clienti può essere la priorità numero uno, il modello prende in considerazione molteplici fattori come NPS, riacquisto e upselling.

1. *Con che probabilità ci consiglierai ai tuoi amici e familiari?*
2. *Con che probabilità acquisterai di nuovo da noi in futuro?*
3. *Con che probabilità proverai altri nostri prodotti?*

