

23/4/21
IL
PROFESSIONISTA
ANTINCENDIO

Le aspettative dei clienti

del Professionista antincendio

By Fulvio@Steinerconsulting.it

www.globalpersonalsystem.it

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI INGEGNERI

STEINER CONSULTING © 2021



- La banalizzazione e la multi-offerta di servizi portano alla necessità di differenziarsi sulla modalità di erogazione e sul posizionamento a valore aggiunto.
- Il cliente ha forti aspettative sul servizio e i processi che sta acquisendo, spesso non è in grado di valorizzare adeguatamente le proprie necessità o la proposta.



La value proposition data ai clienti si sposta su fattori che diversificano l'offerta di servizio sul piano di azioni fortemente personalizzate, comprese e valorizzate:

Pre-incarico:

Disponibilità personale e struttura, chiarezza proposte, modalità operative, rassicurazioni sulla sicurezza e responsabilità, tempi di risposta ...

Post-incarico:

Servizi accessori di informazione e aggiornamenti, adattamenti, assistenza, rassicurazione sull'adeguatezza e responsabilità nascenti ...

Servizi aggiuntivi continuativi:

Attività allargate, informazioni nuove normative, manutenzione, formazione, news letter, seminari, case history, ...

Aspettativa Cliente



Valutazione effettiva

Zona di rischio



Prestazione maggiore
delle attese:
Soddisfazione

FIDELIZZAZIONE
Valorizzazione



Giudizio incerto:
**Soddisfazione
incerta**

**Spazio al
dubbio**
Valore incerto



Prestazione minore
delle attese:
Insoddisfazione

**Perdita della
relazione o cliente**
Svalorizzazione

- **Servizio desiderato**: è il livello di servizio che il cliente si aspetta di ricevere, il livello di performance sia dal servizio direttamente che dalle modalità di erogazione dell'assistenza.
- **Servizio adeguato**: è l'attesa subordinata a quello desiderato, è la soglia di accettabilità che il cliente è disposto ad accettare, il minimo tollerabile.



- Clienti diversi hanno **diverse aree di tolleranza**. Esse possono essere determinate da fattori culturali, sociali, psicologici. (ad es. Nord/Sud o tipologia psicologica partecipanti; leader, posizione economica; pregiudizi, paura di cambiare).
- L'area di tolleranza del cliente **può variare in funzione di**: affidabilità processi di erogazione, qualità percepita del servizio, valutazione percepita del rischio...
- L'area di tolleranza è **relativa all'esperienza sviluppata** dal cliente anche con altri fornitori simili, al passaparola.



Il **SERVIZIO DESIDERATO** è determinato da fattori stabili quali:

- **Bisogni individuali** che condizionano la priorità.
- **Pensiero del cliente in merito al tipo di servizio:** modello filosofico personale circa lo standard servizio desiderato, passaparola di 'esperti' o di associazioni di categoria, esperienze precedenti e promesse implicite.

Il **SERVIZIO ADEGUATO** è condizionato da fattori di breve termine:

- **Alternativa percepita:** possibilità di rivolgersi ad altri professionisti; il “fai da te” ,l’auto generazione del servizio; modalità succedanee.
- **Amplificatori temporanei:** situazione di emergenza, amplificazione mediatica, aumento della pressione interna sul cliente.
- **Attesa probabilistica prevista:** approccio personale al rischio, stima della qualità necessaria al servizio (risultati di difficile valutazione, percezione costo/beneficio ...), promesse esplicite.