



Sergio Rossini

Direttore Sales Marketing & CX

La **Customer Experience** nel **Recupero Crediti**:
un fattore chiave per il successo aziendale

Sagres

DAL 2012 SAGRES



550
COLLABORATORI

PRESENTI IN 3 PAESI



120
CLIENTI
NEL MONDO

+30%

**TASSO DI CRESCITA
DEI RICAVI**

Sagres



**1 DICEMBRE
2023**



Sagres
diventa
S.p.A.

Collaboriamo con...



I NOSTRI

SERVIZI SU MISURA

Credit Management



Customer Care



Customer Experience



Sei un'azienda con più di mille clienti?
Sei il nostro cliente ideale.



1000+

PERCHÈ

1. Gestiamo il cliente a 360°
2. Co-creiamo insieme a te
3. Co-rischiamo insieme a te

Tavolo di Lavoro
Customer Experience nel B2b

**Customer Experience
nel B2b: ai blocchi di
partenza**

Tavolo di Lavoro Customer Experience nel B2b

Ricerca 2022

PARTNER



Alcune VISION aziendali

Servire i nostri clienti al meglio, rimanere sempre rilevanti nelle loro vite e creare **relazioni durature**

Creare una **vita quotidiana migliore** per la maggioranza delle persone

Aiutare le persone e le organizzazioni di tutto il mondo a realizzare il loro pieno potenziale

La nostra visione è quella di guidare il futuro della costruzione di case **mettendo i clienti al centro di tutto ciò che facciamo.**



Ritardi nei pagamenti

Servizio | Industria



Ritardi nei pagamenti: ristorazione ed energia i settori più in difficoltà

I dati Cribis. A settembre 2024 il 7% degli esercizi paga oltre i 90 giorni, il 5% nella locazione. Media a 96 giorni nella ceramica. Crescono i puntuali (+0,4%)

Cribis: Italia al 18° posto in Europa per puntualità dei pagamenti. Salgono i ritardi gravi (+5,5%)



Camera dei deputati
Ufficio Rapporti
con l'Unione europea
XIX Legislatura

Documentazione per le Commissioni
Esame di **atti e documenti dell'UE**



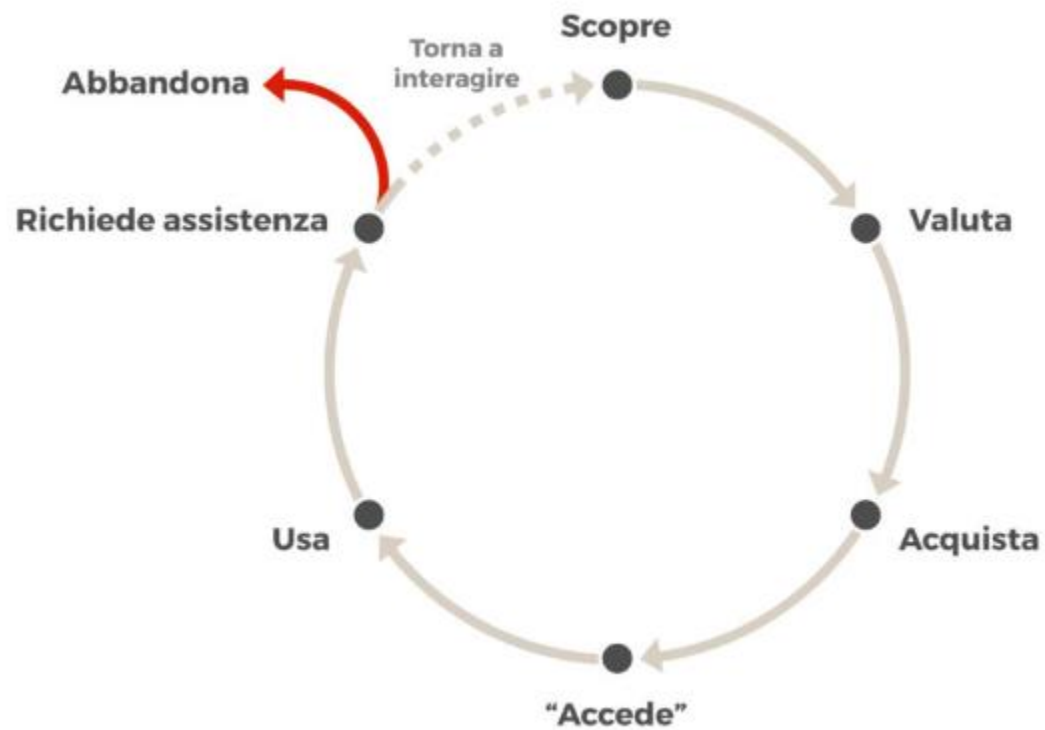
Elementi per la verifica di sussidiarietà - Proposta di regolamento relativo alla lotta contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali

LA STAMPA

European Consumer Payment Report: il 68% dei consumatori italiani taglia le spese di tutti i giorni

Il 60% dovrà attingere ai propri risparmi per far fronte al pagamento delle bollette e delle spese essenziali

Esempi di CUSTOMER JOURNEY



Esempi di CUSTOMER JOURNEY

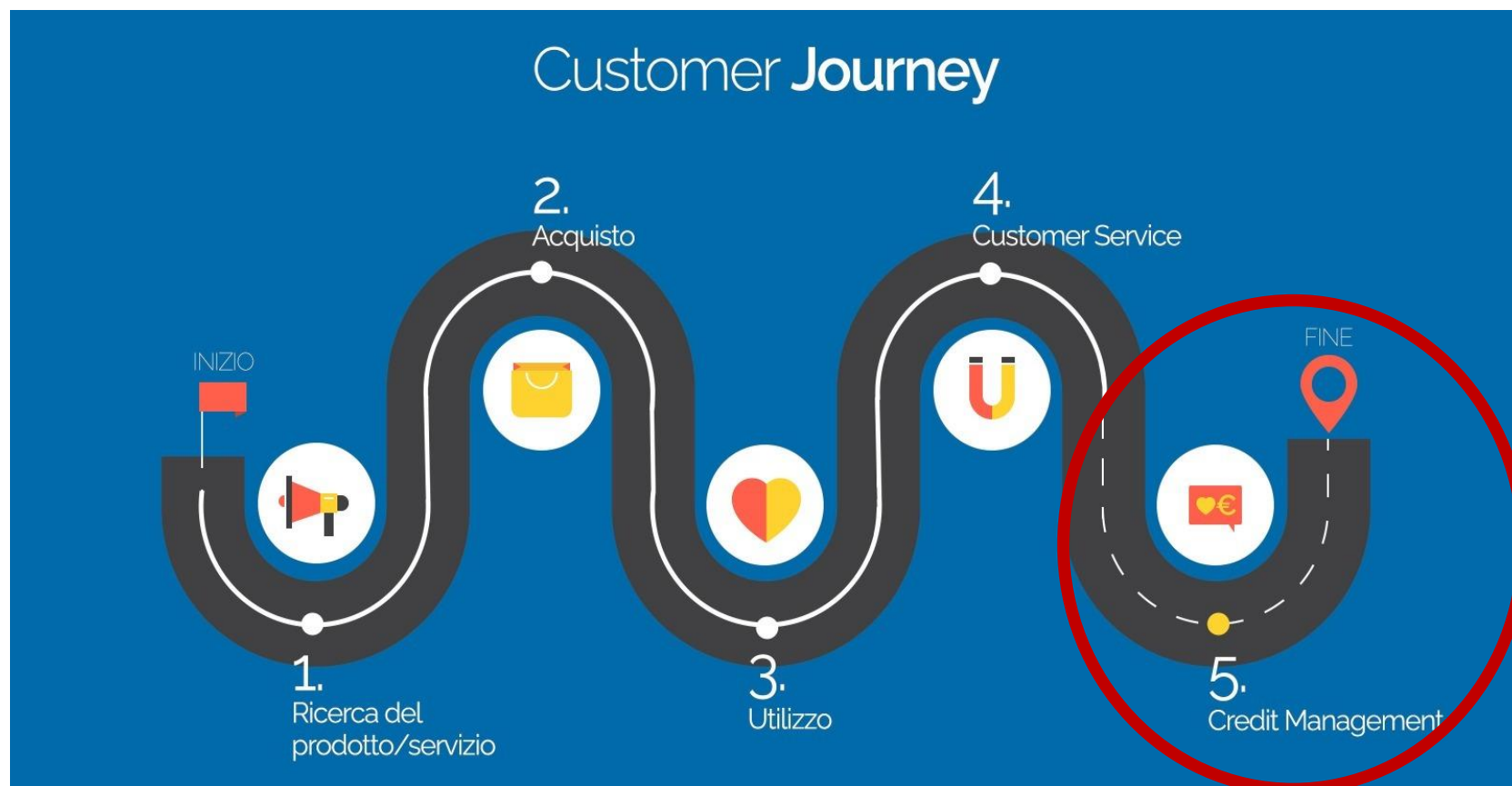
CONSAPEVOLEZZA	RICERCA	REPUTAZIONE	CONVERSIONE	ESPERIENZA
Email marketing YouTube Facebook Instagram Social Ads Radio Televisione Altri media online/offline	Ricerca organica Pay-per-click Business Directory Local SEO	Passaparola Social media Recensioni Commenti Forum Blog	Moduli di contatto Iscrizione Newsletter Prenotazione online Ordini sul sito web Acquisto in negozio	Assistenza clienti Post vendita Recensioni Chat Commenti
				

Esempi di CUSTOMER JOURNEY

il cliente .. il suo viaggio



Esempi di CUSTOMER JOURNEY



Politecnico Milano evento finale CX nel B2b



Tavolo di Lavoro
Customer Experience nel B2b

**Customer Experience
nel B2b: è ora di fare
squadra**





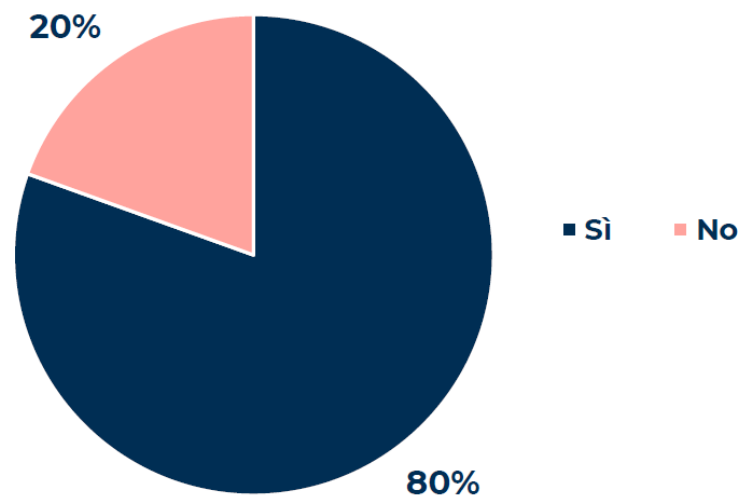
Massimo Giordan

 CTO & Founder
 Rawfish

«Design, surf, code. Non è solo uno slogan, ma la nostra filosofia di vita»

Politecnico Milano evento finale CX nel B2b

Processo strutturato di riscossione dei crediti commerciali (percentuale)



Domanda: Avete un processo strutturato di riscossione dei crediti commerciali interno all'azienda o con il supporto di partner esterni?

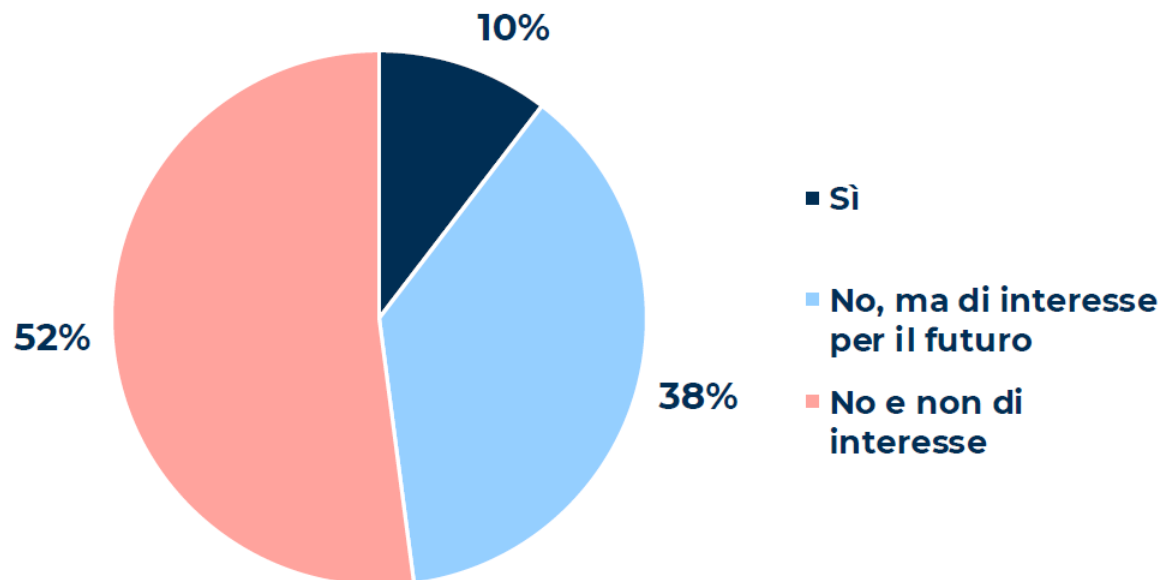
Base: 82 aziende di medie e medio-grandi dimensioni

www.osservatori.net

 **osservatori.net**
digital innovation

Politecnico Milano evento finale CX nel B2b

Misurazione della CX a seguito delle attività di riscossione del credito
(percentuale)



Domanda: Misurate la Customer Experience dei vostri clienti a seguito delle attività di riscossione del credito?

Base: 48 aziende di medie e medio-grandi dimensioni

www.osservatori.net

 **osservatori.net**
digital innovation

Sagres



Osservatorio Customer Experience nel B2b

La Customer Experience nel Recupero Crediti: un fattore chiave per il successo aziendale

Ricerca 2024
White Paper

Settembre 2024



Sergio Rossini
Sales & Marketing Director



Riccardo Mangiaracina
Responsabile Scientifico



Andrea Rangone
Responsabile Scientifico



Paola Olivares
Direttrice



Marta Valsecchi
Direttrice



Sara Zagaria
Direttrice



Irene Galantini
Analista

4.5 Gli indicatori monitorati per valutare le performance del processo di recupero crediti

Quali dei seguenti indicatori vengono monitorati per valutare le performance del processo di recupero crediti?



Fonte: Osservatori Digital Innovation | Campione: 390 grandi e medie imprese

Gli indicatori monitorati per valutare le performance del processo di recupero crediti (Osservatorio Customer Experience nel B2b)

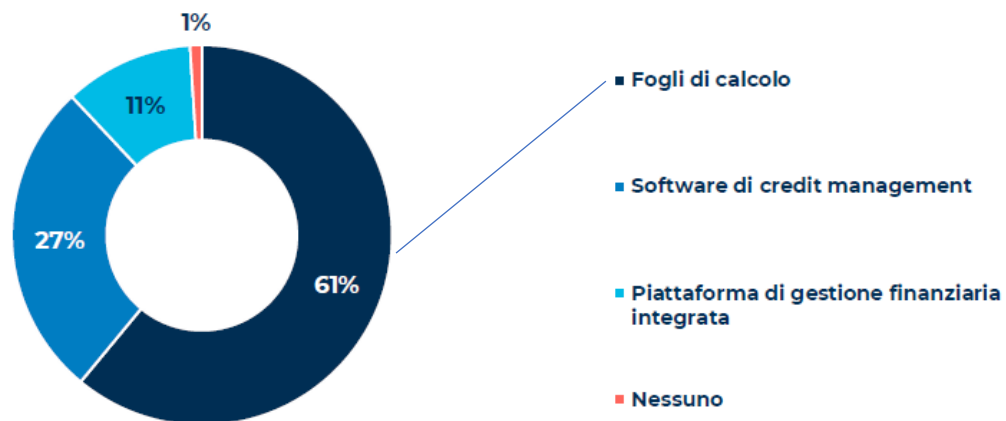
Fonte Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano (www.osservatori.net)

Per valutare l'efficacia del processo di recupero crediti, è essenziale monitorare specifici indicatori di performance. Le aziende tendono a concentrarsi principalmente su due metriche: la percentuale di crediti inizialmente inesigibili che vengono successivamente recuperati con successo e il tempo medio necessario per recuperare un credito, misurato dalla data di scadenza o di inadempienza.

Solo poche aziende, tuttavia, tengono traccia del numero e il valore dei clienti che hanno disdetto il contratto a seguito del processo di riscossione e indicatori come l'NPS (Net Promoter Score) o il CSAT (Customer Satisfaction Score) relativi al processo di recupero crediti. Nonostante siano monitorati da una minoranza, questi ultimi sono fondamentali per misurare l'esperienza e la soddisfazione del cliente durante il processo di recupero crediti, elementi che possono influenzare significativamente la fidelizzazione a lungo termine.

5.1 Gli strumenti utilizzati per la gestione del credito

Quale strumento utilizzate per la gestione del credito?



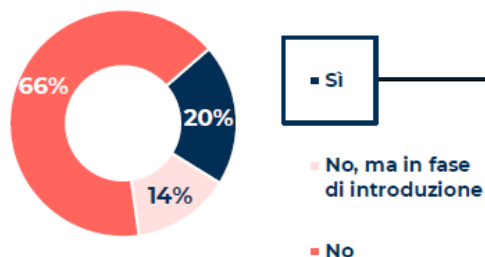
Fonte: Osservatori Digital Innovation | Campione: 390 grandi e medie imprese

Gli strumenti utilizzati per la gestione del credito (Osservatorio Customer Experience nel B2b)
Fonte Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano (www.osservatori.net)

Le applicazioni di gestione crediti implementate correttamente possono significativamente migliorare la produttività, eliminare inefficienze derivanti da tecnologie e processi obsoleti e offrire una maggiore flessibilità per rispondere rapidamente ai cambiamenti del mercato. Tuttavia, il 61% delle aziende continua a utilizzare fogli di calcolo, come Microsoft Excel, per gestire i crediti. Solo il 27% adotta software specializzati di credit management (come SAP Credit Management, Oracle Credit Management e HighRadius), mentre l'11% utilizza piattaforme di gestione finanziaria integrata (come NetSuite e QuickBooks). Per ottimizzare la gestione dei crediti e adottare un approccio più cliente-centrico, è fondamentale investire in tecnologie avanzate. Queste includono l'automazione delle fatture elettroniche e la riconciliazione automatica, che non solo semplificano i processi, ma migliorano anche la precisione e l'efficienza complessiva.

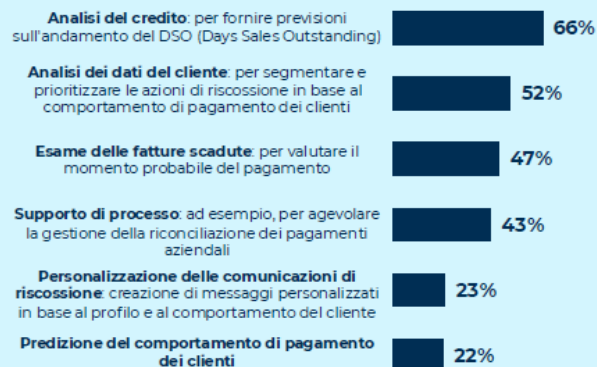
5.4 L'utilizzo dell'intelligenza artificiale (AI) per ottimizzare il processo di riscossione del credito

Utilizzate l'intelligenza artificiale (AI) per ottimizzare il processo di riscossione del credito?



Fonte: Osservatori Digital Innovation | Campione: 390 grandi e medie imprese

In quali ambiti viene impiegata l'intelligenza artificiale?



Fonte: Osservatori Digital Innovation | Campione: 77 grandi e medie imprese
nota: il campione dei rispondenti a questa domanda è rappresentato da coloro che hanno risposto «si» alla domanda precedente

L'adozione dell'intelligenza artificiale (AI) per ottimizzare il processo di riscossione del credito è ancora limitata, con solo il 20% delle aziende che dichiara di utilizzarla attivamente e un ulteriore 14% che è in fase di introduzione. Tuttavia, l'AI viene impiegata con successo in alcune aree chiave. Tra queste, l'AI è efficace nelle previsioni del Days Sales Outstanding (DSO), analizzando dati storici per anticipare i tempi di incasso e migliorare la gestione del flusso di cassa.

Inoltre, l'AI viene utilizzata per l'analisi dei dati dei clienti, segmentando e prioritizzando le azioni di riscossione in base al comportamento di pagamento, nonché per esaminare le fatture scadute valutando il momento più probabile del pagamento e supportare la gestione della riconciliazione dei pagamenti.

Tuttavia, l'AI è ancora scarsamente utilizzata per attività come la creazione di messaggi personalizzati in base al profilo e al comportamento del cliente o per la previsione del comportamento di pagamento.

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale (AI) per ottimizzare il processo di riscossione del credito (Osservatorio Customer Experience nel B2b)
Fonte Osservatori Digital Innovation – Politecnico di Milano (www.osservatori.net)

7.2. L'importanza dei feedback dei clienti

Un ulteriore elemento critico riguarda l'utilizzo dei **feedback dei clienti**. **Solo il 36%** delle aziende **intervistate dichiara di impiegare attivamente i feedback raccolti per ottimizzare i propri processi di gestione del credito**. Il mancato utilizzo di questi dati rappresenta un'opportunità non ancora sfruttata per migliorare la fidelizzazione e affinare le strategie di credit management, in quanto i feedback costituiscono una risorsa essenziale per comprendere le esigenze del cliente e intervenire proattivamente nei processi decisionali.

La ricerca ha inoltre evidenziato una **tendenza prevalente verso un approccio reattivo alla gestione del recupero crediti**, con circa il **60%** delle aziende che avvia le procedure di riscossione solo dopo la scadenza dei termini di pagamento. L'adozione di un approccio maggiormente **proattivo** permetterebbe di migliorare i tempi di incasso, rafforzare la relazione con il cliente e prevenire situazioni di insolvenza, contribuendo così a una gestione più efficiente e orientata al cliente.



Sagreš

