Rational Italia condivide i dati della Customer Satisfaction 2020

foto-satisfaction-survey-rational2-e751c5fc

Niente come la soddisfazione dei propri clienti è lo specchio dell'operato di un'azienda. RATIONAL crede fermamente in questo, perciò ogni anno affida l'incarico di analisi di soddisfazione tra i propri clienti, che si svolge a rotazione nei diversi Paesi per sondarne le performance. L'indagine affidata a Kantar, società di ricerche di mercato britannica che lavora in più di 100 paesi, aveva visto coinvolta l'Italia nel 2016 e ora nuovamente nel corso del 2020. All'inizio dell'anno Kantar ha selezionato un campione di 200 nominativi tra un totale di quasi 7000 clienti che possiedono e utilizzano almeno un SelfCookingCenter. La selezione ha preso in considerazione il settore della ristorazione commerciale e quello della ristorazione collettiva. Lo scopo dell'indagine era quello di verificare la fidelizzazione dei clienti e identificare i principali punti di forza e di debolezza dell'azienda.

L'indagine ha rivelato che in Italia RATIONAL ha superato i già alti livelli di soddisfazione riscontrati nel 2016, sia in termini di performance che di preferenza, cioè il livello di soddisfazione che porta poi a consigliare un prodotto: nello specifico, non solo continua a aumentare il numero di chi ne apprezza le performance, ma la quasi totalità dei clienti RATIONAL ne consiglierebbe l'acquisto.



Un risultato davvero eccezionale è quello che indica che ben l’82% dei clienti afferma di avere una forte relazione con RATIONAL e 9 clienti su 10 hanno scelto di avere solo RATIONAL nelle proprie cucine. Un cliente ha affermato *“Ci lavoro bene e mi dà una grande mano. È come avere un collega accanto a me, mi ha salvato da varie situazioni, perché spesso mi ritrovo a lavorare da solo con una stanza piena di clienti”.*

L’indagine ha evidenziato che i bisogni maggiori dei clienti sono legati alla necessità di consulenza e supporto nell'ottimizzazione dei costi e alla formazione sui loro dispositivi. A fronte di questo, nei vari settori intervistati è emerso che RATIONAL fa la differenza in termini di formazione dedicata, persone di contatto sempre affidabili e disponibili, consulenza e assistenza, competenza tecnica e in tutti gli aspetti legati al prodotto: facilità d’uso, funzionalità e ottimizzazione dei processi.

Un altro dato emerso è che i clienti italiani dimostrano una predilezione per consulenza e formazione faccia a faccia. *“In un anno come questo* – afferma **Enrico Ferri**, amministratore delegato di RATIONAL Italia – *ha rappresentato davvero una grande sfida. Abbiamo dovuto implementare nuovi modi per restare accanto ai nostri clienti, senza perdere l’efficacia e la forza del coinvolgimento con cui normalmente ci rapportiamo a loro. Forti dei risultati ottenuti in questa survey di soddisfazione dei clienti, stiamo facendo del nostro meglio per mantenere i risultati ottenuti. È quello che continueremo a fare anche l’anno prossimo, cercando, se possibile, di lavorare sul doppio binario: quello digitale implementato quest’anno e quello tradizionale che ci ha sempre contraddistinto, per riuscire ad essere sempre più presenti con i nostri clienti”.*