



# Reclami: un approccio semplice ed efficace per clienti felici

Rita Petracca\*, Flowe - Gruppo Mediolanum

La gestione dei reclami nell'ottica di trovare la migliore soluzione possibile per scongiurare un contenzioso e al contempo per salvaguardare l'immagine della propria azienda e consolidare il rapporto con la clientela.

Vi è mai capitato di presentare un reclamo?

Se lo avete fatto afferrate per un istante quel ricordo ripensando all'insoddisfazione, al disappunto e alle sensazioni negative che avete provato scrivendo quel testo. Il tutto, nella speranza che dall'altra parte possa esserci qualcuno che comprendendo il vostro stato d'animo possa risolvere il problema in tempi brevi.

E poi dall'altro lato c'è chi quelle lamentele le deve gestire (a volte in gran numero) per professione, mettendo da parte le proprie emozioni, cercando di mantenere la calma e provando a trovare la migliore soluzione possibile sia per scongiurare un contenzioso sia per salvaguardare l'immagine della propria azienda e consolidare il rapporto con la clientela nel tempo, favorendo in tal modo la customer retention.

Flowe, società benefit del Gruppo Mediolanum e istituto di moneta elettronica che offre conti e servizi di pagamento, ha affrontato il tema della gestione dei reclami implementando un approccio progressivo, in una logica win-win che punta a rafforzare la relazione banca-cliente proprio nel momento più delicato, quello dell'insorgere di criticità nella fruizione dei prodotti e dei servizi offerti. Di seguito vengono riportati gli step principali del processo intrapreso.

## Prima tappa: "l'ispirazione"

È necessario premettere che Flowe nasce con un contratto scritto in legal design che vede l'utilizzo di parole semplici, alla portata di tutti, in cui non vi sono riferimenti normativi o termini giuridici (se ve lo state chiedendo, sì, è possibile!) e che da del "tu" ai suoi utenti.

\* Il progetto è stato realizzato con Maria Meduri, Arianna Piccione, Michela De Felice. Un ringraziamento a Pietro Pezzulla che mi ha ispirato. Grazie a Cristina Toniazzo e Donato Robusto per aver creduto nel progetto.

I clienti scelgono quindi sin dalla firma del contratto un tone of voice informale e diretto e presumibilmente si aspettano di proseguire il rapporto con gli stessi presupposti relazionali.

Ebbene, a un certo punto ci siamo resi conto che il nostro contratto era diventato un documento più diretto e trasparente delle nostre risposte ai reclami, ancora rigide, prolisse e piene di formalismi.

Il nostro viaggio inizia proprio qui, un pomeriggio di circa un anno fa, in cui raccontavo a un collega le mie perplessità e la voglia di provare a cambiare le cose nonostante le possibili difficoltà insite nel processo di cambiamento. Dal dialogo interno e dalle esperienze vincenti di legal design già in essere presso la nostra realtà, è nata la convinzione di poter mettere in discussione gli schemi mentali costruiti negli anni per provare a trovare un nuovo approccio nella gestione delle lamentele dei clienti, dando formalmente avvio a un progetto di revisione integrale del processo fino a quel momento adottato.

## Seconda tappa: "la pianificazione"

La prima cosa che abbiamo fatto è stata quella di riprendere casi già gestiti rileggendo sia la lamentela del cliente sia le nostre risposte per poi metterle in discussione, parola per parola, anche ponendoci delle domande in apparenza banali al fine di dare avvio a un confronto interno:

"... e se fossi stata io il cliente, cosa avrei pensato di questa risposta? L'avrei compresa a fondo? Avrei capito cosa fare, sin dalla prima lettura? Mi sarei sentita compresa?"

E più ci facevamo domande, più emergeva la consapevolezza e la necessità di dover spostare la nostra prospettiva al fine di poter cambiare, poi,

l'approccio alla risposta. Fino a quel momento, infatti, avevamo certamente messo il cliente al centro, con l'obiettivo di scrivere una comunicazione che gli rappresentasse giuridicamente e a livello tecnico l'accaduto.

Ma non avevamo fatto una cosa molto semplice: provare a metterci veramente nei suoi panni. Fare questo, significa rispondere al reclamo – pur agendo nell'interesse della società – senza dimenticarsi che dietro alla la-



**I clienti scelgono sin dalla firma del contratto un tone of voice informale e diretto e presumibilmente si aspettano di proseguire il rapporto con gli stessi presupposti relazionali**

