
La strategia di gestione del rapporto con l'Automobilista in ACI: un approccio omni-canale

Il CRM di ACI

Roma, 28 Giugno 2017



Mauro Minenna
Direttore Generale
m.minenna@informatica.aci.it



DAL 1905 AL FIANCO DEGLI AUTOMOBILISTI

Mission:

« presidiare i molteplici versanti della mobilità e di diffondere una nuova cultura dell'automobile, rappresentando e tutelando gli interessi generali dell'automobilismo italiano, del quale promuove e favorisce lo sviluppo »



Il modello Omni-canale di ACI: il cittadino al centro della erogazione dei servizi



Tutti i servizi per il cittadino: prima, durante e dopo



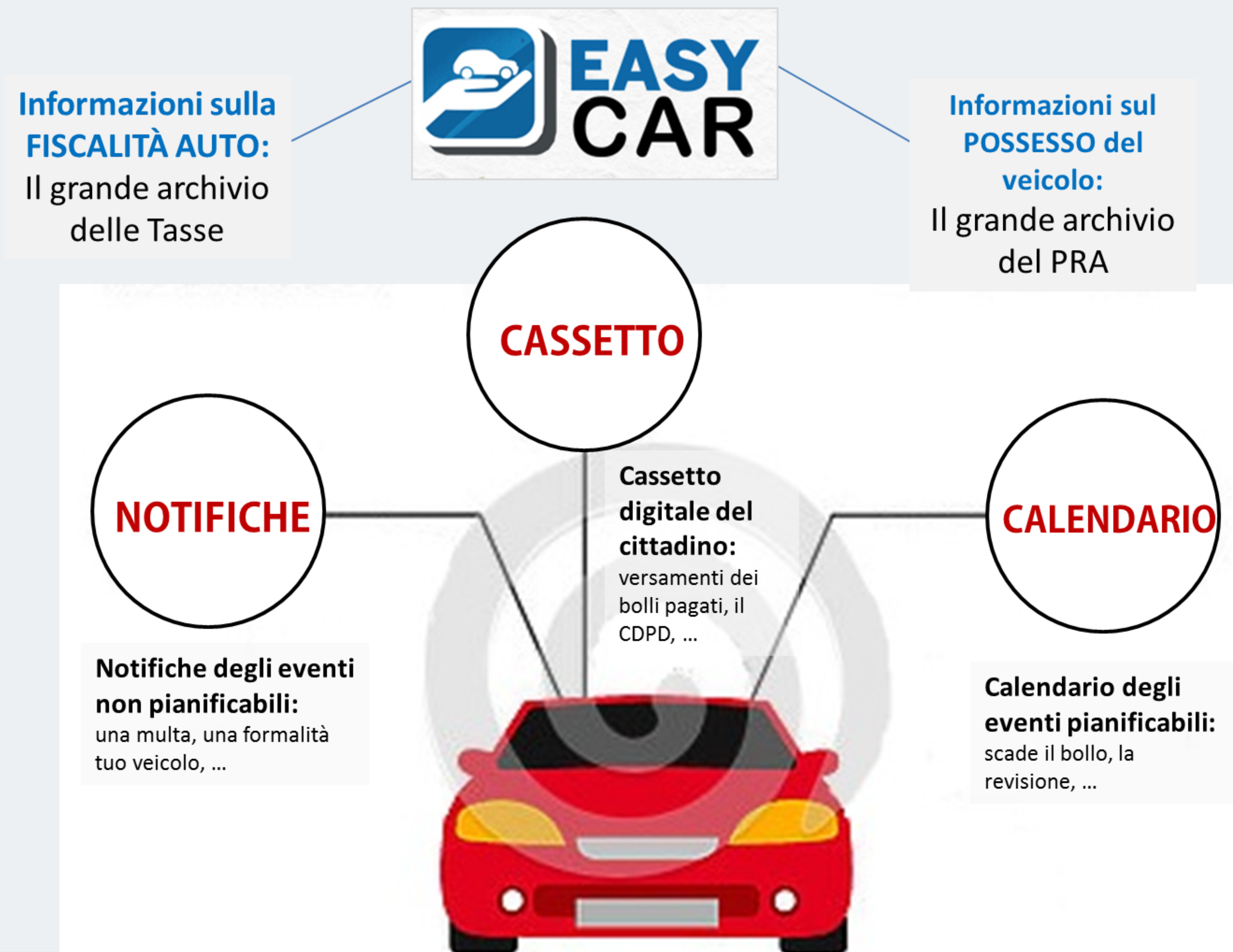
EASYCAR: ecosistema dei servizi digitali di ACI



Il numero delle servizi erogati cresce progressivamente arricchendo sempre più l'insieme

<http://www.aci.it/i-servizi/servizi-online/easycar-notizie-sulla-tua-auto.html>

EASYCAR: i 3 meta servizi personalizzati per il cittadino



Il contesto: le organizzazioni coinvolte

SOCIETÀ COLLEGATE



PARTNER

FEDERAZIONI



Il CRM:

«strategia aziendale progettata per ottimizzare la redditività, le vendite e la soddisfazione dei clienti, basata su un'organizzazione focalizzata sul cliente» (Gartner Group).

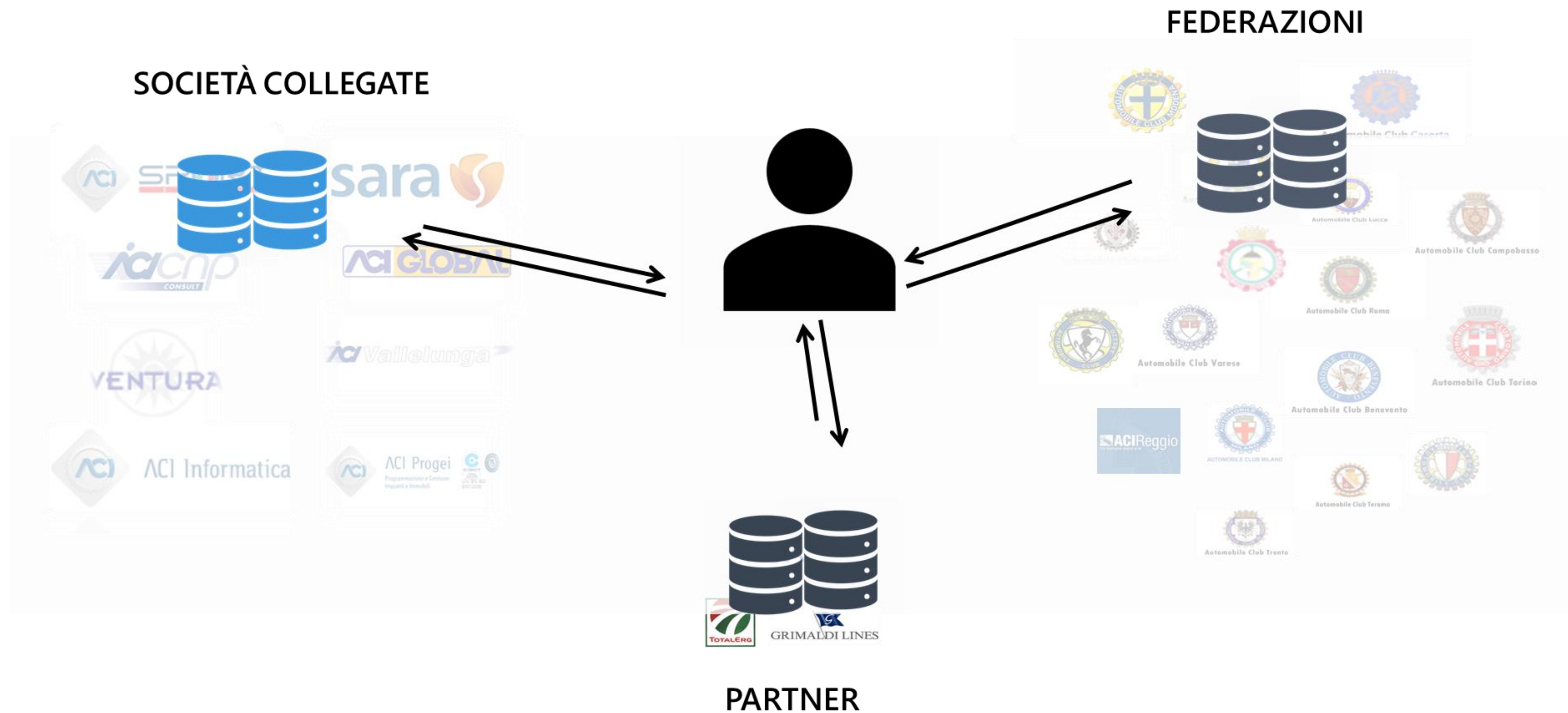
Microsoft Dynamics 365

MULTICANALITÀ



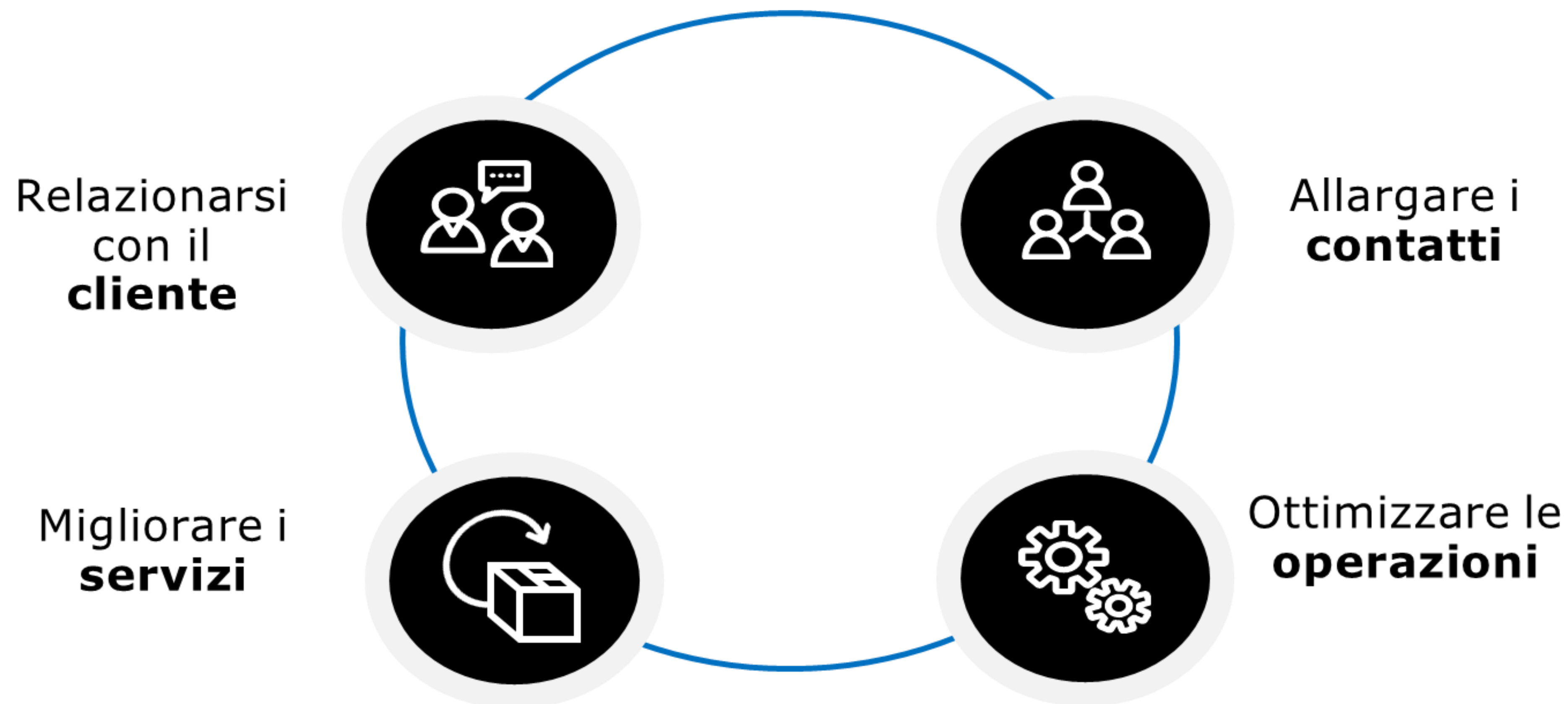
INTEGRAZIONE

TITOLARITÀ DEI DATI E
AUTORIZZAZIONE AL LORO
UTILIZZO



La trasformazione «digitale» della relazione con il cliente

Riuscire ad **intercettare tutti i cittadini che entrano in contatto con il mondo dei servizi ACI**, conoscerne i bisogni per mirare la nostra offerta verso di loro **rendendoli soddisfatti e offrendo loro nuove opportunità**.



Relazionarsi con
il **cliente**



INTERFACCIA UTENTE

- Scheda anagrafica
- Arricchimento di informazioni
- Suggerimenti automatici

Allargare i
contatti



QUICK CAMPAIGN

- Profili
- Servizi
- Canali

Ottimizzare le
operazioni



UNA CAMPAGNA SEMPLICE

- Segmentazione, lista
- Invio
- Analisi

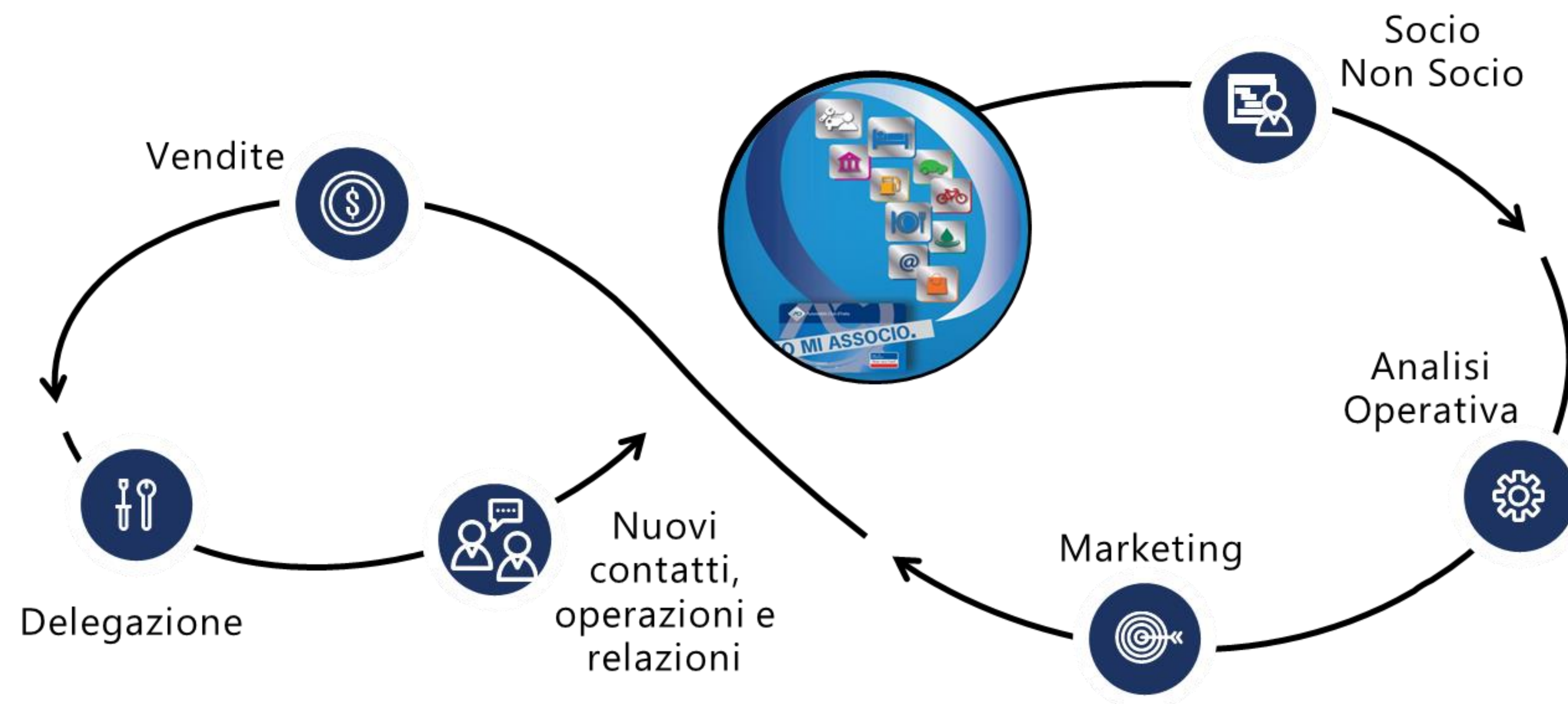
Trasformare i
servizi



FLUSSO DI LAVORO

- Contatto
- Opportunità
- Servizio

La nuova *customer journey* con Dynamics 365



Office 365 | Azure IOT | Power BI | Cortana Intelligence

Application Platform (PowerApps, Power BI Embedded, Flow) and Common Data Model

AppSource

Il processo di *change management*

L'adozione del CRM impone un cambiamento culturale nelle organizzazioni: nelle relazioni e processi.

I collaboratori, non solo gli utenti, sono al centro dell'attenzione nel processo di trasformazione.



Piano di diffusione CRM ACI

Ultimata nel 2016 la predisposizione della piattaforma per il contesto ACI, il CRM è stato diffuso nel primo trimestre 2017 presso 5 Automobile Club:

- I 5 Automobile Club hanno anche partecipato allo sviluppo prototipale fornendo requisiti e testando le funzionalità di base: **Campobasso, Ferrara, Lucca, Teramo, Varese**

Il piano di diffusione è incrementale e prevede la diffusione completa su tutta la Federazione ACI entro Giugno 2018.

La diffusione presso la Federazione e le Società collegate consentirà l'evoluzione progressiva della piattaforma e la sua personalizzazione.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE.