

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

WOW - Quando un errore può trasformarsi in una opportunità

È possibile trasformare un'esperienza negativa in positiva e con essa ricavare alcune importanti regole per poter mettere a punto un servizio eccellente ed un'altrettanta eccellente customer experience?

Quanto è accaduto da Marcello e Roberta può insegnarci come fare.



- Pronto?
- Ciao Marcello, amore mio, sono io. Ti disturbo?
- Ciao Roberta, no, tranquilla, stavo chiudendo il pc e mi avviavo verso casa.
- Ah, meno male. Ti debbo chiedere una cortesia.
- Dimmi pure: basta che tu non mi chieda di fermarmi al supermercato. Sai che detesto farlo...
- No, amore, non ti preoccupare. I bimbi vorrebbero andare a cena da McDonald's. Francamente io mi sono già messa

comoda e non ho voglia di rivestirmi. Oggi al lavoro è stata una giornata campale. Ti andrebbe di fermarti a prendere due Happy Meal al McDrive?

- Va bene. Di' a quelle due galere che il papà arriva con l'Happy Meal. Il tempo di fare la strada, ok?
- Grazie amore. Ti aspettiamo a casa!

Marcello spegne il pc.

Chiuse le finestre, spente le luci, dati due giri di chiave alla porta dell'ufficio, Marcello si dirige verso l'auto per rientrare a casa.

- Buonasera, due Happy Meal per cortesia - dice Marcello al citofono della colonnina per le ordinazioni.

Una voce maschile con accento spagnolo gli risponde - Con che cosa li preferisce? Hamburger, Toast o Crocchette di pollo?

- Due toast per cortesia, grazie!

Ricevute le due confezioni, Marcello dirige l'auto verso casa.

Marcello non fa in tempo ad entrare in casa, che i due piccoli lo assalgono chiassosamente.

- Papà, su, dai, dacci gli Happy Meal, che abbiamo fame ed abbiamo voglia di giocare con le sorpresine che troveremo dentro - Marcello consegna le due scatole di cartone colorato e si dirige verso la cucina, dove Roberta lo aspetta.

Il tempo di baciare sua moglie che immediatamente un urlo ed un pianto a diretto irrompe nella tranquillità casalinga.

I due genitori corrono immediatamente in salotto dove trovano Francesca in lacrime, disperata.

- Che succede? - Esclama Roberta

- Mamma, nel mio Happy Meal si sono dimenticati di mettere il toast. Ed io adesso cosa mangio? -

Roberta cerca di consolare la piccola Francesca ma il carattere della piccola, in questa situazione, emerge in tutta la sua determinazione: - Voglio il toast, voglio il toast -.

Marcello non ha proprio voglia di rimettersi in auto e rifare i 10 km che separano casa da McDonald's.

Cerca di dissuadere Francesca dal volere proprio il toast man-

cante dal suo Happy Meal.

Ma niente da fare: la piccola ulula ancora di più reclamando il suo pasto.

Roberta allora decide di telefonare a McDonald's facendo presente che all'interno della confezione mancava un toast.

- McDonald's, buonasera - risponde uno degli addetti.

- Buonasera, senta: mio marito è passato circa una mezz'ora fa a prendere due Happy Meal da voi. Purtroppo in uno dei due cestini manca un toast. -

- Mi dispiace signora: questa cosa non doveva accadere. Probabilmente, a causa della forte affluenza serale, si è venuto a creare questo disagio. Senta, mi dia il suo indirizzo e provvedo immediatamente a farle avere un nuovo Happy Meal a casa vostra, questa volta con il toast dentro! -

- Ma no, guardi, non serve - risponde Roberta. - Mi arrangio io a fare il toast a mia figlia. Volevo solo avvisarvi della cosa. -

- Signora, la prego, mi dia il suo indirizzo e verremo in pochi minuti a portarle un nuovo Happy Meal. Insisto! -

- Se ci tiene così tanto! Abitiamo a Limbiate in via Puccini, 25- risponde Roberta.

- La ringrazio. A fra poco - risponde l'addetto di McDonald's.

Dopo circa venti minuti il campanello di casa suona.

Dietro la porta l'addetto di McDonald's con un nuovo Happy Meal e con un buono valido per una cena per tutta la famiglia da consumarsi in qualsiasi punto vendita della catena.



Perché ho voluto riportare questa storia, raccontatami da un Consulente Finanziario durante un mio corso.

Perché anche in questo caso il WOW è d'obbligo.

E lo è ancora di più se a farcelo esclamare è l'azione riparatrice di uno store manager di Mc Donald che ha tentato di recuperare una brutta figura procurata alla catena da una distrazione di un addetto.

Sono cose che possono capitare, ma probabilmente non da McDonald's.

In quella catena ogni processo è decodificato nei minimi dettagli e conseguentemente la possibilità di commettere degli errori è ridotta al minimo.

Se lo Store Manager non avesse tentato l'azione riparatrice che vi ho raccontato, la reputazione della catena sarebbe stata messa senz'altro in cattiva luce.

Quali insegnamenti trarre da una storia di questo tipo?

1. Progettare accuratamente i processi sottostanti il servizio offerto alla clientela, permette di minimizzare gli errori e conseguentemente aumentare la percezione del valore che la stessa clientela ha di ciò che stiamo offrendo.
2. Qualora alcuni errori vengano commessi, definire un piano di recovery/recupero dell'errore consente di mantenere intatta la nostra credibilità e reputazione, nonostante l'esperienza negativa vissuta dal cliente.
3. Che dagli errori possiamo trarre degli insegnamenti ma anche una straordinaria storia da raccontare.

McDonald's insegna!



Enrico Florentino, è CEO e partner di Strategike Srl (www.strategike.com), società che si occupa di Consulenza e strategia d'Impresa. Dopo aver conseguito un MBA International presso la CUOA Business School, ha deciso, nel 2015 di diventare imprenditore mettendo a frutto un'esperienza di oltre 25 anni maturata nel settore bancario e della consulenza inanziaria come Consulente finanziario e Manager. Si occupa di Innovazione dei Modelli di Business, di Marketing e Vendite.

È autore del libro: "L'Imprendi(promo)tore – manuale di imprenditorialità del Consulente Finanziario" E' inoltre autore del Blog: www.enricoflorentino.it

www.gam.com seguiteci anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.