



Comunicato stampa

ASSOCOM punta sulla qualità della relazione col cliente

Milano, 18 luglio 2013 - Si è tenuto oggi presso la sede milanese di ASSOCOM il seminario sulla qualità della relazione cliente-agenzia: da tempo le agenzie lamentano il proliferare delle gare e la diminuzione di un vero rapporto di partnership con i loro clienti.

Il seminario è stato gestito in partnership con APRAIS, la società internazionale, che da dodici anni si occupa di processi di valutazione. Presenti all'incontro Jeremy Caplin, CEO Aprais Ltd. Worldwide e Renée Bernhard, Presidente Aprais Italia. Aprais è riconosciuta dall'associazione internazionale che rappresenta le aziende committenti WFA, come best practice. Una recente ricerca svolta da WFA ha evidenziato come il 93% delle aziende considera importante un processo di valutazione delle loro agenzie e ben il 65% ritiene importante migliorare il processo di valutazione.

Il seminario è stato organizzato dopo un sondaggio online tra le aziende di comunicazione associate, che hanno dato dati sulla pratica della valutazione cliente-agenzia ed hanno affermato il loro interesse a intraprendere una pratica di valutazione periodica con tutti i loro clienti su base reciproca.

Mettendo a confronto i risultati italiani con la ricerca WFA, si evidenzia che in Italia il 46% delle aziende non ha un processo definito di valutazione e solo il 18% contro un 49% del campione internazionale pratica la valutazione su base semestrale. Quando esiste la valutazione, in Italia per il 67% è unilaterale, contro una media del 15% internazionale.

I vantaggi di un processo strutturato e certificato di valutazione sono molteplici e vanno a favore delle agenzie, quanto delle aziende stesse:

- Gestione trasparente e coerente dei rapporti con i clienti.
- Assicura che gli obiettivi PBR, pay by results, siano equi, oggettivi e trasparenti.
- Migliora la longevità di un rapporto professionale con un cliente perché mette in evidenza le problematiche in maniera tempestiva.
- Migliora la performance del cliente in quanto è misurato e monitorato da un terzo che conosce le best practice e li comunica al cliente.
- Il processo costante favorisce il rapporto di partnership.
- Una gestione chiara e coerente di agenzie e fornitori attraverso le varie discipline della comunicazione.
- Il benchmarking assicura la corretta interpretazione dei risultati.
- Monitoraggio della performance in un arco di tempo definito in modo da incentivare il miglioramento del rapporto.
- Miglioramento dell'impegno e della motivazione del team di lavoro.

ASSOCOM
ASSOCIAZIONE
AZIENDE DI
COMUNICAZIONE

VIA LARGA 31
20122 MILANO
TEL. +39.0258307450
FAX +39.0258307147
INFO@ASSOCOM.ORG
WWW.ASSOCOM.ORG

C.F. 80052210152
P.I. 04467740157



Afferma Jeremy Caplin *“sono contento che anche l’Italia è pronta a parlare di migliorare il rapporto tra agenzia e cliente per ottenere benefici reciproci. Il successo che Aprais ha ottenuto in questo riguardo nell’ambito mondiale è possibile anche in Italia con la buona volontà e l’impegno di tutti”*.

L’iniziativa si inserisce nell’ambito dell’impegno preso da ASSOCOM nei confronti dei suoi associati di evidenziare e migliorare il livello qualitativo delle aziende aderenti e sarà seguito dopo l’estate da altri incontri su temi condivisi.

Per ulteriori informazioni: ASSOCOM, Paola Franchi, 0258307450 - stampa@assocom.org