

Un innovativo strumento di customer care per migliorare la relazione con i clienti anche nelle fasi più delicate



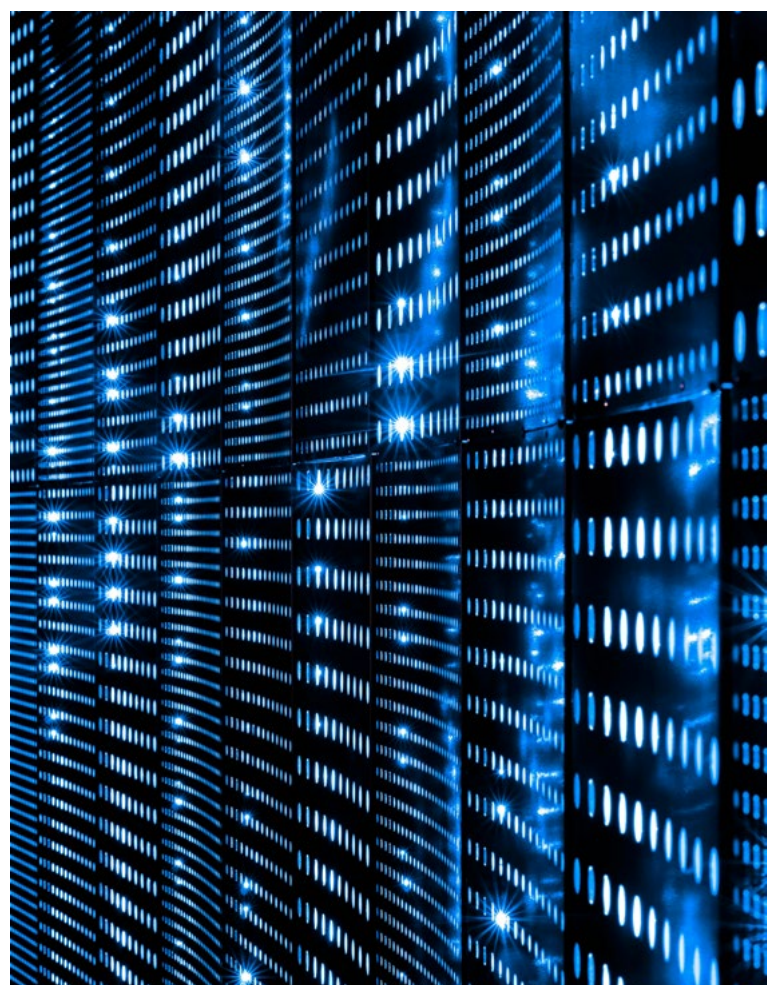
Il video personalizzato ed interattivo di E.ON

E.ON è tra i più grandi operatori energetici al mondo a capitale privato, con circa 75.000 dipendenti, serve oltre 50 milioni di clienti in Europa e in Turchia. In Italia, E.ON è dei principali operatori energetici ed è impegnato nella vendita di soluzioni innovative ed efficienti per consumare meno e meglio, a oltre 900.000 clienti.

Con la piattaforma green #odiamoglisprechi, E.ON promuove nel nostro Paese la diffusione di comportamenti sostenibili, tramite il consumo consapevole, l'efficienza energetica e la lotta agli sprechi. E.ON aiuta le famiglie, le imprese e le comunità a migliorare la propria efficienza energetica e a produrre la propria energia sostenibilmente, nella convinzione che insieme si possa essere più forti che da soli e si possano superare tutti i limiti.

Mettere il cliente al centro dell'attività per E.ON significa anche approfondire la comprensione e suscitare relazioni durature, per diventare tutti soci nel campo dell'energia: connessi, informati e impegnati allo scopo di creare un mondo migliore, più sostenibile per tutti.

Proprio in questo contesto si colloca **l'iniziativa intrapresa da E.ON per la soft collection dei crediti**. Un'iniziativa volta a supportare il cliente nel processo di pagamento, mettendo al centro le sue esigenze, ma anche a ridurre gli sprechi, grazie alla **digitalizzazione ed innovazione dei processi di recupero**.



Il punto di partenza

Gli insoluti impattano sulla situazione finanziaria dell'azienda creditrice, che deve **strutturare un processo di recupero dei crediti per supportare il cliente in questa fase delicata di pagamento.**

E.ON, in linea con la propria visione orientata al cliente e alle sue esigenze, ha semplificato questo processo, rendendolo meno impattante per il cliente e più tempestivo - grazie **ad una comunicazione personalizzata e preventiva** - e più snello - riducendo i costi delle successive fasi di recupero a valle, che prevedono solitamente l'invio di una raccomandata o la gestione dell'insoluto tramite partner esterni.

L'iniziativa di comunicazione preventiva ideata, nasce con lo scopo di:

- **Ridurre gli insoluti**, ricordando al cliente il termine di pagamento delle bollette
- **Migliorare il rapporto con il cliente**, che nel trambusto della vita quotidiana può dimenticarsi di pagare la bolletta in tempo e trova sicuramente utile un reminder da parte dell'azienda fornitrice
- **Ridurre gli sprechi** e l'impatto della gestione degli insoluti in termini di costi ed ecologia

La soluzione: una comunicazione personalizzata ed interattiva

L'attività di gestione insoluti nel settore delle utilities si configura oggi, sempre più, come asset strategico di fondamentale importanza. È necessaria dunque un'efficace strategia di minimizzazione del rischio di mancato pagamento. Per questo e per ottemperare alle sue esigenze, E.ON ha deciso di affidarsi a **Doxee**, nello specifico ai **video personalizzati Doxee Pvideo®** per la realizzazione di un video personalizzato ed interattivo che ricordi ai clienti di pagare la bolletta in tempo.

Il video, dunque, risulta un vero e proprio **strumento di soft collection del credito**, ma anche di **customer care**, poiché le iniziative che riguardano il debito possono essere un momento critico anche per le stesse aziende e per la loro relazione con i clienti.

Il video permette efficacemente di:

- **Raggiungere il cliente in modo personale;**
- **Fornire tutte le informazioni necessarie;**
- **Aiutare il cliente a procedere al pagamento di un insoluto, mettendolo in condizione di risolvere la sua situazione debitoria in modo semplice, trasparente, rispettoso.**



Caratteristiche del video personalizzato ed interattivo

La campagna video di E.ON verso i clienti è stata gestita con invii tramite e-mail e SMS, contenenti il link al video personalizzato ed interattivo, cucito su ogni ricevente.

L'utilizzo del Doxee Pvideo® si è rivelata vincente, innanzitutto per la **praticità del mezzo e della comunicazione alla clientela**, ma soprattutto per le caratteristiche di **personalizzazione** e di **interattività** che incentivano il destinatario a compiere l'azione voluta, direttamente all'interno del video.

Personalizzazione

Il **cliente riceve il video personalizzato con il proprio nome**, che appare subito nella grafica all'inizio del video. Anche la voce che parla al cliente lo chiama per nome.

La personalizzazione dei contenuti e le funzioni interattive rappresentano un fattore critico di successo, poiché coinvolgono il cliente con contenuti per lui rilevanti, permettendo l'interazione immediata, ottimizzando le conversioni e assicurando tassi di successo altissimi.

Oltre al nome, il video mostra i **dettagli della bolletta da saldare**, anch'essi **personalizzati in base al ricevente**, come il numero della bolletta stessa, il codice cliente, la scadenza e l'importo. Risulta così molto semplice per il cliente capire quale sia il documento da pagare ed avere in modo veloce ed immediato tutti i dati relativi necessari.

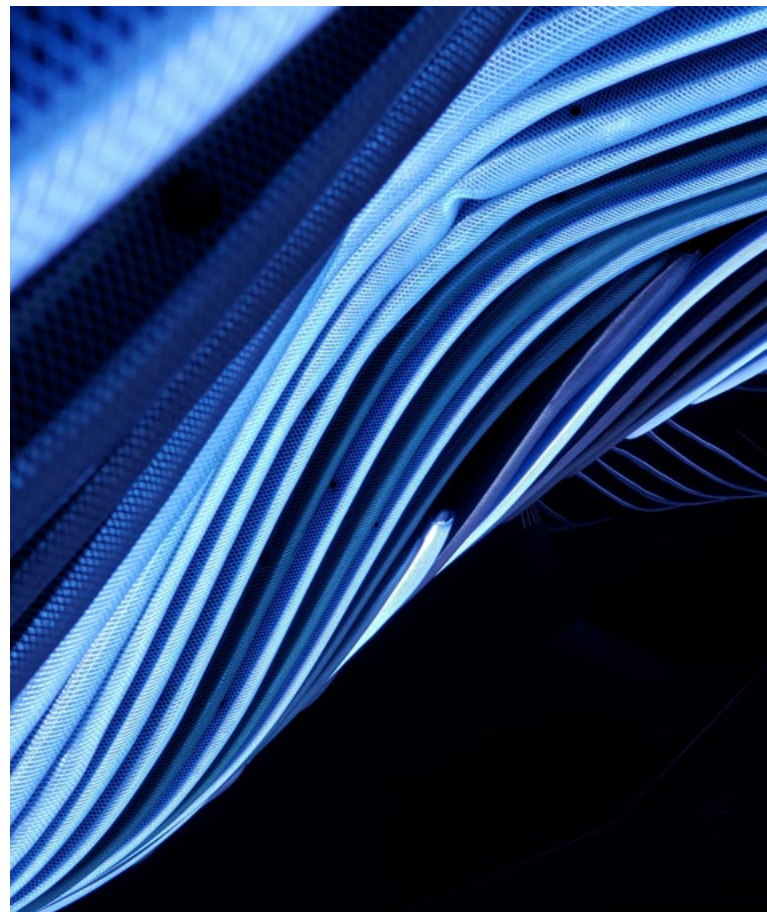
Call-to-action

Il video continua spiegando al cliente il contenuto del sollecito e tutte le voci di spesa, da qualsiasi device preferisca. Il cliente può inoltre visualizzare il suo storico e **decidere di pagare direttamente, con un semplice tap**.

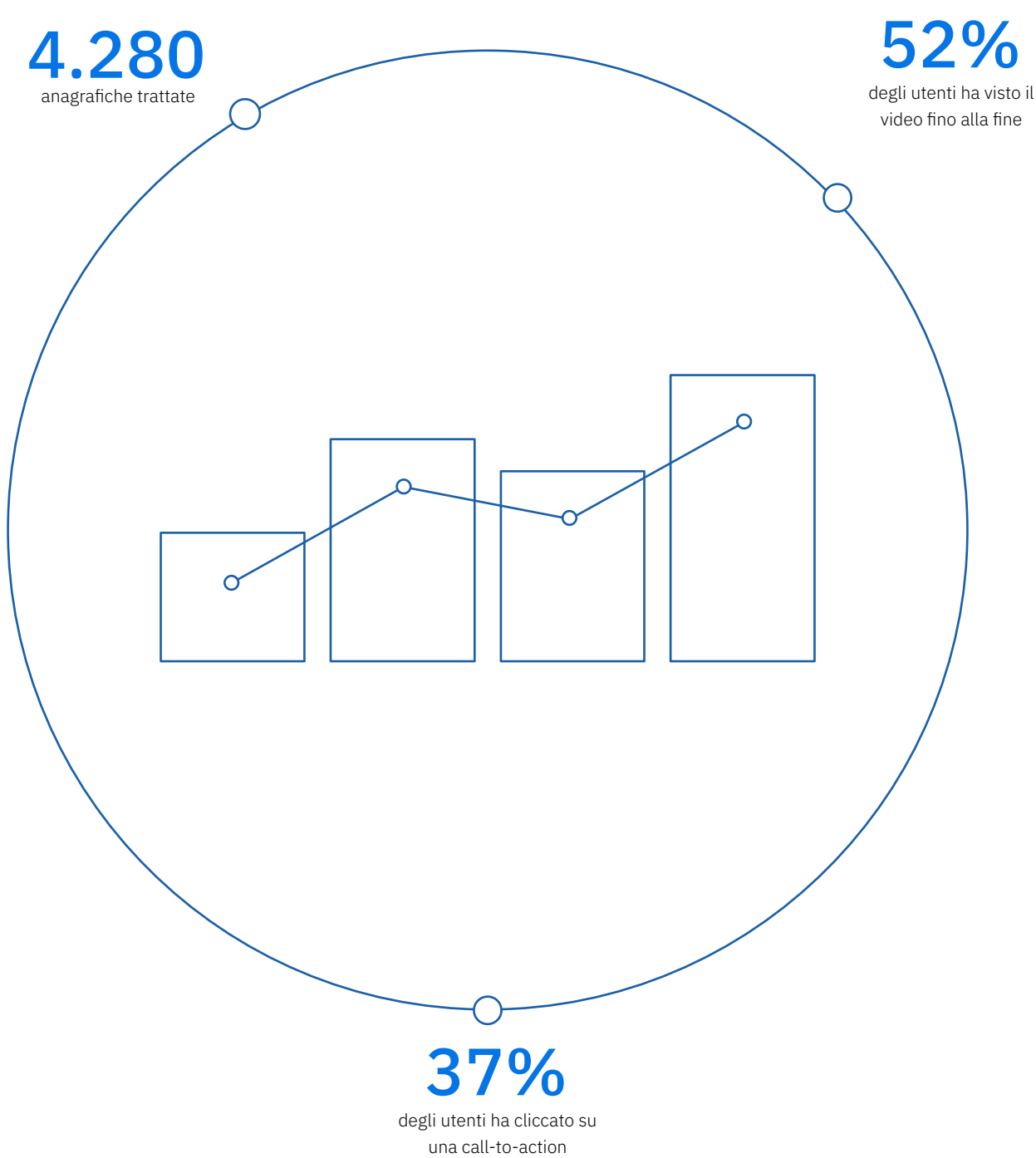
Questo grazie alle **call-to-action presenti e cliccabili direttamente all'interno del video**.

Il cliente può dunque cliccare su “paga la bolletta” per accedere all'area clienti e pagare comodamente da casa, oppure cliccare su “scarica la bolletta” per scaricare la bolletta in versione pdf.

Le call-to-action direttamente all'interno del video **aumentano la conversione**. Quelle di Doxee Pvideo® sono state progettate per massimizzare l'effetto della personalizzazione per dare risalto all'azione e sono **perfettamente integrate nel video**.



Risultati



Mettiti in contatto con il leader della Customer Experience in cloud

In Doxee, rivoluzioniamo l'esperienza del cliente con tecnologie innovative che aiutano le imprese a comunicare e ad interagire con i propri clienti in maniera più efficace, creando relazioni solide che portano ad una duratura crescita aziendale. I nostri prodotti cloud dedicati al CCM, alla Digital Customer Experience e al Doxee Platform offrono ai nostri clienti e partner un insieme completo ed integrato di applicazioni, in grado di supportare in modo completo il loro customer journey.



AUSTRIA | DoxeeAT GmbH, Leonard-Bernstein-Strasse 10, 1220 Vienna

ITALIA | Doxee S.p.A., Viale Virgilio 48/B, 41123 Modena (MO)

GERMANY | DoxeeDE GmbH, Kronstadter Strasse 4, 81677 Munich