



Caso studio Sole 365

Alla ricerca di una visione completa dell'esperienza del cliente in tutti i segmenti e in tutti i punti di vendita



Il cliente

Sole 365 è un brand, nonché un progetto commerciale, di proprietà della società AP commerciale s.r.l., un'azienda di famiglia che è diventata negli anni uno dei principali attori del **panorama distributivo Campano** con i suoi oltre **70 punti vendita**. L'azienda è legata da una forte partnership con il Gruppo **Megamark**, prima azienda distributiva del sud Italia, a sua volta legata al **Gruppo Selex**.



La sfida

L'esigenza di **Sole365**, per mantenere le promesse dei consumatori, è stata quella di ricercare uno strumento per **raccogliere, analizzare e monitorare** i feedback e le recensioni online in modo da trasformarli in **dati di valore**. Alla ricerca così di una visione completa dell'esperienza del cliente in tutti i segmenti e in tutti i punti di vendita.



La collaborazione

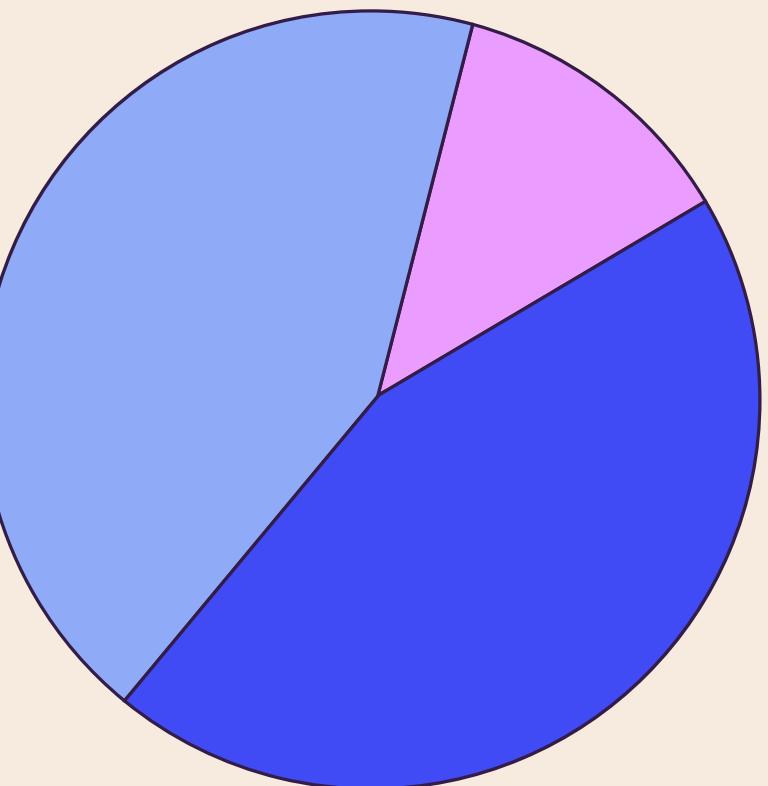
Tradizionalmente la **GDO** si è concentrata principalmente sui **prodotti** e sui **prezzi**, ma negli ultimi 40 anni molteplici studi hanno dimostrato l'importanza dell'**esperienza del cliente** e l'esistenza di una relazione tra soddisfazione del cliente, fidelizzazione e redditività. **Comprendere** i propri clienti e indagare sulle loro esperienze è importante per **aumentare la redditività** del proprio business, la fidelizzazione, ma anche per migliorare la soddisfazione dei clienti stessi e generare passaparola.

A questo scopo possono essere utilizzate molte metriche, come il **Net Promoter Score**, e molti strumenti che ci permettono di misurare la soddisfazione dei clienti ed effettuare indagini qualitative per meglio comprendere le loro preferenze di acquisto, abitudini etc.

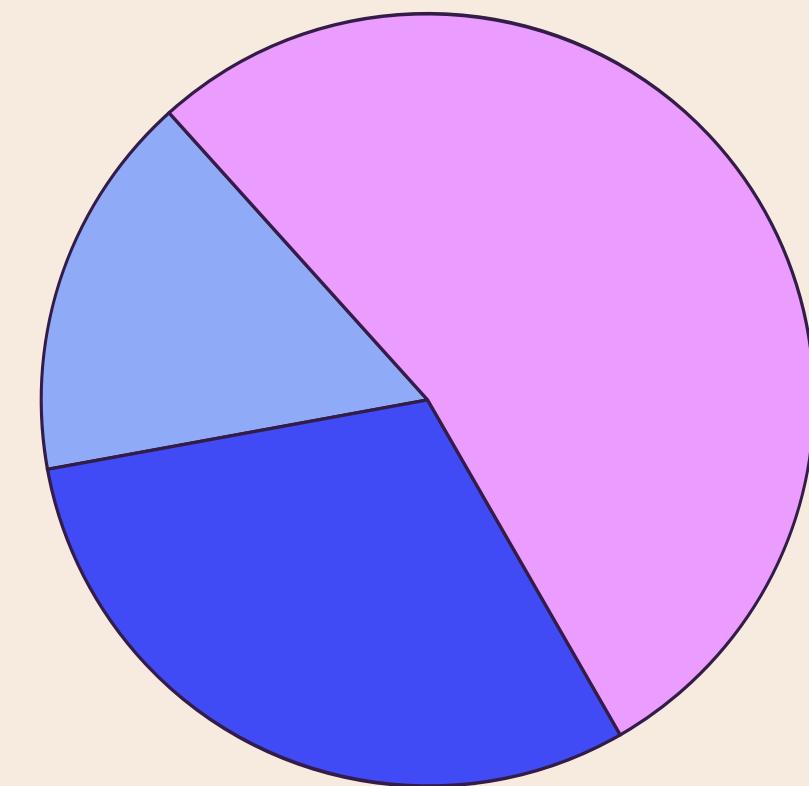
Sole365 si è rivolto a Calton per gestire le esperienze dei clienti in tutte le sue proprietà e per dare al proprio personale la possibilità di utilizzare i dati per monitorare e migliorare l'esperienza dei propri clienti e risolvere eventuali problematiche in tempo reale, sposando la filosofia del miglioramento continuo e tenendo fede al motto dell'azienda **“ci stanno a cuore le persone, prima della loro spesa”**.

GDO

Prima degl'anni 80



Post anni 80



Legenda



Prodotto



Prezzi



Esperienza cliente



La soluzione

Sole 365 collabora con Calton per la gestione dell'esperienza del cliente nei propri punti vendita, attraverso un **software automatico** che **raccoglie, monitora e analizza** le recensioni dei clienti ed i feedback in-store attraverso sondaggi.

Grazie a Calton Sole 365 ha accesso ad una più **profonda e chiara** conoscenza del mercato, dei competitor e della propria clientela, sotto il punto di vista della distribuzione, delle preferenze d'acquisto, della soddisfazione e del tasso di fidelizzazione. I **manager** della rete vendita, possono accedere al software per visionare i dati **in tempo reale** riguardanti il proprio store specifico, ma anche l'andamento generale del brand in termini di reputazione, e agire tempestivamente di conseguenza.

I **sondaggi** in negozio sono alcuni dei modi in cui le indagini di soddisfazione vengono eseguite, non è raro infatti che alcuni brand decidano di impiegare il personale per delle veloci indagini. Il **problema** nasce però dall'**inaffidabilità del risultato**, che viene chiaramente **condizionato** (è difficile esprimere delle critiche o perplessità di un servizio se davanti a te c'è un rappresentante dell'azienda) ed inoltre **interrompe l'esperienza d'acquisto** del cliente, forzandolo ad una intervista.

Per Sole365 abbiamo deciso di adottare un modello di raccolta feedback che non interrompesse l'esperienza d'acquisto: nei punti vendita abbiamo posizionato strategicamente dei **totem** con un **Qr code** che indirizza direttamente i clienti verso un **sondaggio** che possono completare **senza interrompere la spesa**. Visto gli ottimi risultati l'azienda ha deciso di **integrare** suddetti Qr direttamente su ogni **scontrino** stampato. **La mole di dati** raccolti è aumentata vertiginosamente, e questo ha permesso all'azienda di **individuare** con maggiore precisione i competitor principali e distinguere i clienti abituali dai clienti sporadici.



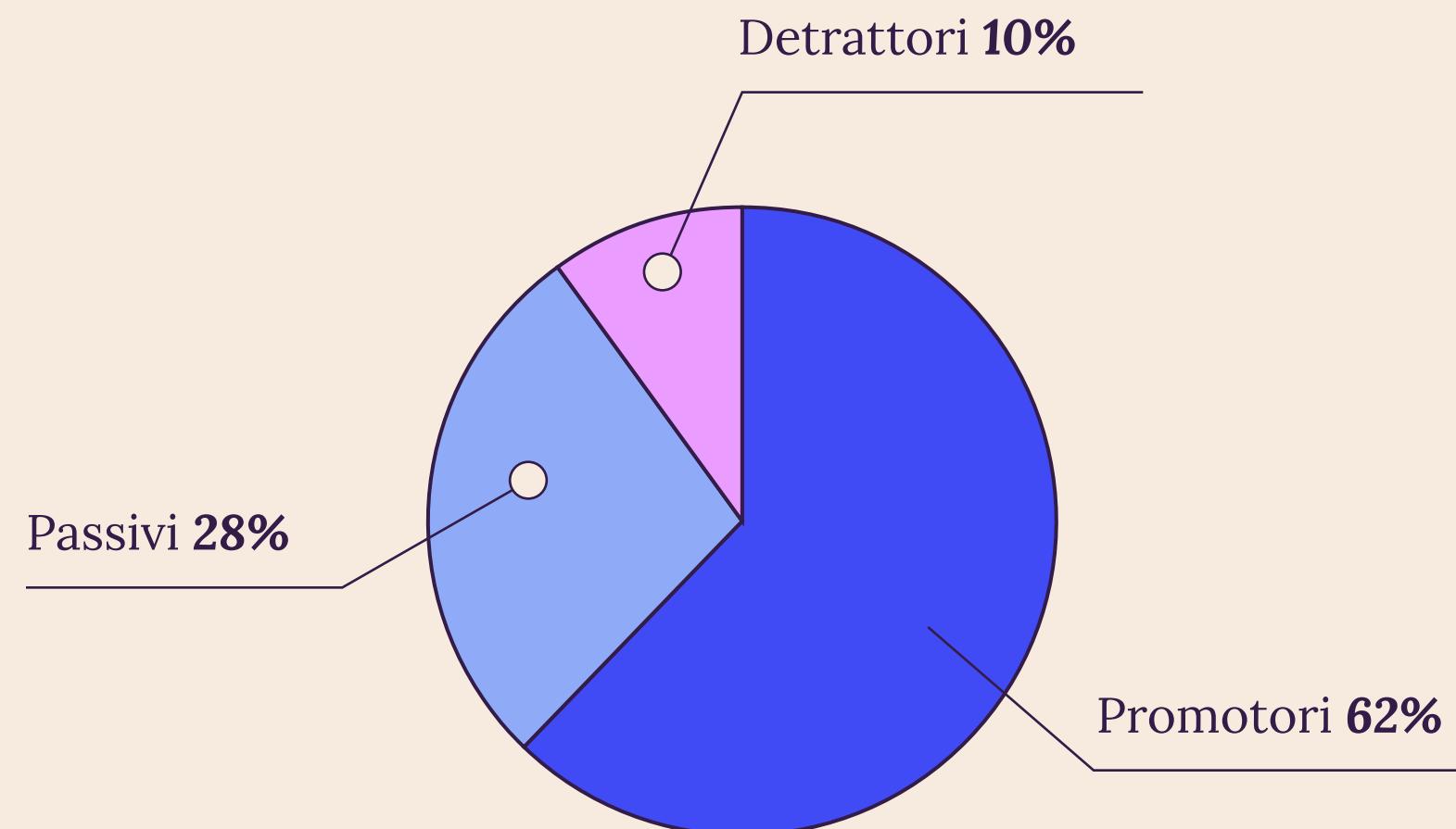
Prova il sondaggio creato per Sole 365



I risultati

Determinazione NPS

NPS totale pari a 52, con +7 punti rispetto al NPS di Esselunga.
La media del settore è **sotto i 40**.



Miglioramenti

Miglioramento della performance dei singoli punti vendita, che tramite le informazioni acquisite da tutta la catena hanno potuto evidenziare in modo facile quali fossero le operazioni da adoperare per accrescere velocemente la qualità dei servizi.

Consapevolezza

Maggiore consapevolezza e responsabilizzazione per tutti i dipendenti, ora tutti nell'azienda sanno quanto il loro atteggiamento influisca con la percezione che i clienti hanno del brand

Richiedi Demo

*Se anche la tua azienda è interessata
ad utilizzare Calton clicca sul tasto
per richiedere una demo con noi*

[Richiedi Demo](#)

Contatti

E-Mail: Dario@calton.io
Telefono: 366 368 83 80
Web: www.calton.io